



# **UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI**

## **UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS**

### **CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

#### **TESIS DE GRADO**

**TEMA:**

**“PORTAFOLIO DE NEGOCIOS DEL SECTOR FINANCIERO  
FORMAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE  
COTOPAXI EN EL AÑO 2012-2013”**

Tesis presentada previo a la obtención del Título de Ingeniero Comercial

Autores:

Gómez Velozo Geovanna Paola.

Director:

Ing. Arias Figueroa Roberto Carlos

**Latacunga - Ecuador  
Julio 2014**

## **AUTORÍA.**

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación **“Portafolio de negocios del Sector Financiero Formal de la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi en el año 2012-2013”**, son de exclusiva responsabilidad de la autora: Geovanna Paola Gómez Velozo.

.....  
Geovanna Paola Gómez Velozo

C.I.: 050347694-7

## **AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS**

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema:

**“PORTAFOLIO DE NEGOCIOS DEL SECTOR FINANCIERO FORMAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL AÑO 2012-2013”**, de Gómez Velozo Geovanna Paola, postulante de la carrera Ingeniería Comercial, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, junio, 2013

El Director

Firma

Ing. Arias Figueroa Roberto Carlos

## **AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL**

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de Ingeniería Comercial; por cuanto, la postulante:

- GEOVANNA PAOLA GÓMEZ VELOZO

Con la tesis, cuyo título es: **“PORTAFOLIO DE NEGOCIOS DEL SECTOR FINANCIERO FORMAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL AÑO 2012-2013”**

Han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúnen los méritos suficientes para ser sometidos al **Acto de Defensa de Tesis** en la fecha y hora señalada.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 21 de julio de 2014

Para constancia firman:

*Ing. Yadira Borja*  
**PRESIDENTE**

*Ing. Walter Navas*  
**MIEMBRO**

*Ing. Milton Merino*  
**OPOSITOR**

*Ing. Roberto Arias*  
**TUTOR (DIRECTOR)**

## **AVAL DE LA TRADUCCIÓN DEL IDIOMA DE INGLES**

En calidad de Docente del Centro Cultural de idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, yo Lic. Jorge Luis Iza Pila con C.I 050296591-6 CERTIFICO que he realizado la respectiva revisión del Abstract, con el tema: “ EL PORTAFOLIO DE NEGOCIOS DEL SECTOR FINANCIERO FORMAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL PERIODO 2012-2013” cuya autora es Srta. Gómez Velozo Geovanna Paola y director de tesis Ing. Arias Figueroa Roberto Carlos

Latacunga, Junio del 2013

Docente:

Lic. Jorge Luis Iza Pila

C.I 050296591-6

## **AGRADECIMIENTO**

Es mi deseo como sencillo gesto de agradecimiento, presentarles mi trabajo de fin de carrera aquellas personas que me han apoyado en todo mi trayecto como estudiante y persona, en especial a Dios, a mis Padres, a mi esposo y a mis hijos José Julián y Dylan Andree sin olvidarme que han puesto en mi su confianza, sólo espero que comprendan que mis ideales, esfuerzos y logros han sido también suyos e inspirados en ustedes.

El deseo de superación siempre ha sido latente, es así que llegado a la culminación de mis tesis con sacrificio y dedicación, gracias a la ayuda de mis profesores por compartir sus conocimientos y valores, que los pondré en práctica durante mi vida profesional.

***Paola Gómez***

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado con mucho amor e infinita gratitud aquellas personas que siempre estuvieron en los buenos y malos momentos de toda mi vida universitaria; porque me han enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento, por darme esos empujoncitos en mis momentos de decaimiento. Dedico este triunfo a mis padres Susana Velozo y Jorge Gómez por enseñarme valores, principios y la constancia. Agradezco a mi esposo Mauricio Guerrero por ser un gran apoyo y darme el regalo más grande de mi vida un angelito que es mi inspiración y mi meta.

Dedico a Dios por ser mi mejor amigo, Padre por ser mi fortaleza, por darme todo lo que tengo y no dejarme caer jamás.

*Paola Gómez*

## ÍNDICE

PORTADA.....	I
AUTORÍA.....	II
AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS .....	III
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL .....	IV
AVAL DE LA TRADUCCIÓN DEL IDIOMA DE INGLES.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
DEDICATORIA I.....	VII
Resumen.....	XIV
Abstract .....	XV
INTRODUCCIÓN .....	XVI
<b>CAPITULO I.....</b>	<b>18</b>
1. FUNDAMENTOS TEORICOS .....	18
1.1 Antecedentes Investigativos .....	18
1.2 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES .....	19
1.3 MARCO TEORICO .....	20
1.3.1 Gestión Empresarial .....	20
1.3.2 Marketing .....	25
1.3.3 Marketing Estratégico .....	28
1.3.4 Portafolio de Negocios .....	33
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>40</b>
2. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO FINANCIERO FORMAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA .....	40
2.1 Caracterización del Sistema Financiero .....	41
2.1.1 Clasificación del sistema financiero.....	42
2.2 Descripción de las Entidades Financieras formales .....	43
2.2.1 Sistema Bancario.....	43
2.2.2 Sistema de Cooperativas .....	47
2.2.3 Sistema de Mutualistas .....	49
2.2.4 Sistema de Casa de Cambio .....	50
2.2.5 Evolución del sistema Financiero.....	51
2.2.6 Indicadores Financieros.....	52
2.3 Investigación de Mercado .....	60

2.3.1	Definición del problema.....	60
2.3.2	Objetivos .....	61
2.3.3	Justificación.....	61
2.3.4	Fuentes de información .....	62
2.3.5	Tipos de investigación.....	63
2.3.6	Métodos .....	64
2.3.7	Técnicas.....	64
2.3.8	Universo de investigación .....	65
2.3.9	Tabulación y Análisis de Datos.....	68
	<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>90</b>
3.	<b>PORTAFOLIO DE NEGOCIOS FINANCIEROS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.....</b>	<b>90</b>
3.1	Justificación.....	90
3.2	Objetivos: .....	91
3.2.1	General: .....	91
3.2.2	Específicos: .....	91
3.3	Descripción del portafolio.....	92
3.3.1	Levantamiento de la Información.....	92
3.3.2	Diseño del Portafolio Financiero Formal .....	93
3.3.3	Difusión del Portafolio de negocios Financieros .....	93
3.4	Estructura de Portafolio de Negocios.....	94
3.4.1	Calificación de riesgos de las Instituciones Financieras Formales de la ciudad de Latacunga.....	94
3.5	Portafolio del Sector Financiero Formal .....	98
	CONCLUSIONES .....	187
	RECOMENDACIONES .....	191
	BIBLIOGRAFÍA.....	193
	CITADA.....	193
	CONSULTADA.....	194
	VIRTUAL .....	195
	ANEXOS.....	196

## TABLAS

TABLA N° 1 CATEGORIZACIÓN DE LOS BANCOS PRIVADOS EN EL ECUADOR .....	45
TABLA N° 2 ANALISIS DE COMUNICACIÓN DE PARTE DE LOS NEGOCIOS FINANCIEROS .....	68
TABLA N° 3 INFORMACION EMITIDA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LOS NEGOCIOS FINANCIEROS.....	70
TABLA N° 4 ACEPTACIÓN DEL PORTAFOLIO DE NEGOCIOS.....	72
TABLA N° 5 MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS .....	74
TABLA N° 6 INFORMACIÓN QUE FORMARA UN PORTAFOLIO DE NEGOCIOS FINANCIEROS .....	76
TABLA N° 7 PERIODO QUE SE TRANSMITE LA PUBLICIDAD.....	78
TABLA N° 8 ACEPTACION DE LA ENTIDAD FINANCIERA .....	80
TABLA N° 9 APORTE ECONOMICO PARA LA ELABORACIÓN DEL PORTAFOLIO DE NEGOCIOS POR PARTE DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS .....	82
TABLA N° 10 RECONOCIMIENTO A NIVEL NACIONAL DE LA REVISTA .....	84
TABLA N° 11 TIEMPO DE ACTUALIZACION DE LA REVISTA.....	86
TABLA N° 12 DESCRIPCION DEL PORTAFOLIO DE NEGOCIOS FINANCIEROS .....	92
TABLA N° 13 CALIFICACION DE RIESGOS DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS.....	94

## INDICE DE CUADRO

CUADRO N° 1 INDICE DE LA DEMANDA SERVICIOS FINANCIEROS DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS FORMALES .....	51
CUADRO N° 2 TASAS ACTIVAS MAXIMAS Y REFERENCIALES OTORGADOS A LOS SEGMENTOS ECUADOR 2013 .....	53
CUADRO N° 3 POBLACION FINANCIERA FORMAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.....	66
CUADRO N° 4 PLAN MUESTRAL .....	67

## ÍNDICE DE GRÁFICO

GRÁFICO Nº 1 TÉCNICAS DE GESTION EMPRESARIAL .....	22
GRÁFICO Nº 2 FORMAS BÁSICAS FUNDAMENTALES PARA UNA GESTIÓN EMPRESARIAL.....	23
GRÁFICO Nº 3 ESTRUCTURA DEL SISTEMA FINANCIERO.....	24
GRÁFICO Nº 4 LAS 7P DEL MARKETING MIX DE EMPRESAS.....	28
GRÁFICO Nº 5 FUNCIONAMIENTO DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS .....	32
GRÁFICO Nº 6 NECESIDADES BÁSICAS DEL CLIENTE .....	38
GRÁFICO Nº 7 PROCESO DE INTERMEDIACION FINANCIERA .....	41
GRÁFICO Nº 8 CLASIFICACION DEL SISTEMA FINANCIERO .....	42
GRÁFICO Nº 9 CREDITOS DE LA BANCA PÚBLICA.....	44
GRÁFICO Nº 10 DESCOMPOSICION DE LA CARTERA EN LAS COAS ....	48
GRÁFICO Nº 11 PERFIL ECONOMICO DEL CANTON LATACUNGA .....	50
GRÁFICO Nº 12 EVOLUCION DE LA CARTERA DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS .....	53
GRÁFICO Nº 13 VOLUMEN DE CREDITOS POR SUBSISTEMAS FINANCIEROS .....	54
GRÁFICO Nº 14 SOLIDES Y RENTABILIDAD FINANCIERA POR TIPO DE SISTEMAS .....	55
GRÁFICO Nº 15 SOLIDES Y RENTABILIDAD FINANCIERA POR TIPO DE SISTEMAS .....	57
GRÁFICO Nº 16 ESTABLECIMIENTOS ECONOMICOS QUE OBTUVIERON FINANCIAMIENTO, REQUIRIERON EN EL CANTON LATACUNGA .....	57
GRÁFICO Nº 17 ESTABLECIMIENTO ECONOMICO QUE OBTUVIERON FINANCIAMIENTO Y REQUIEREN EN EL CANTON LATACUNGA.....	58
GRÁFICO Nº 18.....	59
GRÁFICO Nº 19 TIPOS DE INFORMACIÓN DEL MERCADO.....	62
GRÁFICO Nº 20 ANALISIS DE COMUNICACIÓN DEPARTE DE LOS NEGOCIOS FINANCIEROS .....	68
GRÁFICO Nº 21 INFORMACION EMITIDA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LOS NEGOCIOS FINANCIEROS.....	70

GRÁFICO N° 22 ACEPTACIÓN DEL PORTAFOLIO DE NEGOCIOS.....	72
GRÁFICO N° 23 MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS .....	74
GRÁFICO N° 24 INFORMACIÓN QUE FORMARA UN PORTAFOLIO DE NEGOCIOS FINANCIEROS .....	76
GRÁFICO N° 25 PERIODO QUE SE TRANSMITE LA PUBLICIDAD .....	78
GRÁFICO N° 26 ACEPTACION DE LA ENTIDAD FINANCIERA.....	80
GRÁFICO N° 27 APORTE ECONOMICO PARA LA ELABORACIÓN DEL PORTAFOLIO DE NEGOCIOS POR PARTE DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS .....	82
GRÁFICO N° 28 RECONOCIMIENTO A NIVEL NACIONAL DE LA REVISTA.....	84
GRÁFICO N° 29 TIEMPO DE ACTUALIZACION DE LA REVISTA.....	86



**TEMA:” EL PORTAFOLIO DE NEGOCIOS DEL SECTOR FINANCIERO FORMAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL PERIODO 2012-2013”**

**Autora.** Gómez Velozo Geovanna Paola

### **Resumen**

El propósito por lo que se creó el Portafolio de Negocios del Sector Financiero formal de la ciudad de Latacunga, Provincia de Cotopaxi en el periodo 2012-2013 fue para dar a conocer los productos, servicios, promociones y planes que los diferentes Bancos, Cooperativa de Ahorro y Crédito, Mutualista regidas por la Superintendencia de Banco y Seguros del Ecuador, ofertan a la ciudad de Latacunga, analizando el sistema financiero bancario y basándose en la estructura del portafolio financiero formal, es así que se utilizó métodos de investigación como la encuesta y entrevista con el fin de captar información real y concreta que se encuentra especificada en el portafolio de negocios financieros. La propuesta es un aporte socioeconómico para la ciudad ya que fomenta la actividad económica, impulsando nuevos emprendedores y creando una cultura de ahorro y de inversión que va en beneficio de un bien común, con una visión amplia de captación total por parte de la población en base a los productos y servicios.



**THEME:** “THE RING BINDER BUSINESS IN THE FORMAL FINANCIAL SECTOR IN LATACUNGA CITY, COTOPAXI PROVINCE IN THE PERIOD 2012 – 2013.”

**Author:** Gomez Velozo Geovanna Paola

### **Abstract**

The aim by which the ring binder business was created from the financial sector in Latacunga city, Cotopaxi Province in the period 2012 – 2013 was present the services and products, promotions and plans that different banks, register in the Banks and Insurance Companies of Ecuador, bid in Latacunga city, analyzing the Banking and Financial System basing on the formal financial ring bind structure, so that as a methods in this investigation was used surveys and interview in order to get real information and specify that it is specified in the financial business ring bind. The proposal is contribute in a socioeconomic part in the City as foment the economic activity, imposing new entrepreneurs and creating a culture of savings and invest that goes in benefit of a common good, with a vision wide of total getting by part of the population in basis to products and services.

## INTRODUCCIÓN

La estructura de un Portafolio de Negocios se basa en los datos que contiene, en base a la calidad de información conformada por productos y servicios que constituyen un negocio enfocándonos en las características sociales, personales y las de necesidad de los clientes.

En la actualidad en el país, la técnica de un portafolio de negocios es desplegar datos reales de cada uno enfocándonos en el comportamiento de compra productos o adquisición de servicios por parte del cliente y consumidores, así mismo encontraremos lo que es el proceso de decisión de compra a través del reconocimiento de las necesidades ya que el proceso de adquisición se inicia mucho antes de la compra real.

En la ciudad de Latacunga, existe medios de comunicación que prestan el servicio de dar a conocer los diferentes negocios financieros formales existentes en la ciudad, sin embargo vista la necesidad de que dichos canales no abastecen de información requerida por los usuarios se ha creado una revista formada por todas las instituciones financieras formales controladas por la superintendencia de compañías y seguros.

El presente trabajo está establecido en tres capítulos distribuidos de la siguiente manera en el Capítulo I, se trató de los Antecedentes Investigativos, en la cual se tomó como primera instancia a la empresa como un breve concepto seguido por las categorías fundamentales sobre la Gestión Empresarial sus componentes, también del Marketing, enfocándose en el Marketing Estratégico ya que a la área financiera el portafolio de negocios está dirigida, y finalizando está el Portafolio de negocios que describe a las herramientas de desarrollo, la metodología y los parámetros que involucra dicho portafolio de negocios del sector financiero formal.

En el capítulo II se plantea el diseño de la propuesta, enfocándose en las características del sistema financiera ya que el portafolio se direcciona a los bancos, cooperativas de ahorro y crédito y mutualistas, se describe brevemente

cada uno de los sistemas: bancarios, de cooperativas, mutualistas y casas de cambio con el fin de conocer el modo operativo de estas. La evolución del sistema financiero en el Ecuador el impacto socio económico que tiene y el porcentaje de demanda que tienen en la provincia de Cotopaxi y así como también los índices financieros.

En relación a la investigación de mercado nos muestra la definición del problema y sus objetivos, los métodos y técnicas a utilizar para la recopilación de información que se expondrá en el Portafolio financiero con el propósito de tabular y analizar los resultados.

El capítulo III se plantea la descripción del portafolio financiero dando a conocer por etapas, procesos y resultados como se formó el portafolio. Los objetivos generales y específicos del proyecto como es crear un Portafolio de Negocios del Sector Financiero Formal de la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi en el periodo 2012-2013. El índice permite indicar la ubicación de los productos, servicios, dirección entre otras cosas importantes de las entidades financieras que se encuentra en la revista financieras que lleva el logo que identifica a las 18 instituciones financieras formales regidas por la superintendencia de bancos y seguros, existentes en la ciudad de Latacunga

# **CAPITULO I**

## **1. FUNDAMENTOS TEORICOS**

### **1.1 Antecedentes Investigativos**

Como antecedentes investigativos tenemos el portafolio de negocios del sector financiero formal de la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi en el año 2012-2013 por la autora Paola Gómez estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi la causa por las que se realizó el portafolio financiero en la ciudad de Latacunga es porque existe falta de comunicación y accesibilidad a las entidades financieras regidas por la superintendencia de Bancos con el objetivo de Crear un Portafolio de Negocios del Sector Financiero Formal de la ciudad de Latacunga, para el desarrollo del objetivo se realizara una guía financiera en donde se expondrá las entidades financieras que están regidas por la superintendencia de Bancos, la información se obtendrá mediante la investigación de mercado a través de técnicas como la entrevista y la encuesta. La información que se expondrá de los Bancos, Cooperativas y Mutualistas de la ciudad de Latacunga debe contener datos actuales y reales con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes ofreciéndoles información necesaria de los servicios así como también facilitar la localización de los negocios financieros.

## 1.2 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES



**Elaborado por:** Paola Gómez

## 1.3 MARCO TEORICO

### 1.3.1 *Gestión Empresarial*

**PORTER Hitt Black (2008).** Define Gestión empresarial como: “Es la actividad empresarial que busca a través de personas (como directores institucionales, gerentes, productores, consultores y expertos) mejorar la productividad, la sostenibilidad y por ende la competitividad de las empresas o negocios. Una óptima gestión no busca sólo hacer las cosas mejor, lo más importante es hacer mejor las cosas correctas y en ese sentido es necesario identificar los factores que influyen en el éxito o mejor resultado de la gestión.”(Pág. 8,9)

**LEON Carlos (2011).** Define Gestión empresarial como: Es la actividad empresarial que busca a través de personas (como directores institucionales, gerentes, productores, consultores y expertos) mejorar la productividad y por ende la competitividad de las empresas o negocios. (Pág. 89)

La Gestión empresarial es aquella actividad empresarial que permite controlar los diferentes procesos y actividades por medio de un personal capacitado y especializado para cada función con el fin de mejorar la productividad y la competitividad de un negocio o empresa haciendo que la gestión se optima y para que esta lo sea, no solo se debe realizar con eficacia los procedimientos sino analizar las cuestiones que lleven al éxito la empresa aplicando técnicas.

Es importante si de alguna empresa o institución nos quisiéramos referir, que independientemente de la importancia que tendrá el establecimiento o aplicación de un modelo como en este caso en el proceso de Gestión empresarial, debemos también referirnos, al papel que como administradores tenemos en una organización, llamada de bienes o de servicios en la cual se debe aplicar las siguientes técnicas.

Resulta innegable la trascendencia que tiene la Gestión empresarial en la vida del hombre. Por lo que es necesario mencionar algunos de los argumentos más relevantes que fundamenta la importancia de esta disciplina:

**Universalidad:** Con la universalidad de la Gestión empresarial se demuestra que ésta es imprescindible para el adecuado funcionamiento de cualquier organismo social.

**Simplificación del Trabajo:** Simplifica el trabajo al establecer principios, métodos y procedimientos, para lograr mayor rapidez y efectividad con el fin de realizar bien los procesos y así el logro de un producto de calidad..

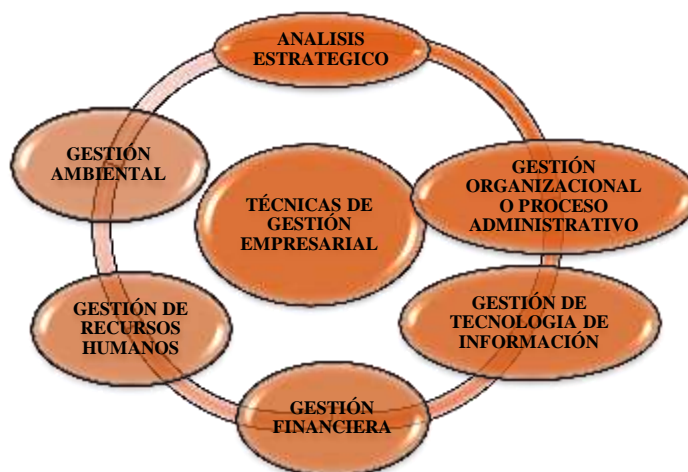
**Productividad y Eficiencia:** La productividad y eficiencia de cualquier empresa sea de productos o servicios, están en relación directa con la aplicación de una buena administración.

**Bien común:** A través de los principios de administración se contribuye al bienestar de la comunidad, ya que proporciona lineamientos para optimizar el aprovechamiento de los recursos, para mejorar las relaciones humanas y generar empleos.

El número de departamentos varía según las necesidades de la misma empresa, aunque para fines de su análisis las trataremos como el modelo ideal dado el organismo que más adelante se tratará. Esas funciones son:

## GRÁFICO N° 1

### TÉCNICAS DE GESTION EMPRESARIAL



**Fuente:** [www.eumed.net/ce/2004/drm-gu.pdf](http://www.eumed.net/ce/2004/drm-gu.pdf)

**Elaborado por:** Paola Gómez

- ✓ **Análisis Estratégico:** Se aplica un sinnúmeros de factores internos y externos que inciden en el desarrollo de la organización y sus objetivos y haciendo un análisis FODA.
- ✓ **Proceso Administrativo:** Considerado tradicionalmente como uno de los departamentos clave, ya que se encarga del óptimo aprovechamiento y de la adecuada introducción de infraestructura en un organismo o empresa.
- ✓ **Gestión Tecnológica de la información:** De suma importancia, dada su especialidad que hoy en día representa, y que sostiene en la empresa la responsabilidad de elaborar métodos eficientes en el manejo y coordinación de los sistemas de venta que la empresa ofrece a un mercado específico.
- ✓ **Gestión Financiera:** Esta área se encarga de la obtención de fondos y del suministro del capital que se utiliza en el funcionamiento de la empresa, procurando disponer de los medios económicos necesarios para cada uno de los demás departamentos, con el objeto de que puedan funcionar debidamente.
- ✓ **Gestión de Recursos humanos:** Departamento de vital importancia, ya que mediante el uso adecuado de programas de reclutamiento, selección,

contratación, capacitación y desarrollo, se allega para la empresa del personal adecuado y afín a los objetivos de la misma.

- ✓ **Gestión Ambiental:** Este departamento se enfoca en analizar las técnicas para la protección del medio ambiente con el objetivo de alcanzar niveles de calidad ambientales

## GRÁFICO N° 2

### FORMAS BÁSICAS FUNDAMENTALES PARA UNA GESTIÓN EMPRESARIAL



**Fuente:** [www.slideshare.net/efdure/gestion-empresarial](http://www.slideshare.net/efdure/gestion-empresarial)

**Elaborado por:** Paola Gómez

#### 1.3.1.1 Sistema Financiero

**SANS Jorge Soley (2010).** Define el sistema Financiero como: “El sistema Financiero de cualquier país es el conjunto de mercados e instituciones que canalizan recursos desde las unidades económicas poseedoras de ahorro a las que son deficitarias. Se puede considerar como objetivo principal de dicho sistema establecer una relación entre las personas que desean prestar o invertir dinero y las que desean endeudarse o financiarse. (Pág. 17)

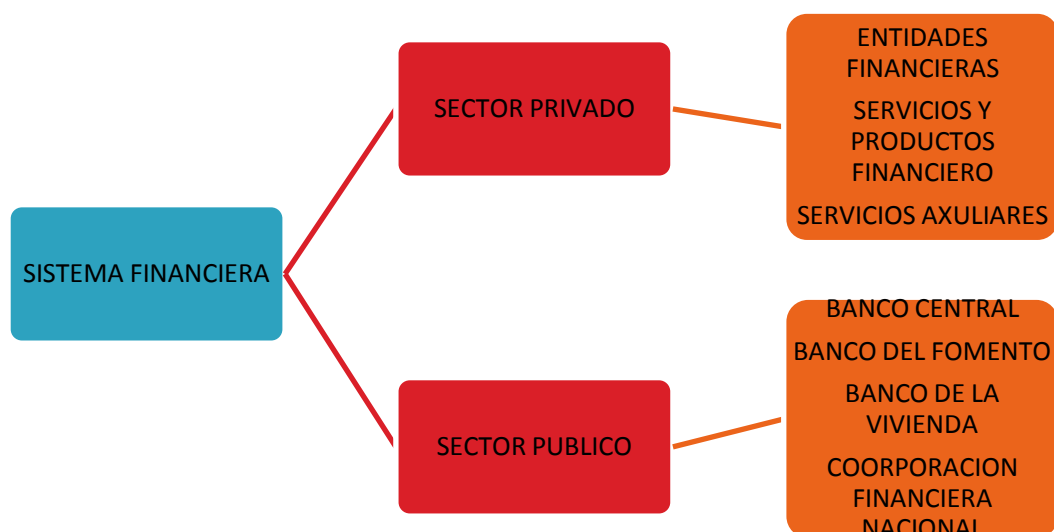
El sistema financiero está compuesto por los intermediarios o instituciones financieras (bancos, cooperativas, mutualistas) que buscan canalizar el dinero de los ahorristas que se encuentren con un superávit o incremento de montos de dinero y así destinarlos o encauzarlos aquellos que estén con déficit por medio de créditos y así también ya que la inversión propone aumentar los activos reales, no es igual que ahorrar.

### 1.3.1.2 *Organismos reguladores del sistema financiero*

El organismo o institución que supervisa las entidades financieras existente en Ecuador, inspecciona que se cumplan las leyes y normas emitidas por las reguladoras del sistema financiero. Que buscan asegurar el buen funcionamiento de los mercados financieros.

#### GRÁFICO N° 3

#### ESTRUCTURA DEL SISTEMA FINANCIERO



**Fuente:** [www.slideshare.net/crcaiza/sistema-financiero-ecuadoriano](http://www.slideshare.net/crcaiza/sistema-financiero-ecuadoriano)  
**Elaborado por:** Paola Gómez

Según la estructura del sistema financiero muestra que en el sector privado se encuentran las entidades financieras que ofertan producto y servicios regulada por la Superintendencia de bancos como son:

- Bancos
- Cooperativas de ahorro y crédito
- Mutualistas

Los servicios auxiliares presentados en el sector privado están conformados por:

- Casas de cambio
- Tarjetas de crédito
- Bolsas de valores
- Montes de piedad
- Cajeros automáticos
- Compañías de financiamiento

Los partidarios de la escuela del proceso administrativo consideran la administración como una actividad compuesta de ciertas sub-actividades que constituyen el proceso administrativo único. Este proceso administrativo formado por cuatro funciones fundamentales, planeación, organización, dirección o ejecución y control. Constituyen el proceso de la administración.

Las fases del sistema financiero están enfocadas hacia desarrollo sistemático de procedimientos que permitan el desempeño efectivo, razón por la cual una empresa utiliza la administración como base para el cumplimiento de los objetivos.

### **1.3.2 Marketing**

**LAMB W Charles, HAIR F Joseph, y MCDANIEL Carl (2009)** definen al marketing como: “Marketing es el proceso de planificar y ejecutar la concepción, asignación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para

crear intercambios que satisfagan las metas individuales y organizacionales.”(Pag.6)

**PHILIP Kotler, ANTA Mariza (2010)** define el “concepto del marketing el cual sostiene que la clave para que una organización alcance sus metas es ser más eficaz que sus competidores, es por ende que el marketing se apoya en cuatro pilares: mercado meta, necesidades del cliente, marketing integrado y rentabilidad.”(Pág.12)

Marketing es el conjunto de técnicas que a través del estudio de mercado y la aplicación de estrategias enfocadas en las P del marketing busca lograr el máximo beneficio en la venta de un producto y en si se basa de buscar las necesidades del cliente y buscar satisfacerlas con productos o servicios de calidad.

**Importancia.**-En definitiva, podríamos resumir, que el marketing es esencial, necesario en cualquier empresa, pequeña o grande, y es esencial para que la gente compre bienes/servicios de una forma incesante, para buscar una rentabilidad, una demanda estructural y sostenible, y una búsqueda de tendencias. Se entiende la tendencia no como el resultado, sino como ideas e implicaciones. Asume escenarios que no han ocurrido.

Desde el punto de vista de la empresa, el marketing genera rentabilidad y por parte del consumidor, cubre su necesidad, le facilita un momento "feliz" y hace que el cliente/consumidor prescriba el producto y la empresa.

El marketing como tal, se clasifica en tres vertientes:

- ✓ Segmentación del marketing (¿Qué voy a ofrecer?)
- ✓ Segmentación comercial (¿A quién se lo voy a ofrecer?)
- ✓ Segmentación de la publicidad (¿A quién se lo voy a vender?)

### **1.3.2.1 *Marketing Mix en las empresas de servicios***

Los especialistas en marketing utilizan una serie de herramientas para alcanzar las metas que se hayan fijado a través de su combinación o mezcla (mix). Por ello, podemos definirlo como el uso selectivo de las diferentes variables de marketing para alcanzar los objetivos empresariales de servicios.

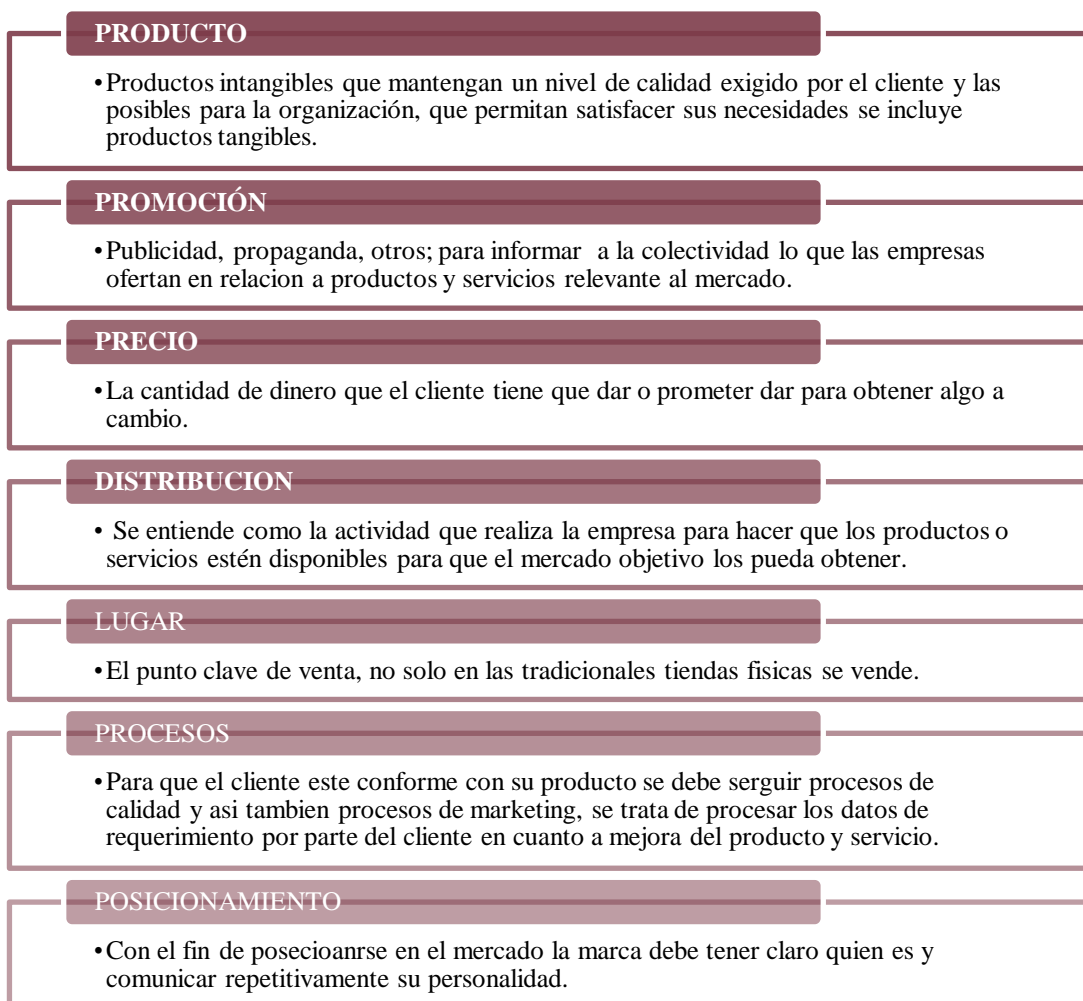
**Importancia.**-El marketing mix buscará conocer cuáles son las necesidades actuales y futuras de los clientes, como también detectar nuevos nichos de mercado, entre otras acciones. Es por eso que las entidades financieras deberán realizar un análisis de las diferentes variables que componen el entorno y las que se encuentren en el interior de la organización, permitiendo a las empresas financieras sobrevivir y tener un mejor posicionamiento en el mercado financiero.

También analizará las necesidades de los clientes y de las pequeñas, medianas empresas fomentando el emprendimiento laboral, la evolución del mercado identificando los diferentes servicios y los segmentos actuales y potenciales. El marketing mix realizará un análisis minucioso y continuo del mercado así como también del desarrollo de los servicios que buscan canalizar el ahorro y promover el sistema crediticio que ayuden a resolver los problemas financieros de la población.

Existen 7 variables mercadológicas conocidas como las P del marketing mix, que se establece en la actualidad en las empresas de servicios las cuales poseen aspectos íntegramente esenciales para alcanzar el beneficio deseado a través del producto y servicio.

## GRÁFICO N° 4

### LAS 7P DEL MARKETING MIX DE EMPRESAS



**Fuente:** <http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/marketing-mix-las-4-p-del-marketing.html>

**Elaborado por:** Paola Gómez

### 1.3.3 Marketing Estratégico

**MUÑOZ Rafael (2012)** define el marketing Estratégico como: “Orientar a la empresa en busca de oportunidades y diseñar un plan de actuación que consiga los objetivos buscados. Se requiere, del análisis continuo de las diferentes variables del DAFO, no sólo de nuestra empresa sino también de la competencia en el mercado. En este contexto las empresas en función de sus recursos y capacidades

deberán formular estrategias de marketing que les permitan adaptarse a dicho entorno y adquirir ventaja a la competencia.”. (pág. 26)

**RODRIGUEZ Ana Isabel (2009)** Define al Marketing Estratégico como: “La correcta identificación de las oportunidades del mercado como la base para la planificación y crecimiento del negocio a diferencia del marketing que enfatiza las necesidades del consumidor y el marketing estratégico enfatiza las necesidades del cliente y competencia”. (pág. 271)

El marketing estratégico se enfoca en lograr los objetivos planteados por las empresas a través de métodos estratégicos, así como también el de estudiar a la competencia por el método DAFO que consiste en Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades. Las herramientas que utiliza el marketing estratégico no solo para sobrevivir sino para posesionarse en el mercado se basan en realizar un buen plan estratégico que permita obtener ventajas competitivas.

Una de las características más útiles e importantes del marketing estratégico consiste en poder planificar, con bastante garantía de éxito, el futuro de nuestro sector financiero, basándose en el diseño de los productos y servicios los cuales se direccionen en las necesidades del mercado y vayan dirigidos a su satisfacción.

Por tanto, el marketing estratégico busca conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, localizar clientes actuales y potenciales, buscando mejorar las vías de éxito de negocios o instituciones mediante estrategias que busquen solucionar los problemas de los entes financieros y satisfacer las necesidades de los clientes enfocándose en los productos y servicios.

### **1.3.3.1 *Plan de Marketing Estratégico***

**BUILTRAGO Magda (2012)** define el plan de marketing estratégico como: “El plan de marketing es un documento que identifica las oportunidades para la empresa y detalla como penetrar, capturar y mantener posiciones deseadas en

mercados identificados, se analizan nuevas amenazas y oportunidades de negocio así como la rentabilidad de los mercados y productos actuales.”. (pág. 3-4)

**JARAMILLO Néstor (2008)** define el plan de estratégico de marketing como: ”Una herramienta gerencial que describe el proceso administrativo de crear y mantener un buen acoplamiento entre los objetivos y recursos de la empresa y el desarrollo de oportunidades del entorno, comprende también el diseño de las actividades relacionadas con la comercialización y el ambiente cambiante del marketing”. (pág. 31-32)

El plan de marketing estratégico es una herramienta que nos permite conocer los pasos a seguir para el logro de los objetivos a través del funcionamiento de la mezcla del marketing, producto, promoción, precio, y la distribución.

Así como también mantener el posicionamiento en el mercado y buscar nuevos mercados metas analizando la rentabilidad y determinando tiempos con el fin de alcanzar los objetivos planteados.

Cabe mencionar que el plan de marketing estratégico está relacionado con todos los departamentos de la compañía, enfatizado en la comercialización a través de los recursos que posee la empresa.

### **1.3.3.2 Alcance del plan estratégico de marketing**

Lo que caracteriza al plan marketing estratégico es que se realiza a largo plazo enfatizando las metas a corto plazo, es así que la mayoría de los gerentes elaboran un plan de marketing para unos 3 o 5 años pero con revisiones anuales midiendo los recursos de la empresa con el fin de realizar un plan para un año en concreto.

### **1.3.3.3 Tendencias Estratégicas en el Sistema de Prestación de Servicios Bancarios**

**DIAZ De Santos (2008)** Se define las Tendencias Estratégicas en el sistema de prestación de servicios Bancarios “Tanto en el mercado empresarial como el minorista, se ofrece una diversidad creciente de sistemas de prestación de servicios, una mayor flexibilidad en cuanto al momento de la prestación y una variedad de métodos para realizar transacciones financieras, los puntos de distribución están especializándose cada vez más y dirigiéndose a grupos concretos de consumidores. (pág. 15)

**DIAZ De Santos (2008)** Se define las Tendencias Estratégicas en el sistema de prestación de servicios Bancarios como: “La más evidente de estas tendencias ha sido el creciente interés por proporcionar fuentes de servicio para atender a clientes minorista y a empresas, como consecuencia de la aplicación de una estrategia que tiene a separar la banca mayorista del minorista”. (pág. 251)

En la actualidad las estrategias de las entidades financieras es otorgar sus servicios a través de las sucursales que se enfocan en clientes mayorista como empresas, microempresas, instituciones, negocios, como también se crearon los banco en casa o conocidos también como bancos del barrio que su creación se direccionan particularmente en los mercados minoristas como personas que acuden por el pago de luz, agua, pago a escuelas, el bono, depósito y retiros en cantidades básicas, entre otros, con el fin de que exista facilidad de adquirir los producto o servicios minimizando tiempo y espació.

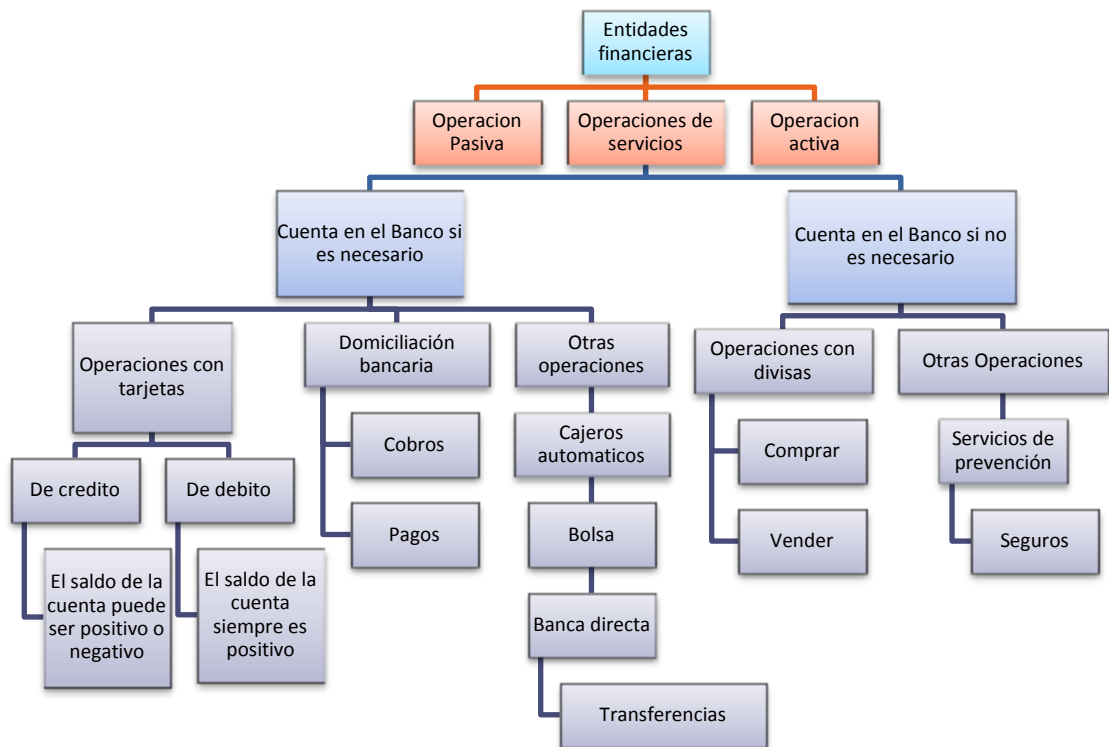
Las funciones de las entidades financieras se desempeñan básicamente en captar los recursos financieros para que después se pague en forma de interés al cliente (cuentas de ahorro), a diferencia de las operaciones activas que se refiere a la prestación de servicios financieros en el cual se cobra un interés por la prestación (cuentas de corrientes). Y en relación a las operaciones de servicio, estas se basan en transferencias bancarias. Gráfico # 5.

La cuenta en el banco si es necesario se trata de las captaciones y prestaciones de servicios que son directamente en el banco así como las tarjetas de débito y crédito.

La cuenta en el banco no es necesaria, son operaciones de divisas y transacciones online que buscan agilizar un servicio en cualquier parte si tiene alguna cuenta en una entidad financiera que tenga este servicio

### GRÁFICO N° 5

#### FUNCIONAMIENTO DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS



**Fuente:** Ecuacomercio

**Elaborado por:** Paola Gómez

### **1.3.4 Portafolio de Negocios**

**BUSSINESCOL** define a portafolio de negocios como: “Comprende las divisiones, líneas y unidades estratégicas de un negocio. Todos los elementos están relacionados debido a que todos buscan alcanzar los objetivos generales de la empresa.”(pág. 3)

Un portafolio es una herramienta dinámica y eficaz para mostrar a los consumidores lo que un negocio es capaz de lograr. Es indicativo de lo mucho que ha hecho en su campo particular, las condiciones de su negocio, sus metas y lo que la gente puede esperar cuando hagan negocios.

#### **1.3.4.1 El portafolio puede contener:**

- ✓ Un grupo de activos. Para los individuos, una cartera puede incluir acciones, bonos, bienes inmuebles de alquiler, cuentas bancarias, entre otros. Para las empresas, es una cartera de todos los activos incluidos en el balance de la empresa.
- ✓ Una colección de trabajos creativos que pueden ser puestos a disposición de un empleador o empleador potencial.

#### **1.3.4.2 Estructura del portafolio de negocios**

Para el desarrollo del portafolio de negocios hemos determinado el siguiente esquema en el cual constan los aspectos más relevantes sobre el sector financiero; a continuación se detalla el contenido:

- ✓ **Situación actual:** Analizar el desempeño del sistema financiera ecuatoriano.
- ✓ **Antecedentes de la empresa:** Aspectos más relevantes de la empresa identificando segmento de mercado, su magnitud, logros y principalmente su trayectoria.

- ✓ **Misión, visión:** Dar a conocer cuáles son los propósitos de la empresa así como lo que espera llegar a ser a futuro.
- ✓ **Valores institucionales:** Cuáles son los valores que aplica el negocio para desarrollarse en el mercado.
- ✓ **Reseña histórica:** Relatar la evolución de la empresa desde sus comienzos hasta la actualidad.
- ✓ **Análisis situacional:** Análisis de oferta de bienes que se ofertan, situación actual en el mercado.
- ✓ **Tamaño de empresa:** Determinar el tamaño de la empresa de acuerdo al capital y cantidad de talento humano.
- ✓ **Cartera de créditos:** Establecer las tasa de crecimiento del crédito a comparación de los años anteriores.
- ✓ **Mercado:** bienes o servicios que oferta y cuál es su mercado.
- ✓ **Estándares de calidad:** normas y protocolos internacionales que deben cumplir productos de cualquier índole para su distribución y consumo por el cliente final.
- ✓ **Liquidez:** Esto permite conocer los activos que tiene cada institución financiera y la rapidez que las cuales se pueden hacer efectivas sin perder su valor.
- ✓ **Depósitos:** Son las operaciones financieras. Estoreporta una rentabilidad fija o variable de la institución financiera.
- ✓ **Rentabilidad:** *Beneficios* arrojados en un determinado tiempo por una inversión realizada.

#### **1.3.4.3 Resumen ejecutivo sobre el proyecto editorial.**

Establecer la línea editorial de la nueva revista, contenidos, estilo y presentación que se adapta mejor al público, estableciendo las intenciones de fondo que inspiraren a la publicación y que guiarán su desarrollo a lo largo del tiempo. Además habrá que incluir las prioridades informativas de la revista y el estilo general (logotipos, noticioso, analítico, novedoso, etc.) y sobre todo enfocarse a

dar información necesaria y clara de las entidades financieras formales que se encuentran en la ciudad de Latacunga.

#### **1.3.4.4 Componentes de estudio para la elaboración del portafolio de negocios**

##### **1.3.4.4.1 Calidad en el diseño y en el producto o servicio**

Para obtener productos y servicios de calidad, debemos asegurar su calidad desde el momento de su diseño. Un producto o servicio de calidad es el que satisface las necesidades del cliente, por esto, para desarrollar y lanzar un producto de calidad es necesario:

- ✓ Conocer las necesidades del cliente.
- ✓ Diseñar un producto o servicio que cubra esas necesidades.
- ✓ Realizar el producto o servicio de acuerdo al diseño.
- ✓ Conseguir realizar el producto o servicio en el mínimo tiempo y al menor costo posible.
- ✓ Dar servicios y ventajas competitivas y su relación con los productos y servicios disponibles.

##### **1.3.4.4.2 Diseño**

El diseño de un nuevo producto se puede resumir en estas etapas:

- Elaboración del proyecto: su Calidad dependerá de la viabilidad de fabricar y producir el producto según las especificaciones planificadas.
- Definición técnica del producto
- Control del proceso de diseño

##### **1.3.4.4.3 Producto o servicio**

Para evaluar la calidad de un producto se puede contar con estos indicadores:

- ✓ La calidad de conformidad: es la medida en que un producto se corresponde con las especificaciones diseñadas, y concuerda con las exigencias del proyecto.
- ✓ La calidad de funcionamiento: indica los resultados obtenidos al utilizar los productos ofrecidos.
- ✓ Enfocarse al tipo de servicio financiero que ofrece a sus clientes, a nivel internacional, doméstico y profesional

#### ***1.3.4.4.4 Calidad en la prestación de servicios***

Las entidades financieras replanteen su estructura con el objetivo de crecer en competitividad y rentabilidad es por ende que ofertan servicios y productos regulados por la superintendencia de bancos y su vez ofreciendo un el asesoramiento personalizado y profesional asía al cliente mostrando alternativas que cumplen los requisitos necesarios a su necesidad y garantizando la calidad del servicio.

#### ***1.3.4.4.5 Verificación de los servicios y productos a adquirir***

El control de recepción consiste en verificar que los productos o servicios adquiridos tienen la calidad deseada, y cumplen las especificaciones.

La verificación es una forma muy sencilla de detectar los productos defectuosos, pero sin embargo se tiende a la desaparición de ésta debido a los inconvenientes que lleva asociados:

- Grandes costes que no mejoran la calidad del producto (no aporta un valor añadido al producto producido por una mala verificación cuando no se posee un modelo o patrón de comparación como normas).
- En algunos casos la empresa no cuenta con los sistemas necesarios para inspeccionar ciertas características de los productos.

- La inspección del 100% de los productos recibidos no asegura que todos los productos aprobados estén libres de defectos, es por tal motivo que para grandes lotes se debe de realizar muestreos representativos, a veces sugeridos, a veces impuestos.
- Hay casos en los que el propio control cuando se hace parte del proceso de producción puede provocar defectos, es importante el mantener la distancia e independencia para la verificación.

#### ***1.3.4.4.6 Calidad***

Es el acuerdo establecido entre el comprador y el proveedor, según el cual, se atribuye al proveedor una determinada responsabilidad sobre la calidad de los lotes suministrados, que deben satisfacer unos niveles de calidad previamente convenidos. Este acuerdo conviene firmarlo en forma de contrato.

#### ***1.3.4.4.7 Representación de la marca***

La imagen de la marca pone a disposición toda la gama de productos y servicios propios que ofrece a los demandantes a través de:

- Plataformas tecnológica muy avanzada y fáciles de utilizar
- Simuladores de productos.
- Personal capacitado.

#### ***1.3.4.4.8 Herramienta de apoyo***

Una herramienta debe ser un elemento clave en la captación y gestión del cliente que busque un asesoramiento en la necesidad buscando evolucionar día a día y fidelidad sus clientes como página web.

#### **1.3.4.4.9 Gestión de la calidad en los servicios**

Una de las primeras acciones en la calidad de servicio, es averiguar quiénes son los clientes, qué quieren y esperan de la organización. Solo así se podrán orientar los productos y servicios, así como los procesos, hacia la mejor satisfacción de los mismos.

#### **1.3.4.4.10 El servicio de calidad al cliente**

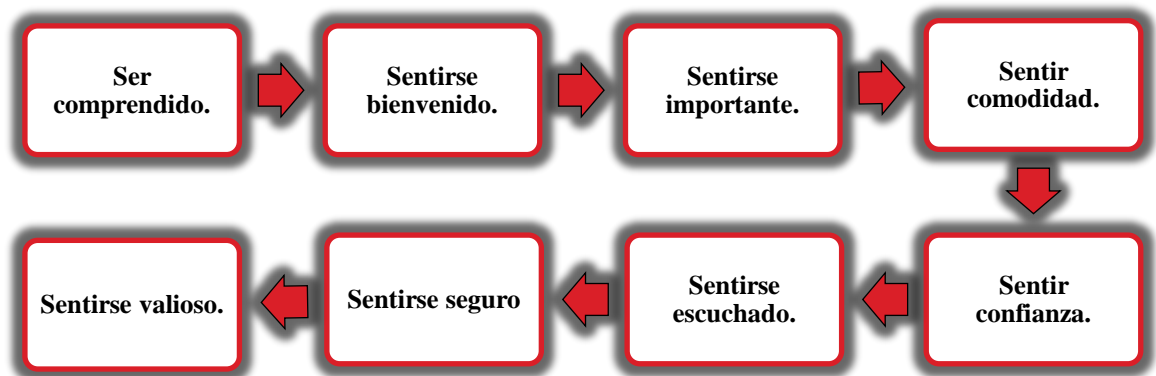
Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o el servicio básico. Para dar el mejor servicio se debe considerar el conjunto de prestaciones que el cliente quiere:

- El valor añadido al producto.
- El servicio en sí.
- La experiencia del negocio.
- La prestación que otorga al cliente.

Las principales necesidades básicas de un cliente son:

### **GRÁFICO N° 6**

#### **NECESIDADES BÁSICAS DEL CLIENTE**



**Elaborado por:** Paola Gómez

La importancia de la gestión de la calidad del servicio

La importancia de la calidad en el servicio se puede entender por las siguientes razones:

- ✓ Crecimiento de la industria del servicio.
- ✓ Crecimiento de la competencia.
- ✓ Mejor conocimiento de los clientes.
- ✓ Calidad de servicio hacia el cliente, quedando satisfecho según su perspectiva.
- ✓ El servicio de atención al cliente

Para poder realizar una adecuada atención al cliente se debe:

- ✓ Identificar quienes son los clientes.
- ✓ Agruparlos en distintos tipos.
- ✓ Identificar las necesidades de los clientes, así como saber dónde y cómo lo quieren los clientes además del aumento en cuanto a la productividad, es esencial para toda empresa.

#### ***1.3.4.4.11 La calidad de los datos como factor crítico de éxito de los sistemas de información***

La calidad de los datos, la falta de calidad de los datos es uno de los principales problemas a los que se enfrentan los responsables de sistemas de información y las empresas en general, pues constituye uno de los problemas "ocultos" más graves y persistentes en cualquier organización.

## **CAPÍTULO II**

### **2. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO FINANCIERO FORMAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA**

En la actualidad las entidades financieras formales se encuentran regidas por la superintendencia de bancos del Ecuador, por lo que les hace confiables, esto permite que estas instituciones estén especializadas para asesorar en forma efectiva a los clientes enfocándose en los problemas y mostrando alternativas financieras para el desarrollo de sus metas. Entre otras acciones las entidades financieras formales se enfocan en impulsar el desarrollo económico para darles una mejor calidad de vida tanto para las personas como pequeñas y grandes empresas con el fin de satisfacer las necesidades por medio de un accesoriamiento financiero.

Debido a las necesidades que han presentado las personas, empresas o instituciones, las instituciones del sector financiero formal están ofertando productos o servicios que tengan como objetivo cumplir con las expectativas de los clientes otorgando beneficios o facilidades para el empuje de sus actividades económicas.

Así como también en relación con las entidades financieras formales pretenden dar a conocer repetitivamente los productos y servicios en diferentes canales de comunicación con el fin de captar cliente a través del portafolio financiero formal ya que el cliente pierde tiempo en buscar un ente financiero seguro que ofrezca un servicio que cumpla con las expectativas, como también reducir los recursos

económico que implica encontrar un ente financiero que otorgue un servicio accesible.

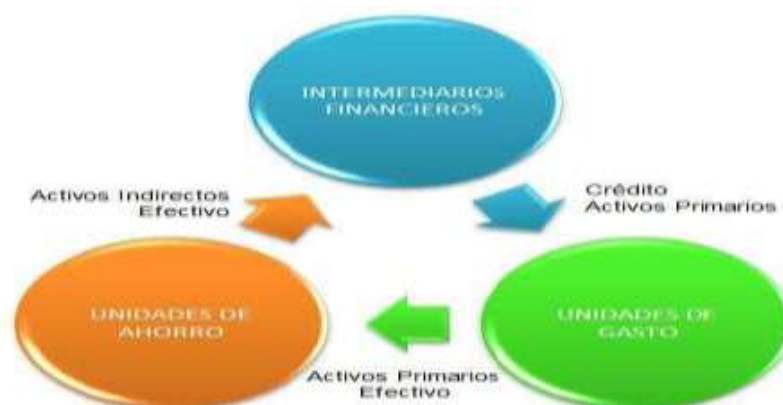
## 2.1 Caracterización del Sistema Financiero

**ANDRADE Rubén Darío (2009)**, define al Sistema Financiero como: “Conjunto de organismo, instituciones y entidades controladas por principios y normas legales, constitucionales y reglamentarias cuya finalidad es conseguir el desarrollo ordenado y equilibrado de la economía del país, canalizando los recursos financieros de las familias o unidades que disponen de excedentes, hacia las familias, fomentando el ahorro, facilitando su utilización. (Pág103).

El sistema financiero se caracteriza por estar conformado por un conjunto de instituciones que tiene como objetivo organizar el mercado y la circulación de flujos monetarios en la economía del País, estableciendo un sector de servicios que se encarguen de ser intermediarios entre la oferta (Personal capacitado para brindar asesoramiento financiero) y demanda (clientes con necesidades de dinero), los cuales no solo buscan créditos sino el canalizar su ahorros e inversiones.

### GRÁFICO N° 7

#### PROCESO DE INTERMEDIACIÓN FINANCIERA



Fuente: Belzunegui  
Elaborado por: Paola Gómez

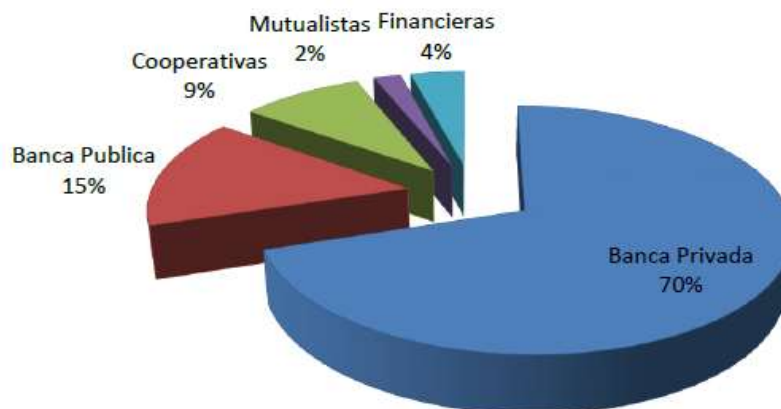
Las funciones del sistema financiero está compuesta por un intermediario que en este caso son las entidades financieras las cuales canalizan los ahorros e inversiones de los clientes (unidades de ahorro) con el fin de otorgar créditos que fomenten el crecimiento económico del País, región o ciudad (unidades de gastos).

### 2.1.1 Clasificación del sistema financiero

El sistema financiero se encuentra conformado por entidades financieras que están destinadas a prestar sus servicios a los diferentes segmentos de mercado como son:

GRÁFICO N° 8

#### CLASIFICACIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO



**Fuente:** [www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica](http://www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica)

**Elaborado por:** Paola Gómez

La Banca privado en el 2012 tiene un posicionamiento con el mayor porcentaje en el mercado financiero del 70% esto se debe a los diferentes servicios y productos que ofertan con tasas de interés a conveniencia del cliente, seguida por la Banca Pública con el 15% de participación, a consideración de las cooperativas de ahorro y crédito están con un 9% cabe recalcar que estas no tienen antigüedad de posicionamiento en el mercado, las mutualistas conforman un 2% de aceptación

en el mercado y finalizando se encuentran las financieras como son los cajeros automáticos, montes de piedad, casas de cambio entre otras que se ubican con un 4%.

## **2.2 Descripción de las Entidades Financieras formales**

Las entidades financieras formales se encuentran regidos por la superintendencia de bancos y cooperativas del Ecuador, la cual busca que cada banco, cooperativa, mutualista permitan canalizar los ahorros hacia la inversión y a su vez que sean confiables y seguros al momento de prestar un servicio y producto financiero a los clientes en las cuales se encuentra:

- Bancos
- Cooperativas de ahorro y crédito
- Mutualistas
- Casas de cambio
- Compañías de servicios

### **2.2.1 Sistema Bancario**

Los bancos son los que se enfocan en presentar a los clientes acorde a las necesidades una estructura de créditos confiable, ser entidades dominantes, y ofertar productos financieros eficientes y rigiéndose a las nuevas políticas planteadas y así se clasifican en dos grandes grupos como son:

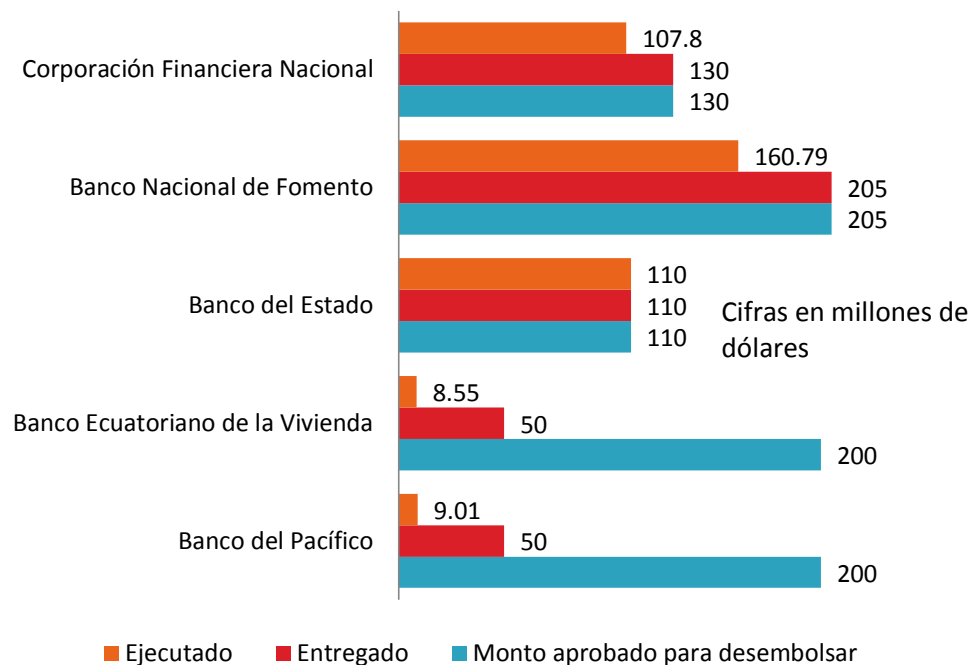
- Banco Público
- Bancos Privados

#### **2.2.1.1 Bancos Públicos**

Es una entidad financiera cuyo accionista prioritario es el Estado, las cuales presentan un sin número de funcionamiento como el de controlar, aplicar políticas

monetarias y en algunos casos el de estimular el desarrollo socioeconómico del país en las cuales están constituidas las siguientes:

### GRÁFICO N° 9 CRÉDITOS DE LA BANCA PÚBLICA



**Fuente:** [www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica](http://www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica)

**Elaborado por:** Paola Gómez

Las cinco instituciones financieras públicas que se observa en el gráfico han recibido \$845 millones de la Reserva Internacional de Libre Disponibilidad (RILD) han colocado \$396,15 millones en créditos, desde diciembre de 2009 hasta la actualidad.

Esto se debe a que el Banco del Pacífico y el Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV) solo han logrado desembolsar \$9,01 millones y \$8,55 millones, respectivamente.

El principal motivo para que la colocación de créditos ni siquiera alcance los \$10

millones en entidades a las que ya se les entregó \$100 millones tendría que ver con una baja capacidad de ejecución.

Por el contrario, el Banco del Estado (BEDE), que recibió \$110 millones por parte del Banco Central del Ecuador (BCE), pudo colocar ese capital en el primer cuatrimestre del año.

Asimismo, el Banco Nacional de Fomento (BNF) realizó préstamos por más de \$160 millones, en su mayoría dirigidos a los beneficiarios del bono de desarrollo humano (\$840, a dos años plazo).

### **2.2.1.2 Bancos Privados**

Las entidades financieras son aquellas que conforman la mayor parte del sistema financiero privado del País, las cuales están encargadas de captar depósitos para transferirlos al sector productivo con el fin de incentivar el crecimiento económico de la población que se encuentran con déficit.

**TABLA N° 1**

#### **CATEGORIZACIÓN DE LOS BANCOS PRIVADOS EN EL ECUADOR**

<b>BANCOS PRIVADOS GRANDES</b>	<b>BANCOS PRIVADOS MEDIANOS</b>	<b>BANCO PRIVADOS PEQUEÑOS</b>
BP Guayaquil	BP Austro	BP Amazonas
BP Pacífico	BP Bolivariano	BP Cofiec
BP Pichincha	BP General Rumiñahui	BP Comercial de Manabí
BP Produbanco	BP Internacional	BP Litoral
	BP Machala	BP D-Miro S.A
	BP Promerica	BP Loja
	BP Citibank	BP Sudamericano
		BP Territorial

		BP Solidario
		BP Unibanco
		BP Coopnacional
		BP Procredit
		BP Capital
		BP Finca
		BP del Bank

**Fuente:** <http://www.andes.info.ec/es/noticias/bancos-privados-ecuador-ganaron-235-millones-dolares-enero-2014.html>

**Elaborado por:** Paola Gómez

La clasificación muestra que hay un nivel mínimo de bancos grandes, que quiere decir que estos bancos tienen mayores activos, comparando con un porcentaje de 10% en la participación en el mercado se determinaría de la siguiente forma. Con un 9% de participación se ubica los bancos privados grandes, con un igual o mayor al 2% de participación en el mercado se definen a los Bancos Privados medianos y como último punto el menor del 2% de participación se ubica los bancos privados pequeños.

En el Ecuador la banca privada se enfatiza en ser regulada por la superintendencia de bancos y seguros con la finalidad de garantizar la solvencia y la seriedad de los productos y servicios que ofertan a los clientes.

La Superintendencia de Bancos del Ecuador muestra en enero 2014 los porcentajes de las utilidades de los 3 bancos más grandes del país: el Banco de Pichincha posee el 22.4% de utilidades, seguido por el Banco de Guayaquil con el 18.3% y el Banco del Pacífico con el 13.3%, esto indica que los bancos obtuvieron las mayores ganancias.

### ***2.2.2 Sistema de Cooperativas***

En relación a las cooperativas que se encuentra regidas por la superintendencia de bancos y cooperativas, se observa una evolución y un ejemplo de superación, tal es el caso de la crisis de los noventa, en la cual la gente perdió la confianza al sistema bancario, en ese momento las cooperativas de ahorro y crédito aprovechan y ofertan sus mejores servicios a los clientes ganándose poco a poco la confianza de la gente y así abriéndose campo en los sectores económicos del país.

El éxito de las cooperativas en el sector económico se direcciona en las finanzas sociales las cuales se enfocan en satisfacer las necesidades comunes de la población siendo un compromiso de presentar servicios, ya que esto motiva crear nuevas formas de organización no solo de empresas sino de sectores populares que incentiven al emprendimiento e iniciativa a mejor la vida de la población.

Las cooperativas están creciendo incluso más rápido que los bancos, y es así como surgen como un sistema paralelo al sistema bancario para apoyar a los pequeños productores agrícolas, artesanos, comerciantes minoristas, obreros en general, que carecen de condiciones para ser sujetos de crédito en los bancos.

Las cooperativas registraron un crecimiento crediticio incluso las cooperativas no reguladas en Ecuador tienen un incremento de activos, lo que las hace comparables en tamaño con los bancos pequeños del país.

En el 2011, los bancos pequeños y medianos anotaron un crecimiento de 18,7% en su cartera de préstamos combinados, a US\$5.146mn, mientras que las cooperativas reguladas registraron una expansión de 39,5%, a US\$2.434mn, de acuerdo con las estadísticas de la SBS.

Actualmente, el regulador supervisa 40 cooperativas, aunque también existen miles de otras no reguladas operando en el país, y ya se encuentra aprobada la nueva legislación para establecer un regulador para el sector de las cooperativas,

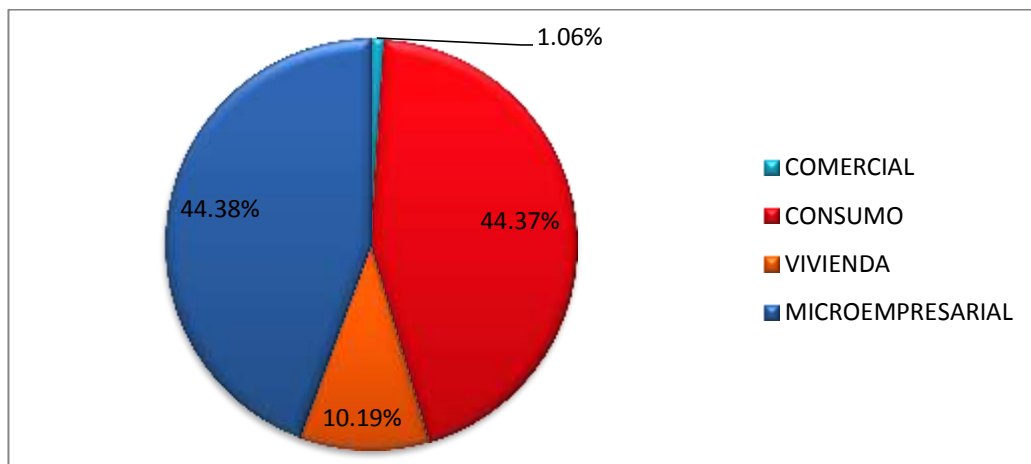
pero sigue habiendo preocupación respecto de la capacidad del dicho organismo para supervisar tantas instituciones.

La conformación porcentual de la cartera bruta estuvo liderada por la cartera de consumo con 49,8% seguida por la de microempresa con el 39,1%; vivienda con 8,2% y comercial (2,9%).

Y en la actualidad las cooperativas de ahorro y crédito se encuentran en el segundo lugar en la tasa de crecimiento, ocupando el primer lugar los bancos privados.

### GRÁFICO N° 10

#### DESCOMPOSICIÓN DE LA CARTERA EN LAS COAS



**Fuente:** <http://www.slideshare.net/bancafinanzas/ifis-el-cooperativismo-en-ecuador>  
**Elaborado por:** Paola Gómez

La descomposición de la cartera de crédito de las cooperativas muestra en porcentajes como se dirigen a los diferentes segmento de mercado, así como, con el mayor porcentaje del 44.38 está dirigido al segmento Microempresarial, seguido por el porcentaje del 44.37 el segmento de Consumo, así como también con un 10.19% se encuentra el segmento de Vivienda, y por ultimo esta con un 1.06% el segmento de Consumo Esto muestra que las cooperativas se enfatizan en otorgar créditos a los pequeños negocios con el fin de mejorar la economía del país, enfatizándose en la población emprendedora.

### 2.2.3 Sistema de Mutualistas

El sistema de las mutualistas aparece en el Ecuador el 23 de mayo de 1961 ante el elevado déficit de incapacidad operativo del Banco Ecuatoriano de la vivienda para cubrir esa demanda sin fines de lucro.

Según el artículo 51 de la Ley de entidades del sistema financiero, reglamenta que las “Asociaciones Mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda” se encuentran facultadas para realizar las mismas actividades que las Cooperativas de ahorro y crédito.

Las Mutualistas situadas en el País se enfocan en ofertar productos de captación similares a las Cooperativas y colocación vinculadas exclusivamente a los proyectos de vivienda emprendidos por la institución.

#### TABLA N° 1 SERVICIOS QUE OFERTAN LAS MUTUALISTAS CON MAYOR COBERTURA

MUTUALISTAS CON MAYOR  
COBERTURA OFERTA:



- CREDITOS PARA LA MICROEMPRESAS
- EMISION DE TARJETAS DE CREDITO CON PROVEEDORES INTERNACIONALES
- MANEJO DE REMESAS
- PAGO DE SERVICIOS BASICOS
- RECAUDACION DE SOAT
- ENTRE OTROS

**Fuente:** [utpl.edu.ec/bitstream/123456789/3021/1/Aldaz%20Tobar%20Rene%20Marcelo.pdf](http://utpl.edu.ec/bitstream/123456789/3021/1/Aldaz%20Tobar%20Rene%20Marcelo.pdf)  
**Elaborado por:** Paola Gómez

## 2.2.4 Sistema de Casa de Cambio

Casa de cambios en el Ecuador, es la compañía anónima de servicios financieros, autorizada por la Superintendencia de Bancos y Seguros, para que en forma habitual y permanente y dentro de su objeto social realice operaciones de compra – venta o cambio de divisas conocidas como monedas de diferentes países en el mercado libre de cambios.

En otros países las casas de cambio se pueden constituir bajo otras formas jurídicas, e incluso la actividad cambiaria puede correr a cargo del estado.

### GRÁFICO N° 11

#### PERFIL ECONÓMICO DEL CANTÓN LATACUNGA



**Fuente:** [www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica](http://www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica)

**Elaborado por:** Paola Gómez

En Latacunga existe diferentes actividades comerciales y de producción que en esta investigación se enfocaran las más relevantes como son las productivas, comerciales y de servicios, que las entidades financieras apoyan para el crecimiento y evolución de su económico sea de personas, negocios o empresas por medio de créditos y de la canalización directa de ahorros hacia la inversión productiva que ayudan a evitar el uso ineficiente de recursos financieros.

La existencia de un banco, cooperativa, mutualista entre otras, que ofertan diferentes alternativas financieras, permite que exista una fuente de

financiamiento a menor costo sea para las empresas o personas que buscan una alternativa de préstamo o ahorro. Esto promueve que en la ciudad de Latacunga se incorporen nuevas microempresas que cubran con las necesidades de los clientes y se disminuya las tasas de desempleo. Y en relación a las entidades financieras esto ayudara a captar capitales e inversiones que incrementen la solvencia de la entidad.

### **2.2.5 Evolución del sistema Financiero**

En la última década este servicio de prestación de servicios financieros sufrió importante transformaciones fruto de haber atravesado momentos marcados en la historia financiera, como fue precisamente la crisis surgida en el año 1999, la que llevo al país de Ecuador a cambiar su política económica del sucre a adoptar un nuevo esquema denominado Dolarización.

En la ciudad de Latacunga los bancos y cooperativas de ahorro y crédito con mayor participación en la prestación de servicios a los clientes, tomando en cuenta el segmento de mercado que están dirigidos.

### **CUADRO N° 1**

#### **ÍNDICE DE LA DEMANDA SERVICIOS FINANCIEROS DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS FORMALES**

<b>CLIENTES</b>	
<b>POR PROVINCIAS ABRIL 2012</b>	
Guayas	2319302
Pichincha	1904968
Azuay	387037
Manabí	340222
El Oro	248016
S. D de los Colorados	197776
Loja	191624
Tungurahua	184039
Los Ríos	172726
Imbabura	150564
Esmeraldas	114038

Chimborazo	108750
Santa Elena	84889
<b>Cotopaxi</b>	<b>81705</b>
Cañar	80627
Sucumbíos	51914
Orellana	41034
Carchi	30028
Morona Santiago	22792
Zamora Chinchipe	19015
Napo	16692
Pastaza	15830
Bolívar	15276
Galápagos	13641

**Fuente:** [www.sbs.gob.ec/practg/p\\_index](http://www.sbs.gob.ec/practg/p_index)

**Elaborado por:** Paola Gómez

Los clientes buscan obtener productos o servicios de calidad, que exista diferentes opciones las cuales sean las más óptimas para poder lograr satisfacer sus necesidades como clientes es por ende que se presenta en el gráfico la totalidad de demandantes de las entidades financieras reguladas existentes en cada provincia del Ecuador con un total de 7792505 clientes.

En la provincia de Cotopaxi la demanda es de 81 705 clientes en el 2012 esto ha promovido la evolución del sector económico de la provincia y sus cantones y en especial de la ciudad de Latacunga.

### **2.2.6 Indicadores Financieros**

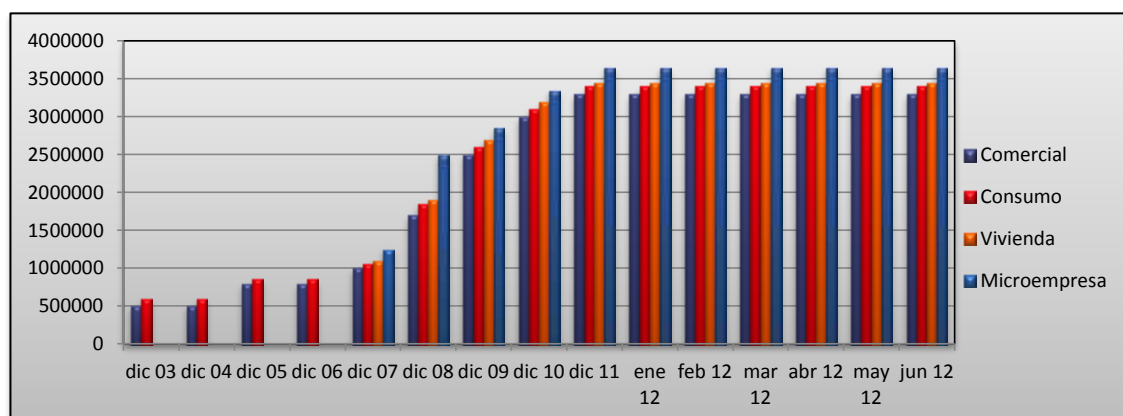
Entre los indicadores financieros más importantes y que se encuentran reguladas por la superintendencia de bancos y seguros se encuentran:

- Índices de cartera
- Tasas activas, referenciales
- Rentabilidad
- Liquidez
- Morosidad

Las instituciones financieras como la economía del país con el tiempo han ido creciendo es por eso que se presentan diferentes servicios o productos con el fin de garantizar el dinero que los clientes le confían a bancos, cooperativas o mutualistas, mutualista, sociedades financieras. Este tipo de instituciones financieras son las que se presentan en la investigación planteada.

## GRÁFICO N° 12

### EVOLUCIÓN DE LA CARTERA DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS



Fuente: [www.sbs.gob.ec/practg/p\\_index](http://www.sbs.gob.ec/practg/p_index)

Elaborado por: Paola Gómez

## CUADRO N° 2

### TASAS ACTIVAS MÁXIMAS Y REFERENCIALES OTORGADOS A LOS SEGMENTOS ECUADOR 2013

Segmento	Tasa activa efectiva máxima				Tasa referencial		Diferencia sep. - 07 Ene 13	
	Sep-07	Oct-08	Jun-09	Ene-13	Sep-07	Ene-13	Máxima	Ref.
Productivo corporativo	14.03	9.33	9.33	9.33	10.82	8.17	- 4.70	- 2.65
Productivo empresarial(1)	n.d.	n.d.	10.21	10.21	n.d.	9.53	-	-
Productivo PYMES	20.11	11.83	11.83	11.83	14.17	11.20	- 8.28	- 2.97
Consumo (2)	24.56	16.30	18.92	16.30	17.82	15.91	- 8.26	- 1.91
Consumo minorista (3)	37.27	21.24	-	-	25.92	-	-	-
Vivienda	14.77	11.33	11.33	11.30	11.50	10.64	- 3.4	- 0.86
Microcrédito minorista (4)	45.93	33.90	33.90	30.50	40.69	28.82	- 15.43	- 11.87

Microcrédito Acum. Simple (5)	43.85	33.30	33.30	27.50	31.41	25.20	- 16.35	- 6.21
Microcrédito Acum. Ampliada (6)	30.30	25.50	25.50	25.50	23.06	22.44	- 4.80	- 0.62

**Fuente:** www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica

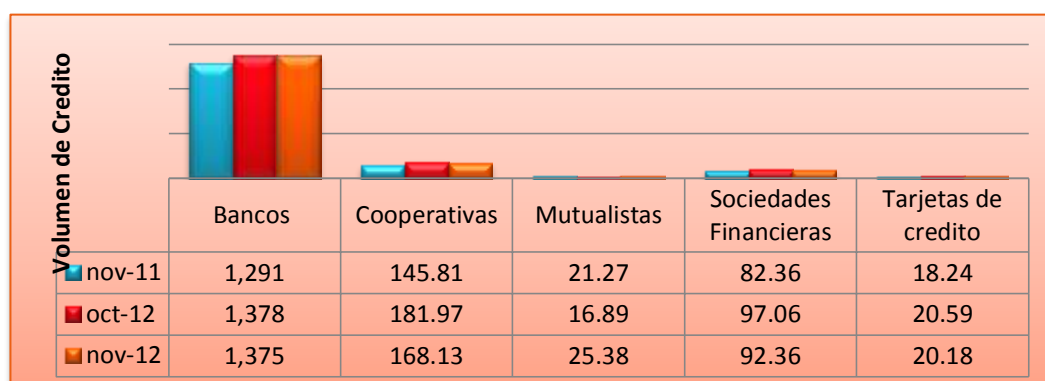
**Elaborado por:** Paola Gómez

A partir de septiembre 2007 hasta octubre 2008, se implementó por parte del gobierno la reducción de las tasas activas máximas a diferencia de los segmentos de consumo que descendió en el año 2007 con un 24.56% al 2008 con un 16.30%, al igual que el segmento de vivienda en el año 2007 con 14.77% y en el año 2008 con un 11.33%. En el ámbito de microcréditos existe variación de reducción en el año 2007 al 2008.

Para consideración al 2013 los segmentos productivo corporativo se mantiene con un 9.33%, productivo empresarial con 10.21%, Pymes con un 11.83%. En el año 2009 se unificó el segmento de consumo minorista a quedar como consumo, el segmento vivienda se mantuvo para enero 2013 con un 11.33%, en el ámbito Microcrédito Minorista antes mencionado como Microcrédito de Subsistencia disminuyó de 33.90% a 30.50% y, Microcrédito de Acumulación Simple de 33.30% se redujo a 27.50%, Microcrédito de Acumulación Aplicada no representa variación significativas al 2013.

### GRÁFICO N° 13

#### VOLUMEN DE CRÉDITOS POR SUBSISTEMAS FINANCIEROS



**Fuente:** www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica

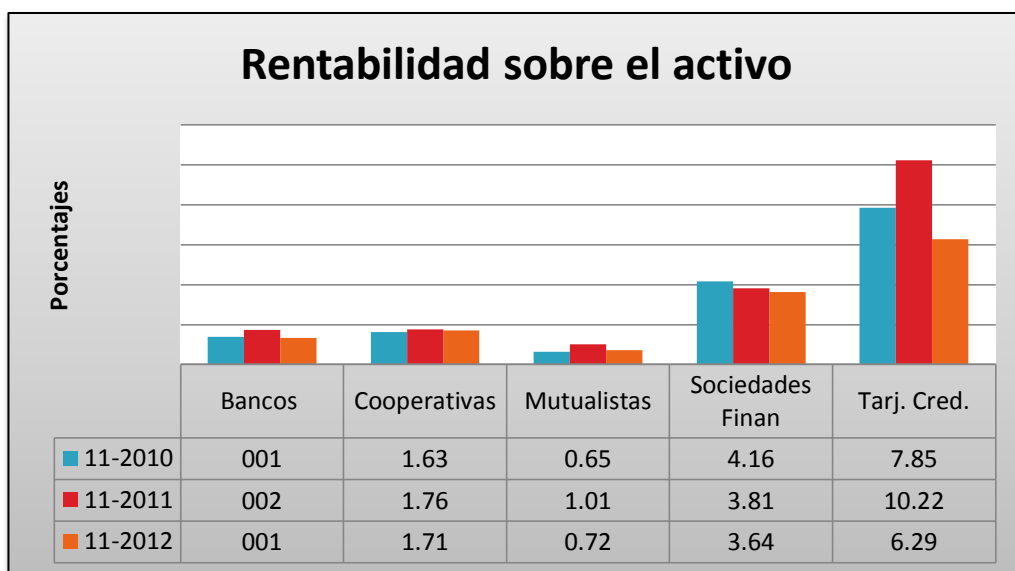
**Elaborado por:** Paola Gómez

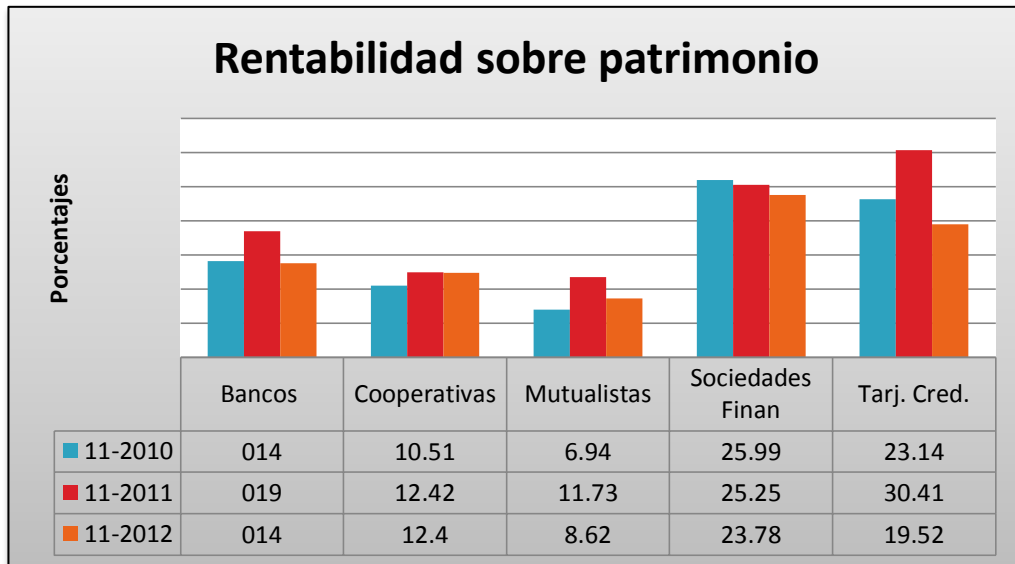
Los créditos por subsistemas en el año 2011 tienen un incremento a diferencia del 2012 en los sistemas financieras. Bancos de 83.54 millones de dólares, cooperativas 22.32 millones de dólares, Mutualista 4.11 millones de dólares, sociedades financieras 10 millones de dólares, tarjetas de crédito 1.94 millones de dólares.

La variación anual en porcentajes de los créditos por subsistemas es de cooperativas de - 7.61% a diferencia de las mutualista con 50.24% para el año 2012.

### GRÁFICO N° 14

#### SOLIDES Y RENTABILIDAD FINANCIERA POR TIPO DE SISTEMAS





**Fuente:** [www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica](http://www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica)

**Elaborado por:** Paola Gómez

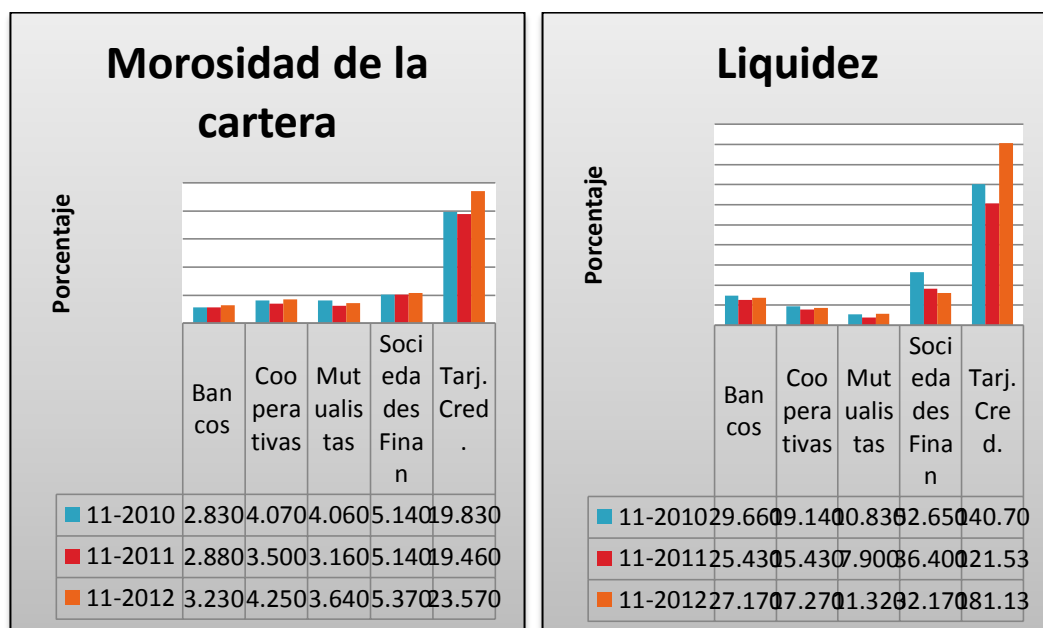
Los subsistemas financieros en el año 2012 obtuvieron una rentabilidad sobre el activo de 1.34 en bancos, 1.71% en cooperativas, 0.72% mutualistas, 3.64% en sistemas financieros y 6.29% tarjetas de crédito. La variación con el 2011 es en bancos -3.94%, -cooperativas 0.17%, mutualista -0.05%, sociedades financieras -0.39% y tarjetas de crédito -0.17%.

La rentabilidad sobre patrimonio se observa que en el año 2010 para el 2011 se obtuvo un incremento porcentual en bancos, cooperativas, mutualistas, tarjetas de crédito a diferencia de las sociedades financieras con una disminución.

Para el 2012 la rentabilidad en el patrimonio presenta una reducción porcentual de 4.71 en bancos, 0.02 en cooperativas, 3.11 mutualista, 1.47 sociedades financieras, 10.88 tarjetas de crédito.

## GRÁFICO N° 15

### SOLIDES Y RENTABILIDAD FINANCIERA POR TIPO DE SISTEMAS

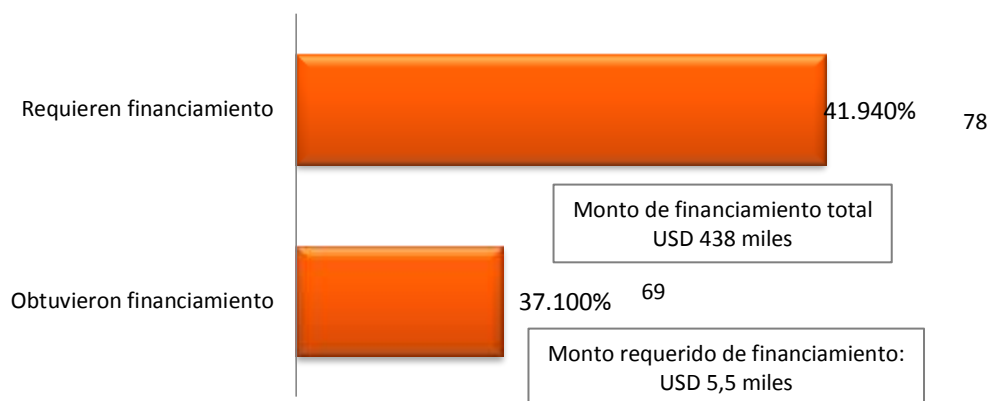


Fuente: [www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica](http://www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica)

Elaborado por: Paola Gómez

## GRÁFICO N° 16

### ESTABLECIMIENTOS ECONOMICOS QUE OBTUVIERON FINANCIAMIENTO, REQUIRIERON EN EL CANTON LATACUNGA



Fuente: [www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica](http://www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica)

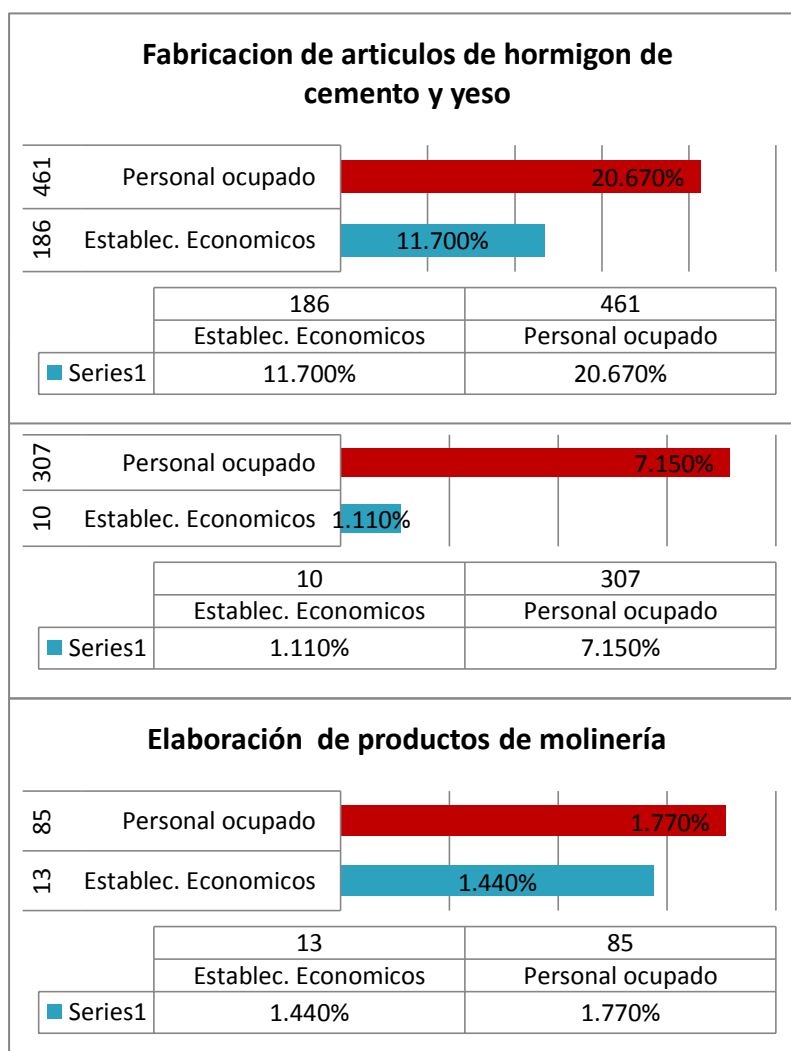
Elaborado por: Paola Gómez

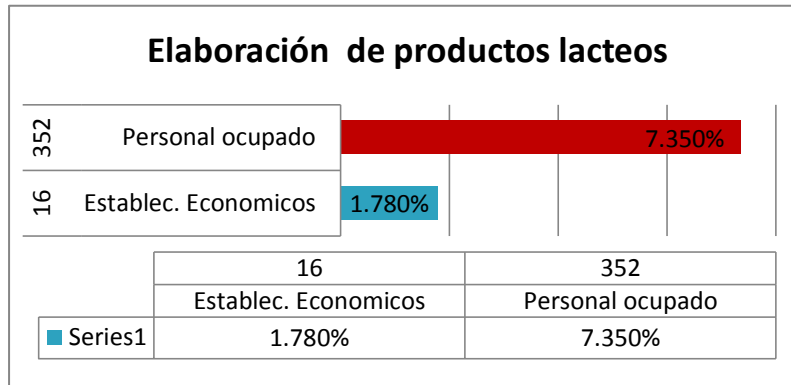
En el cantón Latacunga los establecimientos que obtuvieron financiamiento tiene un porcentaje del 37.10 % en las cuales se encuentran el sector industrial, agropecuario, comercial, vivienda etc.

Y en relación al requerimiento de financiamiento se observa un porcentaje del 41.94%, en las cuales son negocios en la escala de emprendimiento como restaurantes, hoteles, centros informáticos, sector construcción etc., los cuales están en busca de una alternativa financiera para el incremento de su negocio o a su vez a los clientes que buscan satisfacer una necesidad o vanidad.

### GRÁFICO N° 17

#### ESTABLECIMIENTO ECONOMICO QUE OBTUVIERON FINANCIAMIENTO Y REQUIEREN EN EL CANTON LATACUNGA



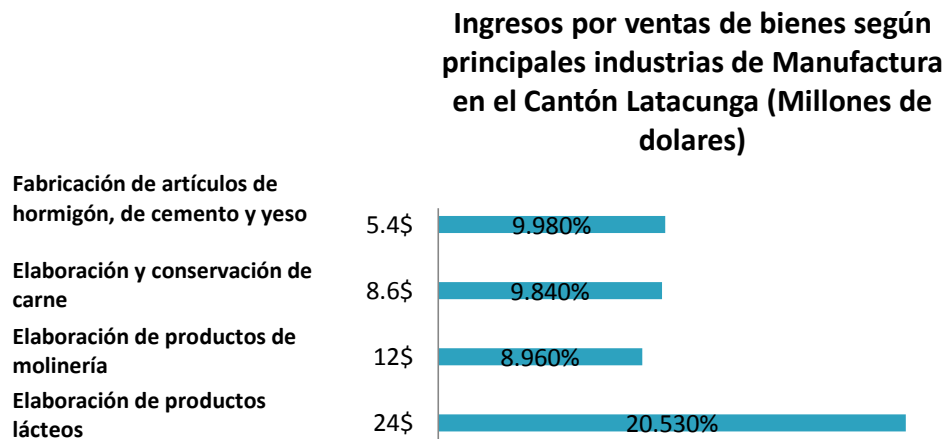


**Fuente:** [www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica](http://www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica)

**Elaborado por:** Paola Gómez

### GRÁFICO N° 18

#### INGRESO POR VENTAS DE BIENES SEGÚN LAS INDUSTRIAS DEL CANTÓN LATACUNGA



**Fuente:** [www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica](http://www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica)

**Elaborado por:** Paola Gómez

En **Latacunga**, posesionándose en el primer lugar por su comercialización están los negocios que se dedican a la fabricación de artículos de hormigón, de cemento y yeso con un porcentaje del 20.67% que da a relucir 186 establecimientos económicos en la ciudad de Latacunga ya sea al por mayor o al menor, esto ha permitido el desarrollo económico del cantón, a diferencia de los negocios de elaboración y comercialización de productos lácteos con el 1.78 % que da a conocer que existen 16 establecimientos económicos. Para la evolución de estos negocios ha intervenido el sistema financiero y hasta la actualidad el apoyo de las entidades financieras se han incrementado significativamente para los diferentes

negocios como: almacenes de ropa, electrodomésticos, telecomunicación, cabinas telefónicas, restaurantes etc. Los cuales tratan de satisfacer las necesidades de cada uno de los consumidores ya que cada una de las personas o negocios que se dedica a diferente tipo de actividades necesitan sea de un crédito o cualquier producto financiero buscando un asesora miento con el propósito de tener un futuro mejor.

## **2.3 Investigación de Mercado**

**GESTIÓN (2000)**, define a la investigación de mercado como: “La investigación de mercados es una forma de descubrir la información por medio de varias técnicas investigativas.” (Pág. 9).

**AMERICA Marketing Association (2008)**, define a la investigación de mercado como: “La función que vincula a consumidores, cliente y público con el mercadología mediante información que sirve para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing, se diseña el método para reunir los datos, se maneja y pone en práctica el proceso de acopio de los mismos, se analiza los resultados y se comunica los hallazgos y sus implicaciones.” (Pág.7-8)

La investigación de mercado es la ciencia que a través de métodos y técnicas permite recopilar información veraz y confiable del mercado objetivo que se va a investigar con el fin de plantear nuevas estrategias, enfocadas a mejoramiento de la empresa o institución.

### ***2.3.1 Definición del problema***

El motivo por lo que se pretende realizar el portafolio de negocios del sector financiero formal en la ciudad de Latacunga, es porque la ciudad posee diferentes entidades financieras formales las cuales cuenta con diversos productos o servicios y que la colectividad no tiene información suficiente y amplia para acudir a estos lugares, mediante este portafolios se desea dar a conocer

específicamente la seguridad y los servicios que ofertan cada una de las entidades financieras que se dedica a esta actividad financiera.

### **2.3.2 Objetivos**

#### **General**

- ✓ Determinar información amplia y real de las entidades financieras formales existentes en la ciudad de Latacunga en el periodo 2012 – 2013 con el fin de dar a conocer los diferentes productos, servicios y planes que las instituciones ofertan a la población.

#### **Específicos**

- ✓ Diseñar una encuesta que se aplicara a las entidades financieras formales, con el propósito de conocer la aceptación que tendrá el portafolio financiero.
- ✓ Analizar a cada una de las entidades financieras formales con el propósito de recopilar la información obtenida, resaltando datos más relevantes e importantes para el diseño del portafolio de negocios del sector financiero formal.
- ✓ Calcular y examinar datos estadísticos, para definir los parámetros más elementales e importantes y así realizar el portafolio.

### **2.3.3 Justificación**

La elaboración de un portafolio de negocios del sector financiero formal impulsara al crecimiento económico de cada una de las personas, empresas o microempresas que pretenda emprender nuevos negocios que a su vez traten de mejorar la calidad de vida enfocándose también a los segmentos de consumo,

vivienda, educación, comercial, microempresas y así contribuirá al progreso da la provincia de Cotopaxi.

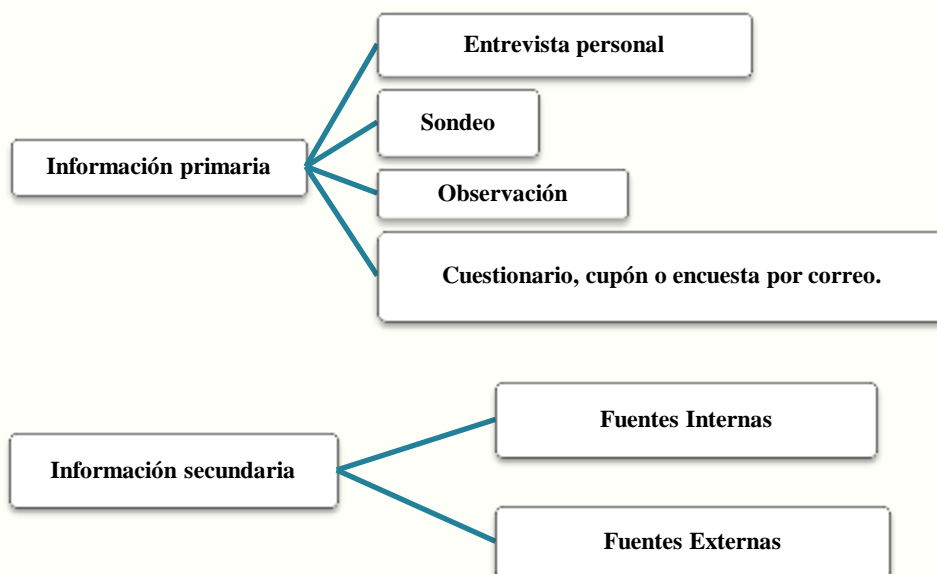
Actualmente en el cantón Latacunga la evolución de las entidades financieras son notables en especial de las cooperativas de ahorro y crédito es por eso que hoy en día no existe una adecuada guía de información que muestrea la población cada uno de los servicios que oferten estos negocios financieros.

### 2.3.4 Fuentes de información

Hay dos tipos de información de mercado; la primaria que es obtenida de fuentes primarias, como por ejemplo de la plaza del mercado o que es obtenida a partir de investigaciones conducidas por compañías de investigación de mercados, parcial o exclusivamente para la compañía; y la secundaria que se obtiene a partir de los datos o fuentes primarias y sometida a análisis de escritorio, se la conoce como investigación de escritorio.

**GRÁFICO N° 19**

#### **TIPOS DE INFORMACIÓN DEL MERCADO**



**Fuente:** Francisco J. Manso  
**Elaborado por:** Paola Gómez

La investigación de mercados nos muestra varios métodos para la obtención de información, a continuación describen los siguientes:

- ✓ **Entrevista personal.**- Un entrevistador conduce la entrevista, siguiendo un cuestionario especialmente elaborado para obtener determinadas informaciones.
- ✓ **Sondeo.**- Se caracteriza por preguntas orales simples y objetivas. Del mismo modo se obtienen respuestas sencillas y objetivas.
- ✓ **Observación.**- El método de observación consiste en colocar a una persona (investigador) observando y anotando el comportamiento de los consumidores en los puntos de compra y sacar sus consecuencias. Se observan actitudes, palabras, gestos, movimientos, otros.
- ✓ **Cuestionario, cupón o encuesta por correo.**- El método de cuestionario consiste en investigar la opinión de las personas a través de un cuestionario escrito para ser respondido por la propia persona investigada.
- ✓ **La información de la investigación del mercado.**- consiste de la información recopilada del mercado e información de productos entre las instituciones que me ofrecieron dicha información se encuentra:  
SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGURO DEL ECUADOR

### ***2.3.5 Tipos de investigación***

Efectuando un breve análisis de los tipo de investigación he decidido recurrir a la investigación **descriptiva** ya que esta nos permite examinar y evaluar de manera rigurosa los datos estadísticos más relevantes que requiere mayor atención en los negocios del sector financiero formal de la ciudad de Latacunga, debido a que no existe una guía de información suficiente adecuada a que no existe la suficiente

información que necesita la población de la ciudad para acceder a dichos productos y servicios que ofertan las entidades financieras.

### ***2.3.6 Métodos***

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación he previsto necesario utilizar el método no experimental ya que los resultados no necesitan de ninguna manipulación es por eso que como investigadora observare y analizare la información obtenida mediante la investigación al sector financiero formal.

La información seleccionada para el portafolio de negocios del sector financiero es muy importante que sea confiable, y clara, de esta manera permita que los resultados sean pertinentes para la ejecución de nuestra propuesta de portafolio de negocios.

### ***2.3.7 Técnicas***

**Encuesta** Es la técnica de un cuestionario o formulario de preguntas que lo realiza el encuestador a una o toda la población interesada con el fin de recopilar información veraz y actualizada para el desarrollo del portafolio de negocios.

Las encuestas se realizaran a la población de 18 a 60 años de la ciudad de Latacunga. (Anexo 6)

**Entrevista** Es una conversación seria que se propone un determinado destino del simple placer de conversación entre dos o más personas (el entrevistador y el entrevistado o los entrevistados) para conocer todo sobre cada negocio financiero y los servicios o productos que ofertan.

Para la investigación pertinente se realizara una serie de entrevistas a los miembros ejecutivos o personal capacitado para darnos la información sobre lo que abarca cada institución financiera. (Anexo 5)

### **Instrumentos**

- Cuestionario
- Guía de Entrevista

### **2.3.8 Universo de investigación**

#### **FÓRMULA MUESTRAL**

N= muestra ()

PQ= varianza poblacional ()

E=margen de error ()

K= corrección del error ()

Es vista que nuestra población es pequeña no es necesario emplear la fórmula para el cálculo de la muestra, para el desarrollo de la investigación de mercado se pretende enfocar toda la población investigada ya que se requiere de información real y actualizada de cada entidad financiera formal de la ciudad de Latacunga y que se encuentren reguladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador.

Para nuestra población financiera se ha tomado en cuenta el número de Bancos públicos y privados regulados por la superintendencia de bancos y seguros del Ecuador que son existentes en la ciudad de Latacunga las cuales son 11, mientras

que las cooperativas de ahorro y crédito son 9, las mutualistas formales dentro de la ciudad de Latacunga existe 1 y por último los sistemas financieros encontrados en la ciudad son 1. Cada una de estas entidades financieras será planteadas en el Portafolio mostrando información específica actualizada y lo que la colectividad necesita conocer de las entidades financieras.

**CUADRO N° 3**  
**POBLACIÓN FINANCIERA FORMAL DE LA CIUDAD DE**  
**LATACUNGA**

<b>BANCOS</b>	<b>COOPERATIVAS</b>	<b>MUTUALISTAS</b>	<b>SOCIEDADES FINANCIERAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pichincha</li> <li>▪ Banco Nacional de Fomento</li> <li>▪ Guayaquil</li> <li>▪ Banco del Austro</li> <li>▪ Rumiñahui</li> <li>▪ Internacional</li> <li>▪ Pacífico</li> <li>▪ Produbanco</li> <li>▪ Procredit</li> <li>▪ Solidario</li> <li>▪ Promerica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cacpeco</li> <li>▪ 29 de Octubre</li> <li>▪ Oscus</li> <li>▪ El Sagrario</li> <li>▪ 9 de Octubre</li> <li>▪ San Francisco</li> <li>▪ Mushucruna</li> <li>▪ Chibuleo</li> <li>▪ Andina</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pichincha</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Unifinsa</li> </ul>

**Fuente:** [repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/3658/1/T-ESPEL-0319.pdf](http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/3658/1/T-ESPEL-0319.pdf)

**Elaborado por:** Gómez Paola

Cada uno de las estas entidades financieras formales demostradas en el grafico anterior, son necesarias para el crecimiento de los segmentos de comercial, consumo, vivienda, producción y así mejor la calidad de vida de la población y el

desarrollo socio-económico de la ciudad de Latacunga, es por ello que hemos tomado como muestra para el desarrollo del portafolio de negocios.

Así como también cabe recalcar que las entidades expuestas y que no se encuentran reguladas por la superintendencia de bancos y seguros son nombradas y reconocidas dentro de la ciudad de Latacunga con entidades solventes y con gran acogida de los clientes.

#### **CUADRO N° 4**

#### **PLAN MUESTRAL**

Número de Bancos Privados y Públicas	<b>11</b>
Número de Cooperativas de ahorro y crédito	<b>9</b>
Número de Mutualistas	<b>1</b>
Sociedades Financieras	<b>1</b>
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>

**Elaborado por:** Paola Gómez

**Fuente:** Investigación propia

### 2.3.9 Tabulación y Análisis de Datos

1. ¿Existe suficiente comunicación para dar a conocer los servicios y productos que su entidad financiera ofrece a la ciudad de Latacunga?

TABLA N° 2

#### ANALISIS DE COMUNICACIÓN DEPARTE DE LOS NEGOCIOS FINANCIEROS

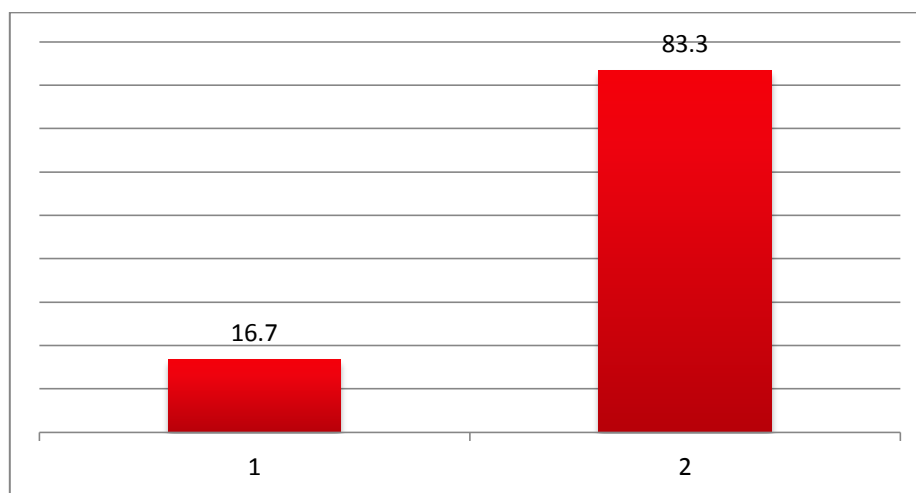
Resultados pregunta N° 1 Respuesta	Frecuencia	Porcentaje válido %
Si	4	16.7
No	18	83.3
Total	22	100.0

Elaborado por: Paola Gómez

Fuente: Investigación propia

GRÁFICO N° 20

#### ANALISIS DE COMUNICACIÓN DEPARTE DE LOS NEGOCIOS FINANCIEROS



Elaborado por: Paola Gómez

Fuente: Investigación propia

**ANALISIS:** La tabulación arroja del 100% de entidades financieras formales encuestadas existe un 83.33% de instituciones que opinan que no hay suficiente comunicación de parte de ellas a la población de la ciudad de Latacunga en referencia a los diferentes servicios que ofertan, y el 16.67% restante muestra que están conformes con los medios por los cuales ofertan sus servicios y productos a la población.

La falta de comunicación hace que las entidades financieras formales busquen medios para dar a conocer sus productos y servicios al cliente en forma clara, rápida y efectiva.

2. ¿Lo medios de comunicación en los que ofertan sus servicios y productos abarca toda la información que el cliente necesita?

**TABLA N° 3**

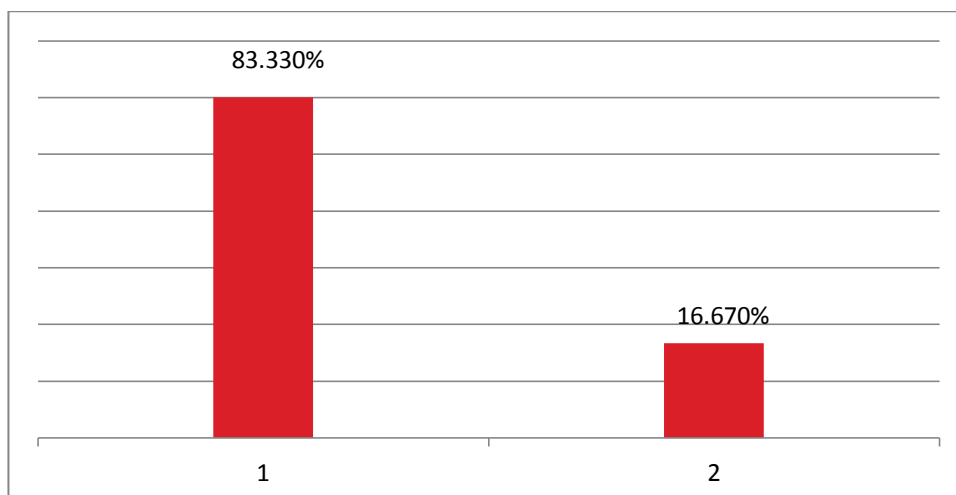
**INFORMACION EMITIDA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE  
LOS NEGOCIOS FINANCIEROS**

<b>Resultados pregunta N° 2 Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje válido %</b>
<b>Si</b>	5	16.7
<b>No</b>	15	83.3
<b>Total</b>	22	100.0

**Elaborado por:** Paola Gómez  
**Fuente:** Investigación propia

**GRÁFICO N° 21**

**INFORMACION EMITIDA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE  
LOS NEGOCIOS FINANCIEROS**



**Elaborado por:** Paola Gómez  
**Fuente:** Investigación propia

**ANALISIS:** La tabulación arroja del 100% de entidades financieras formales encuestadas existe un 83.33% de instituciones que opinan que los medios de comunicación no emiten toda información requerida por el cliente, por falta de tiempo y el factor económico, el 16.67% restante muestra que están conformes con los medios por los cuales ofertan sus servicios y productos a la población satisfactoriamente.

Una guía de información expondrá la información que necesita el cliente, esto permite reducir recursos económico y minimizar el tiempo, con el fin de satisfacer las necesidades del cliente.

3. ¿Le gustaría que su negocio forme parte de un Portafolio de negocios del sector financiero formal de la ciudad de Latacunga?

**TABLA N° 4**

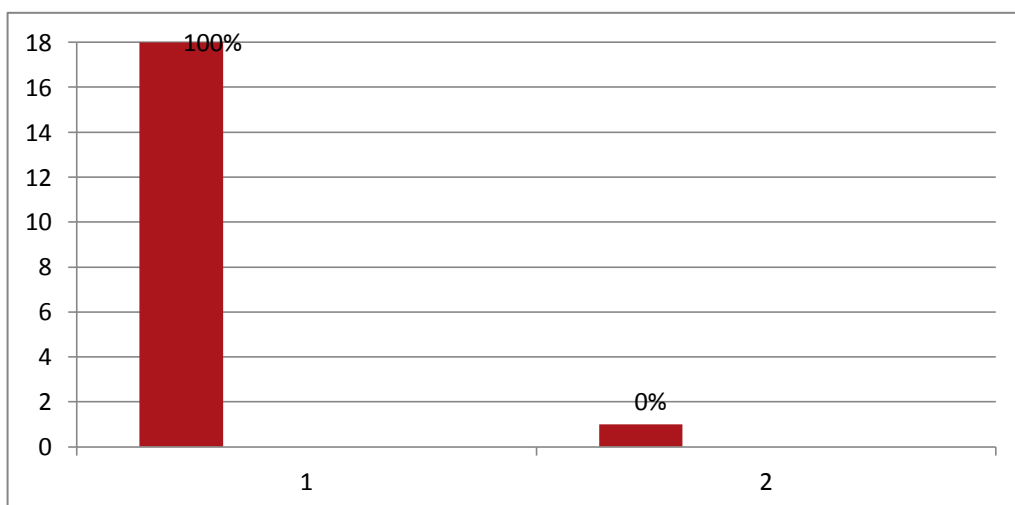
**ACEPTACIÓN DEL PORTAFOLIO DE NEGOCIOS**

<b>Resultados pregunta N° 3 Respuesta</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	22	100%
<b>No</b>	0	0%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100 %</b>

**Elaborado por:** Paola Gómez  
**Fuente:** Investigación propia

**GRÁFICO N° 22**

**ACEPTACIÓN DEL PORTAFOLIO DE NEGOCIOS**



**Elaborado por:** Paola Gómez  
**Fuente:** Investigación propia

**ANALISIS:** La tabla muestra que el 100% de las entidades financieras están de acuerdo en que exista una revista financiera, la cual dé a conocer las ventajas que brinda cada una de estas instituciones financieras.

La acogida del portafolio de negocios financiero formales, ayuda a fomentar nuevas ideas a los estudiante con el fin de mejorar la calidad de vida e impulsar la economía de la ciudad de Latacunga.

4. ¿Cuáles son los medios de comunicación por los que oferta su producto?

TABLA N° 5

MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS

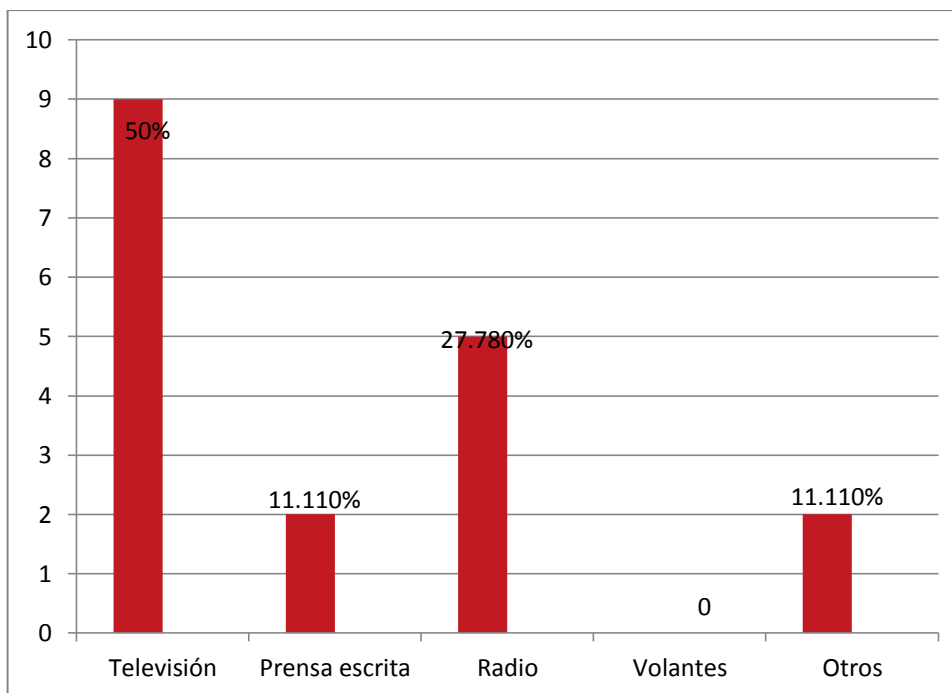
Resultados pregunta N° 4 Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Televisión	11	50%
Prensa escrita	3	11.11%
Radio	5	27.78%
Volantes	0	0%
Otros	3	11.11%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100 %</b>

Elaborado por: Paola Gómez

Fuente: Investigación propia

GRÁFICO N° 23

MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS



Elaborado por: Paola Gómez

Fuente: Investigación propia

**ANALISIS:** La tabulación muestra, que los medios de comunicación más utilizados para publicitar los productos, servicios, ubicación de una entidad financiera son: la televisión ubicándose con el 50% que equivale a 11 entidades financieras que dan a conocer a través de los canales de televisión de la ciudad de Latacunga seguido por la radio con un 27.78% equivalente a 5 entidades financieras que prefieren publicitar en la radio, a consideración de la prensa escrita y otros medios de comunicación se encuentran con un 2%. Esto demuestra que es necesario crear una revista financiera.

El reconocimiento que se obtiene del portafolio de negocios en la ciudad de Latacunga será notable ya que los medios de comunicación, no satisfacen los requerimientos del clientes que busca minimizar recursos y por parte de las entidades maximizar la rentabilidad.

5. ¿Qué información le gustaría que se indique en el portafolio de negocios?

**TABLA N° 6**

**INFORMACIÓN QUE FORMARA UN PORTAFOLIO DE NEGOCIOS FINANCIEROS**

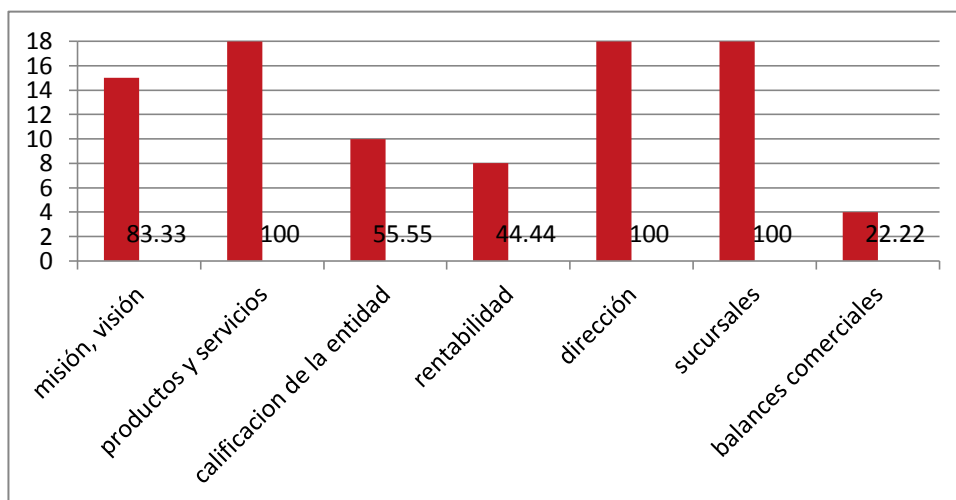
Resultados pregunta N° 5 Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Misión, Visión	15	83.33%
Productos y servicios	18	100%
Calificación de la entidad	10	55.55%
Rentabilidad	8	44.44%
Dirección	18	100%
Sucursales	18	100 %
Balances comerciales	4	22.22%

**Elaborado por:** Paola Gómez

**Fuente:** Investigación propia

**GRÁFICO N° 24**

**INFORMACIÓN QUE FORMARA UN PORTAFOLIO DE NEGOCIOS FINANCIEROS**



**Elaborado por:** Paola Gómez

**Fuente:** Investigación propia

**ANALISIS:** La tabulación arroja, que el 100% de las entidades financieras prefieren que la revista financiera este compuesta por productos y servicios, dirección o ubicación, las diferentes sucursales existentes, seguidos por la misión, visión con un 83.33% a diferencia de los balances financieros que con un 22.22% prefieren omitir dicha información.

Las entidades financieras pretenden dar o conocer la personalidad de la misma, fomentando un institución seria que busque complacer con las necesidades del cliente poniendo información relevante y así que el cliente pueda escoger.

6. ¿Cada cuánto Ud. oferta sus servicios y productos por los medios de comunicación?

TABLA N° 7

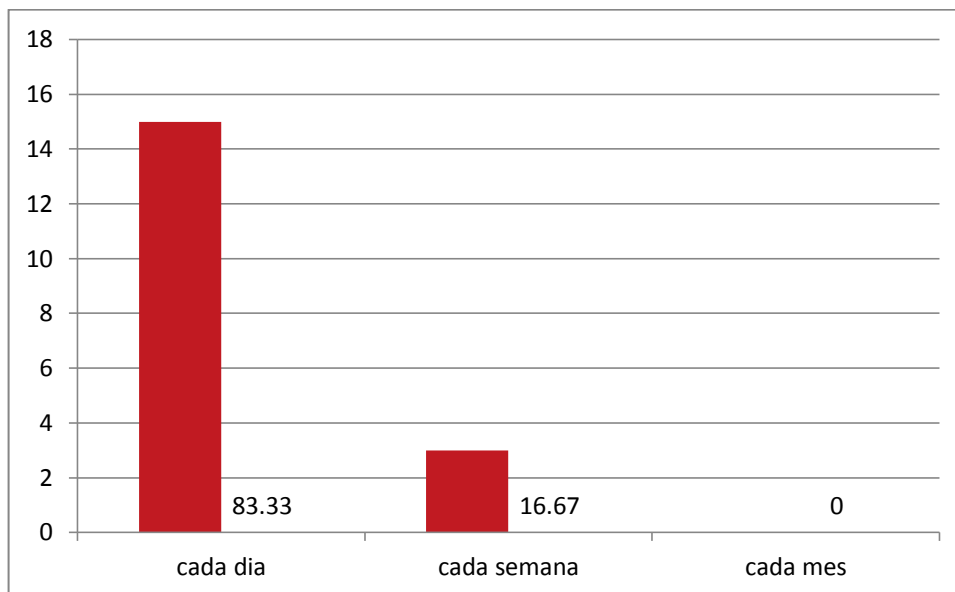
PERIODO QUE SE TRANSMITE LA PUBLICIDAD

Resultados pregunta N° 5 Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Cada día	17	83.33%
Cada semana	5	16.67%
Cada mes	0	0%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100 %</b>

Elaborado por: Paola Gómez  
Fuente: Investigación propia

GRÁFICO N° 25

PERIODO QUE SE TRANSMITE LA PUBLICIDAD



Elaborado por: Paola Gómez  
Fuente: Investigación propia

**ANALISIS:** El gráfico muestra que 22 entidades financieras ofertan sus servicios cada día esto permite que la información de la institución sea vista y escuchada constantemente, ubicándose con el 16.67 % equivalente a 4 entidades financieras publican en los diferentes medios de comunicación cada semana.

La normativa es que la información sea actual y confiable que muestre la guía de información que se realiza, teniendo una aceptación en el mercado a través de procesos para pretender un posicionamiento del ente financiero por medio de la revista financiera.

7. ¿Por qué cree Ud. Que el cliente acude a su entidad financiera?

**TABLA N° 8**

**ACEPTACION DE LA ENTIDAD FINANCIERA**

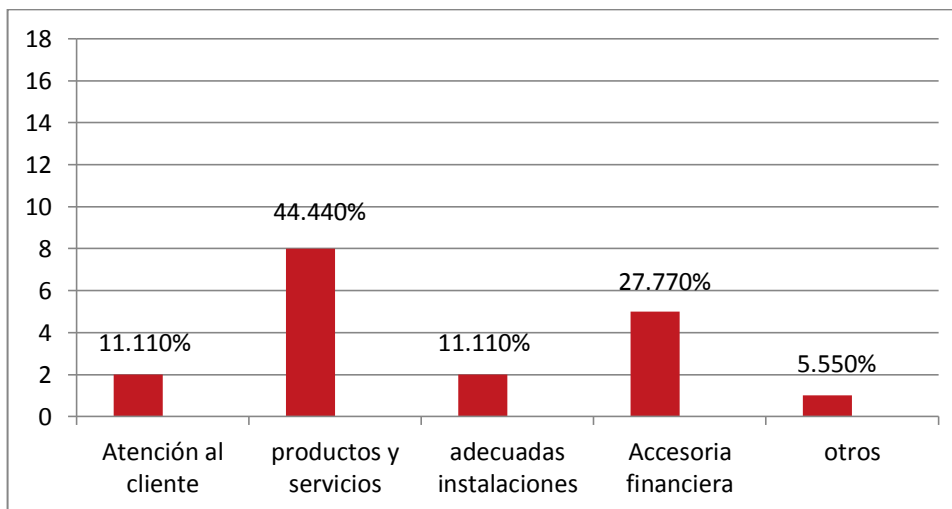
<b>Resultados pregunta N° 7 Respuesta</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Atención al cliente</b>	2	11.11%
<b>Productos y servicios</b>	10	44.44%
<b>Adecuadas instalaciones</b>	2	11.11%
<b>Accesoría financiera</b>	7	27.77%
<b>Otros</b>	1	5.55 %
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100 %</b>

**Elaborado por:** Paola Gómez

**Fuente:** Investigación propia

**GRÁFICO N° 26**

**ACEPTACION DE LA ENTIDAD FINANCIERA**



**Elaborado por:** Paola Gómez

**Fuente:** Investigación propia

**ANALISIS:** El gráfico arroja que de 22 entidades financieras encuestadas 10 equivalente a 44.44% cree que los clientes acuden a sus instalaciones por la variedad de productos y servicios que ofrecen y con un 27.77% equivalente a 7 entidades financieras piensan que los clientes acuden por la asesoría financiera que brindan a consideración con el 11.11% equivalente a 2 entidades piensan que los clientes buscan una buena atención y adecuadas instalaciones.

El cliente busca un buen producto que sea confiable y accesible sin olvidar que para mantener un cliente se debe dar una buena presentación y un buen trato es por eso que el portafolio financiero muestra en forma de comparación sus productos.

8. ¿Estaría dispuesto a pagar por dar a conocer su negocio a través de una revista financiera?

**TABLA N° 9**

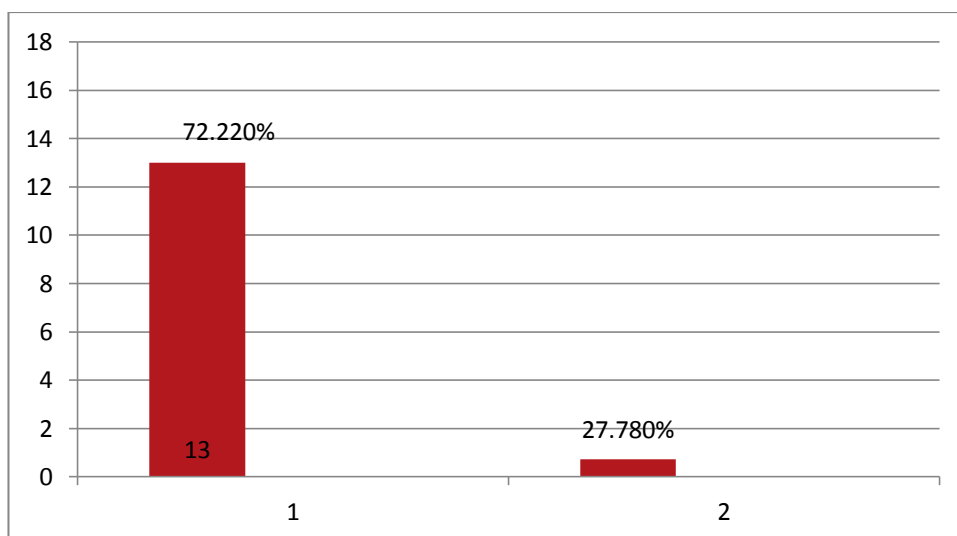
**APORTE ECONOMICO PARA LA ELABORACIÓN DEL PORTAFOLIO DE NEGOCIOS POR PARTE DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS**

<b>Resultados pregunta N° 8 Respuesta</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	15	72.22%
<b>No</b>	7	27.78%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100 %</b>

**Elaborado por:** Paola Gómez  
**Fuente:** Investigación propia

**GRÁFICO N° 27**

**APORTE ECONOMICO PARA LA ELABORACIÓN DEL PORTAFOLIO DE NEGOCIOS POR PARTE DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS**



**Elaborado por:** Paola Gómez  
**Fuente:** Investigación propia

**ANALISIS:** La tabulación arroja que 72.22% que son 15 entidades financieras que estarían dispuestos a pagar por crear una revista financiera para la ciudad de Latacunga a diferencia de 7 entidades financieras que no están de acuerdo a pagar por crear una entidad financiera ya que manifiestan que los medios de comunicación en los que publican sus productos y servicios abastece de suficiente información al mercado.

La creación del portafolio de negocio no solo ayudara al cliente sino a los entes financieros a posesionarse en el mercado y direccionarse a nuevos nichos de mercado no solo en la ciudad de Latacunga sino en la provincia de Cotopaxi.

9. ¿Le gustaría que la revista financiera sea dada a conocer a nivel provincial?

**TABLA N° 10**

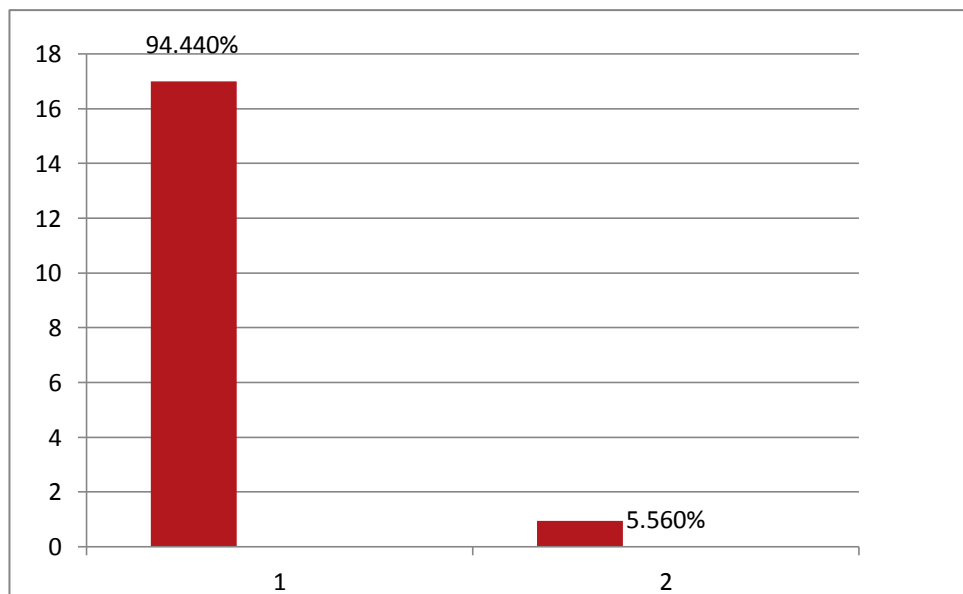
**RECONOCIMIENTO A NIVEL NACIONAL DE LA REVISTA**

<b>Resultados pregunta N° 9 Respuesta</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	21	94.44%
<b>No</b>	1	5.56%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100 %</b>

**Elaborado por:** Paola Gómez  
**Fuente:** Investigación propia

**GRÁFICO N° 28**

**RECONOCIMIENTO A NIVEL NACIONAL DE LA REVISTA**



**Elaborado por:** Paola Gómez  
**Fuente:** Investigación propia

**ANALISIS:** El gráfico muestra que la mayor parte de los encuestados con un 94.44% están de acuerdo que la revista financiera en un futuro sea expuesto a nivel provincial con el fin dar información clara, precisa y más relevante a la población en general a diferencia de 5.56% equivalente a 1 entidad que establece que se debería informar por el momento solo a la ciudad de Latacunga con el propósito de informar por completo a la ciudadanía.

El portafolio de negocios financieros formales será una ayuda a la ciudad de Latacunga y un reconocimiento para mí como estudiante y así también a la Universidad, el éxito a futuro se enfoca en realizar un portafolio financiero que acoja para la provincia de Cotopaxi con todos las instituciones financieras no solo formales.

10. ¿Cada cuánto tiempo quisiera que se actualice la revista financiera?

**TABLA N° 11**

**TIEMPO DE ACTUALIZACION DE LA REVISTA**

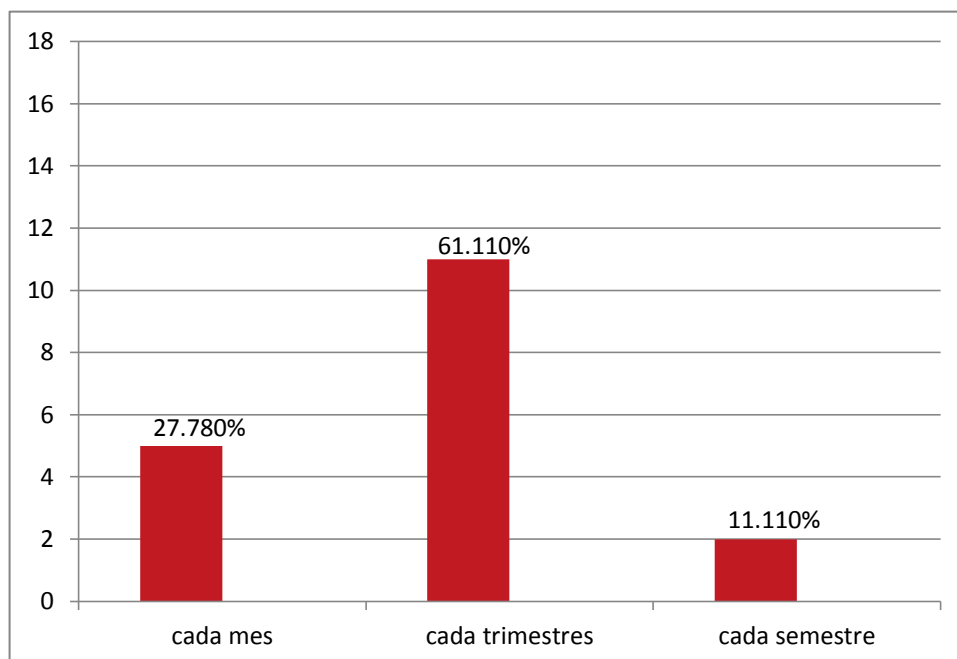
<b>Resultados pregunta N° 10 Respuesta</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Cada mes</b>	6	27.78%
<b>Cada trimestre</b>	14	61.11%
<b>Cada semestre</b>	2	11.11 %
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100 %</b>

**Elaborado por:** Paola Gómez

**Fuente:** Investigación propia

**GRÁFICO N° 29**

**TIEMPO DE ACTUALIZACION DE LA REVISTA**



**Elaborado por:** Paola Gómez

**Fuente:** Investigación propia

**ANÁLISIS.** El gráfico muestra que de 22 entidades financieras encuestadas 14 entidades equivalente al 61.11% actualiza la información cada trimestre que es transmitida por los medios de comunicación esto permite dar información segura y confiable seguido por el 27.78% que son 6 entidades que piensan que es recomendable actualizar sus datos cada mes con el fin de dar información inmediata al cliente.

El portafolio de negocios financieros se emitirá cada 15 o mensualmente con el fin de no contrariar al cliente ya que las tasas de interés no varían constantemente.

## *CONCLUSIONES*

- ✓ Al realizar la investigación, tabulación y análisis de la información obtenida a través de la utilización de los instrumentos de investigación como la encuesta y la entrevista se determina que se tiene una aceptación del 100% de entidades financieras formales; tanto de bancos, cooperativas de ahorro y crédito y mutualista las cuales se encuentran regidas por la superintendencia de compañías y seguros, es decir que 18 instituciones financieras conformaran el portafolio de negocios del sector financiero formal de la ciudad de Latacunga.
  
- ✓ La aceptación que tiene el desarrollo del portafolio de negocios del sector financiero formal, es porque la población de la ciudad de Latacunga está enfocada en la adquisición de servicios y producto que sean seguros y confiables es por ende que la ciudad debe contar con información actual y accesible que permita mostrar datos específicos y reales de cada uno de los negocios financieros formales.
  
- ✓ Los bancos, cooperativas y mutualistas constatan con el 44.44% que los clientes acuden a cada uno de las entidades financieras por los productos y servicios que ofertan buscando siempre el bienestar y seguridad de los mismos, es por eso que se pretende crear un portafolio que dé a conocer los servicios y productos para que de este modo exista un conocimiento amplio sobre los mismos.
  
- ✓ De acuerdo a los resultados se plantea que un portafolio debe contener: el nombre del negocio financiero, dirección de cada una de las entidades financieras, página web, misión o visión, productos y servicios que ofrecen, créditos, producto o servicios de temporada, categoría de riesgo. Ya que mediante esta información el demandante tiene mayor facilidad de elección acorde a la necesidad y así ahorrará tiempo, todos los datos otorgaran mayor

conocimiento y alternativas que les permita elegir un producto o servicio que llegue a satisfacer sus necesidades.

- ✓ El 72.22% de las entidades financieras están dispuestos a pagar por estar dentro del portafolio de negocios del sector financiero formal de la ciudad de Latacunga y el 27.78% no están dispuestos a pagar ya que tienen proyectos que involucran gastos es por el motivo que por el momento no tendrían los recursos económicos para la creación del Portafolio de negocios financieros.
  
- ✓ En relación a que se actualice el portafolio, la población financiera está de acuerdo con el 61.11% que equivale a 11 entidades que piensan que es mejor actualizar el portafolio financiero cada 6 meses esto permite que la información sea actual y que cada vez mejore las expectativas y así obligar a establecer mejores niveles de competitividad.

## **CAPÍTULO III**

### **3. PORTAFOLIO DE NEGOCIOS FINANCIEROS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.**

#### **3.1 Justificación**

La razón por la cual deseo realizar un Portafolio de negocios financiero formal de la ciudad de Latacunga es que en la actualidad la ciudad ha ido evolucionando, se ha fomentado el emprendimiento que ayuda a reducir la tasa de desempleo y así impulsar el buen vivir para alcanzar estas metas la población busca servicios financiero acorde a sus necesidad enfocándose en entidades financiera seguras y que estén regidas por la superintendencia de bancos y seguros del Ecuador.

El Portafolio financieros dará a conocer los diferentes productos, servicios, ubicación y planes de las 22 entidades financieras formales existentes en la ciudad de Latacunga.

El propósito de la elaboración del Portafolio financiera formal me ayudara a mostrar mis conocimientos adquiridos durante toda mi carrera y en lo posterior lanzarme al campo laboral y desempeñarme en mi profesión, brindando ideas, dando soluciones, estrategia para corregir error y alcanzar las metas planteadas para el bien común y el progreso socio-económico del ciudad de Latacunga ya que la creación de la revista financiera ayudara a la ciudad como a las entidades financieras formales.

Mediante esta propuesta se pretende aumentar los ingresos del inversionista y maximizar su rentabilidad, tomando en cuenta que en el cantón no ha sido explotada en su totalidad la agricultura por falta de recursos financieros y por ende por falta de inversión por parte del gobierno.

Los beneficiarios de la creación de un portafolio de negocios del sector financiero formal es para la población y las entidades financieras ya que las personas minimizaran el tiempo y recurso para encontrar un banco, cooperativa o mutualista que oferte algún producto o servicio según la necesidad, Al contrario de los ofertantes financiero podrán expandirse en el mercado satisfaciendo las necesidades y así ser reconocidas.

## **3.2 Objetivos:**

### **3.2.1 General:**

- Diseñar un portafolio de negocios del sector financiero formal de la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi en el periodo 2012-2013, con el propósito de otorgar información real y específica para satisfacer las necesidades de los clientes y las entidades financieras formales.

### **3.2.2 Específicos:**

- Recopilar información más relevante y actual de cada institución financiera formal con el fin de establecer en el portafolio de negocios del sector financiero formal de la ciudad de Latacunga.
- Elaborar la revista financiera en base a la estructura investigada del Portafolio de negocios financieros.
- Satisfacer las necesidades del cliente a través de una guía de información con el fin de minimizar tiempo y recursos económicos.

### 3.3 Descripción del portafolio

TABLA N° 12

#### DESCRIPCION DEL PORTAFOLIO DE NEGOCIOS FINANCIEROS

<b>ETAPA I</b>	<b>ETAPA II</b>	<b>ETAPA III</b>
LEVANTAMIENTO DE LA INFORMACION	DISEÑO DEL PORTAFOLIO FINANCIERO	DIFUSION DEL PORTAFOLIO DE NEGOCIOS FINANCIERO
METODO DE INVESTIGACIÓN ENTREVISTA	PLANTEAMIENTO DE LA ESTRUCTURA DE PROCESO DEL PORTAFOLIO DE NEGOCIO	LOCALIZACIÓN DE PUNTOS ESTRATEGICOS
RECOPIACION DE INFORMACION DE LAS ENTIDADES FINANCIERA	CREACION DE LA REVISTA FINANICERA FORMAL	SATISFACER LAS NECESIDADES TANTO A CLIENTES COMO ENTIDADES FINANCIERAS FORMALES DE LA CIUDAD DE LATACUNGA

**Elaborado por:** Paola Gómez

#### 3.3.1 Levantamiento de la Información

En esta etapa se realizó el levantamiento de información real y actualizada de las 22 entidades financieras formales de la ciudad de Latacunga, en las cual se encuentran bancos, cooperativas de ahorro y crédito y mutualistas, el método de investigación aplicada fue la entrevista, la información obtenida es acerca de datos importantes que los clientes necesitan conocer como son los producto, servicios, y planes que institución financiera oferte a la comunidad.

### **3.3.2 Diseño del Portafolio Financiero Formal**

En la segunda etapa se encuentra el diseño del portafolio financiero formal, su proceso se basa en la estructura planteada en el capítulo II, en el cual se enfoca en datos importantes como el logo, la ubicación, los productos y servicios que ofertan, los estándares de calidad, reseña que identifique a la institución, liquidez de crédito, página web, todo se presentara en forma exacta y resumida lo que ayudara a empresarios, personas o instituciones que pretenden adquirir algún servicio. Y así se finaliza con la creación del portafolio de negocios financiero formal.

Cada banco y cooperativa mostraron interés en que también se publique la calificación que tienen a través de esta revista de información financiera con el fin de que el mercado objetivo tenga seguridad y confianza para realizar cualquier trámite financiero.

### **3.3.3 Difusión del Portafolio de negocios Financieros**

La última fase es la difusión del portafolio del sector financiero formal en el cual se establece puntos estratégicos para la distribución de la revista financiera, con el fin llegar a la comunidad minimizando tiempo, recursos al momento de obtener información de un entidad financiera, como resultado me enfoque en áreas comerciales, empresas, microempresas, negocios, las mismas entidades financieras, y así no solo satisfacer las necesidades de los clientes sino también de las instituciones financieras formales de la ciudad de Latacunga.

El portafolio de negocios del sector financiero formal presente, tiene como objetivo otorgar información actual y necesaria para la población de la ciudad de Latacunga y sus alrededores con el propósito de mejorar la calidad de vida y fomentar la actividad económica de la ciudad.

### 3.4 Estructura de Portafolio de Negocios

#### 3.4.1 Calificación de riesgos de las Instituciones Financieras Formales de la ciudad de Latacunga

TABLA 13

#### CALIFICACIÓN DE RIESGO DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS

BANCO DEL PICHINCHA <b>Calificación de Riesgos</b> <b>Segmento Dirigido</b>	AAA- Consumo
BANCO NACIONAL DE FOMENTO <b>Calificación de Riesgos</b> <b>Segmento Dirigido</b>	BBB- Consumo
BANCO DE GUAYAQUIL <b>Calificación de Riesgos</b> <b>Segmento Dirigido</b>	AAA- Consumo
BANCO DEL AUSTRO <b>Calificación de Riesgos</b> <b>Segmento Dirigido</b>	A+ Microcrédito

BANCO GENERAL RUMIÑAHUI	
<b>Calificación de Riesgos</b>	AA
<b>Segmento Dirigido</b>	Militar
BANCO INTERNACIONAL	
<b>Calificación de Riesgos</b>	AAA-
<b>Segmento Dirigido</b>	Empresarial o Corporativa
BANCO DEL PACÍFICO	
<b>Calificación de Riesgos</b>	AAA-
<b>Segmento Dirigido</b>	Consumo
PRODUBANCO	
<b>Calificación de Riesgos</b>	AAA-
<b>Segmento Dirigido</b>	Consumo
BANCO PROCREDIT	
<b>Calificación de Riesgos</b>	AAA-
<b>Segmento Dirigido</b>	Micro crédito
BANCO SOLIDARIO	
<b>Calificación de Riesgos</b>	BBB
<b>Segmento Dirigido</b>	Microcrédito

BANCO PROMERICA		
<b>Calificación de Riesgos</b>		AA+
<b>Segmento Dirigido</b>		Microcrédito
COOPERATIVAS		
CACPECO		
<b>Calificación de Riesgos</b>		AA-
<b>Segmento Dirigido</b>		Microempresa
29 DE OCTUBRE		
<b>Calificación de Riesgos</b>		A
<b>Segmento Dirigido</b>		Consumo
OSCUS		
<b>Calificación de Riesgos</b>		A+
<b>Segmento Dirigido</b>		Micro empresarial productivo
EL SAGRARIO		
<b>Calificación de Riesgos</b>		A+
<b>Segmento Dirigido</b>		Mercado

9 DE OCTUBRE	
<b>Calificación de Riesgos</b>	B+
<b>Segmento Dirigido</b>	Mercado
SAN FRANCISCO	
<b>Calificación de Riesgos</b>	A+
<b>Segmento Dirigido</b>	Mercado
MUSHUC RUNA	
<b>Calificación de Riesgos</b>	BBB-
<b>Segmento Dirigido</b>	Microcrédito
CHIBULEO	
<b>Calificación de Riesgos</b>	B+
<b>Segmento Dirigido</b>	Microcrédito
ANDINA	
<b>Calificación de Riesgos</b>	B+
<b>Segmento Dirigido</b>	Consumo

**Elaborado por:** Paola Gómez

**Fuente:** [www.sbs.gob.ec/practg/sbs\\_index?vp\\_art\\_id=836&vp\\_tip=2](http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=836&vp_tip=2)

### 3.5 Portafolio del Sector Financiero Formal

**ECO %  
LATACUNGA**

Portafolio del sector financiero formal de la ciudad de la Latacunga muestra información actual y específica, que los clientes necesitan y así minimizando recursos para mejorar la economía.

**Objetivo General**

Diseñar un portafolio de negocios del sector financiero formal de la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi en el periodo 2012-2013, con el propósito de otorgar información real y específica para satisfacer las necesidades de los clientes y las entidades financieras formales..

**Objetivos Especificos**

- Recopilar información más relevante y actual de cada institución financiera formal con el fin de establecer en el portafolio de negocios del sector financiero formal de la ciudad de Latacunga.
  - Elaborar la revista financiera en base a la estructura investigada del Portafolio de negocios financieros
  - Satisfacer las necesidades del cliente a través de una guía de información con el fin de minimizar tiempo y recursos económicos.

**BANCOS - COOPERATIVAS - MUTUALISTAS**





### **Misión**

Somos un equipo líder que contribuimos al desarrollo sostenible y responsable del Ecuador y los países donde tenga presencia, apoyando las necesidades financieras de las personas, de sus instituciones y de sus empresas.

### **Visión**

Ser el Banco líder de su mercado en imagen, participación, productos y calidad de servicios enfocando su esfuerzo hacia el cliente, anticipándose a sus necesidades, desarrollando a su personal y otorgando rentabilidad sostenible a sus accionistas.

### **Autoridades del Banco del Pichincha**

#### **Presidente del Banco del Pichincha:**

Dr. Fidel Egas Grijalva

#### **Gerente General:**

Aurelio Fernando Pozo Crespo

### **Dirección**

**Oficina** Quito 7195 y Pasaje Salcedo frente al **(Parque Vicente León)**

**Oficina** Av. Amazonas y Félix Valencia **(Plaza el Salto)**

**Oficina** Av. Amazonas y Benjamín Terán

**Oficina** Malteria Mall

## **Página Web**

www.bancoPichincha.com

## **PRODUCTO Y SERVICIOS**

### **BANCA PERSONAL**

Cuenta de Ahorros

Cuenta Corriente

Cuenta Xperta

Tarjetas de Débito y Crédito

### **INVERSION**

Depósito a Largo Plazo

Europlazo

### **BANCA EMPRESARIAL**

Cuentas de ahorro

Cuentas Corrientes

Créditos

Transferencias

Convenios y anexos

### **CRÉDITO**

Productivo

Crediback

Inmobiliario

Comercial

Consumo

Vivienda

Vehículo

Crédito pequeñas y medianas empresas

### **OTROS SERVICIOS**

Banca Electrónica

Sistema de ingresos Biométricos

Pichincha celular

Pichincha me vecino

Remesas Pichincha

Banca Xperta

Compras USA

Pagos de servicios básicos

Cajeros automáticos

Transferencias bancarias

Cajeros Automáticos

**TABLA # 15****TASAS DE INTERES CUENTAS DE AHORROS**

<b>MONTO EN DOLARES</b>	<b>TASA DE INTERES</b>
De \$1 a 100	0.00%
De 100.01 a 400	0.25%
De 400.01 a 1000	1.00%
De 1000.01 a 2.500	1.25%
De 2.500.01 a 10.000	1.50%
De 10.000.01 a 50.000	1.75%
De 50.000.01 a 100.000	1.75%
Más de 100.000	2.00%

Fuente: Banco del Pichincha  
Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 16****TASAS DE INTERES INVERSIÓN**

<b>PLAZO</b>	<b>De 500 a 4.999.99</b>	<b>De 5000 a 9.999.99</b>	<b>De 10.000 a 49.999.99</b>	<b>De 50.000 a 99.999.99</b>	<b>De 100.000 a 199.999.99</b>	<b>De 200.000 a 499.999,99</b>	<b>De 50.000 en adelante</b>
De 30 a 59 días	1.75%	2.00%	2.00%	2.25%	2.50%	2.75%	3.00%
De 60 a 89 días	2.00%	2.25%	2.25%	2.50%	2.75%	3.00%	3.25%
De 90 a 119 días	2.75%	3.00%	3.00%	3.25%	3.50%	3.75%	3.75%
De 120 a 179 días	3.25%	3.75%	4.00%	4.00%	4.25%	4.50%	4.75%
De 180 a 269 días	3.45%	4.00%	4.25%	4.50%	4.75%	5.00%	5.25%
De 270 a 364 días	3.75%	4.25%	4.50%	5.00%	5.25%	5.50%	5.75%
De 365 a 720 días	3.75%	4.25%	4.50%	5.00%	5.25%	5.50%	5.75%
De 721 días o más	3.75%	4.25%	4.50%	5.00%	5.25%	5.50%	5.75%

Fuente: *Banco del Pichincha*  
Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 17****TASAS DE INTERÉS CRÉDITO**

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses )	MONTO	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA TOTAL	MONTO TOTAL A PAGAR
			DE LA ENTIDA D	MÁXIMA BCE			
<b>COMERCIAL</b>	36	50.000	11.20%	11.83%	9.100.32	1654.14	9548.92
<b>CONSUMO</b>	12	1.500	15.18%	16.30%	126.18	135.51	130.55
<b>CONSUMO VEHICULO</b>	48	11.490	15.15%	16.30%	3901.32	390.91	6744.01
<b>MICROCRÉDIT O</b>	18	10.500	22.50%	30.50%	1968.57	755.81	2088.41
<b>VIVIENDA</b>	36	5.000	10.75%	11.33%	871.68	166.34	988.36

Fuente: *Banco del Pichincha*

Elaborado por: Paola Gómez



### ***Misión***

Impulsar con la participación de actores locales y nacionales, la inclusión, asociatividad y control social, mediante la prestación de servicios financieros que promuevan las actividades productivas y reproductivas del territorio, para alcanzar el desarrollo rural integral.

### ***Visión***

Al 2017 consolidarse como la institución articuladora del desarrollo rural, mediante la provisión de servicios financieros confiables, eficientes y eficaces, que promuevan en el espacio rural el desarrollo de las familias, comunidades y sectores productivos estratégicos para el país.

### **Autoridades del Banco Nacional de fomento**

#### **Presidente del Directorio**

Sr. Javier Ponce Cevallos

#### **Gerente General**

Econ. Freddy Monge Muñoz

### **Dirección**

Sánchez de Orellana 1095 y General Maldonado

Telf. (03) 2811544 2811254

### **Página Web**

[www.bnf.fin.ec](http://www.bnf.fin.ec)

## **PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **BANCA PERSONAL**

Ahorro Fomento  
Cuenta corriente  
Cuenta de ahorro  
Tarjeta de Débito

### **INVERSION**

Depósito a Plazo

### **CRÉDITO PERSONAL**

Producción  
Comercio fondos de desarrollo  
Consumo  
Crédito 5-5-5  
Desarrollo Humano

### **CRÉDITO**

#### **EMPRESARIAL**

Producefomento  
Crédito Asociativo  
Crédito compras de tierras productivas BNF  
Microfomento  
Microcrédito  
Microcrédito comercial y de servicios  
Mediana y pequeña empresa

#### **OTROS SERVICIOS**

Cheques de Gerencia  
Giros Nacionales  
Depósito Judicial  
Pagos Cartera  
Certificado de no Adeudar al BNF  
Convenios

**TABLA # 18****TASAS DE INTERES CUENTAS DE AHORROS**

MONTO EN DOLARES	TASA DE INTERES
De \$1 a 500	0.75%
De 501 a 1.000	1.25%
De 1.001 a 2000	1.50%
De 2.001 a 5.000	1.75%
De 5.001 en adelante	2.00%

Fuente: *Banco del Fomento*  
 Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 19****TASAS DE INTERES INVERSIÓN**

PLAZO	De 250 a 2.000	De 2.001 a 10.000	De 10.001 a 20.001	De 20.001 a 40.000	De 40.001 a 100.001	De 100.001 EN ADELANTE
De 31 a 60 días	1.75%	2.00%	2.00%	2.25%	2.50%	2.75%
De 61 a 90 días	2.00%	2.25%	2.25%	2.50%	2.75%	3.00%
De 91 a 120 días	2.75%	3.00%	3.00%	3.25%	3.50%	3.75%
De 121 a 150 días	3.25%	3.75%	4.00%	4.00%	4.25%	4.50%
De 151 a 180 días	3.45%	4.00%	4.25%	4.50%	4.75%	5.00%
De 181 a 360 días	3.75%	4.25%	4.50%	5.00%	5.25%	5.50%
Más de 360	3.75%	4.25%	4.50%	5.00%	5.25%	5.50%

Fuente: *Banco del Fomento*  
 Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 20****TASAS DE INTERÉS CRÉDITO**

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses)	MONTO	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA TOTAL	MONTO TOTAL A PAGAR
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA BCE			
COMERCIAL	36	50.000	10.00%	11.83%	7.708.33	1.603.01	57.708.33

<b>Med Empresa</b>	36	20.000	10.00%	11.83%	3.083.33	641.20	23.083.33
<b>Peq Empresa</b>	24	10.000	11.20%	11.83%	1.250.00	468.75	11.250.00
<b>Peq Empresa</b>							
<b>CONSUMO</b>	12	1.500	15.20%	16.30%	123.5	135.29	1.624
<b>CONSUMO VEHICULO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO Comercial - servicios</b>	12	1.000	15.00%	28.82%	81.25	90.10	1.081.25
<b>MICROCRÉDITO Producción</b>	12	1.000	11.00%	28.82%	59.58	88.30	1.059.58
<b>VIVIENDA</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>DESARROLLO HUMANO</b>	12	580.96	5%	-	19.04	49.73	600
<b>CRÉDITO 5-5-5</b>	6	1.000	5%	-	14.58	169.10	1.014.58

Fuente: *Banco del Fomento*  
Elaborado por: Paola Gómez



### *Misión*

Crear valor a nuestros clientes, accionistas, colaboradores, y a la sociedad, desarrollando propuestas Bancarias y Financieras, ejecutadas con calidad.

### **1.3.4.5 Visión**

Nos vemos como la marca líder de servicios Bancarios y Financieros de los ecuatorianos. Estamos presentes en todos y cada uno de sus hogares y en todas y cada una de sus Empresas.

Estén donde estén, vayan donde vayan.

### **Autoridades del Banco de Guayaquil**

#### **Presidente del Directorio**

Danilo Carrera Drouet

#### **Vicepresidente Ejecutivo - Gerente General**

Guillermo Lasso Alcívar

### **Dirección**

Oficina (General Maldonado 720 y Eco. Sánchez de Orellana)

Oficina (Malteria Mall)

### **Página Web**

[www.bg.com](http://www.bg.com)

## PRODUCTOS Y SERVICIOS

### BANCA PERSONAL

Cuenta de Ahorro  
Cuenta Corriente Rentable  
Tarjeta Efectiva  
Autofácil  
Casafácil

### BANCA EMPRESARIAL

Póliza de Acumulación BG  
Cuenta Corriente BG  
Venta de Acciones BG

### OTROS SERVICIOS

Recaudación  
Transferencias y canjes  
Remesas  
Multiasistencia  
Tarjeta Supermaxi  
Consulta Central de Riesgo  
Cash Management  
Pago de Nómina  
Pago automático  
Débito Automático  
Recaudaciones  
Facturación de Combustible  
Giros-Pagos de Remesas  
Sistema Integrado de atención  
a Distribuidores  
Tarjeta de Crédito  
American Express  
Tarjeta American Express Business  
Tarjeta Blue de American Express  
Visa y Mastercard BG  
Centro de servicios a Comercio  
Cajeros automáticos  
Banca virtual, celular, telefónica  
Ventanillas  
Débito Automático  
Banco del Barrio

**TABLA # 21****TASAS DE INTERES CUENTAS DE AHORROS**

<b>MONTO EN DOLARES</b>	<b>TASA DE INTERES</b>
De \$0 a 100	0.00%
De 101 a 200	0.00%
De 201 a 300	0.25%
De 301 a 400	0.30%
De 401 a 500	0.35%
De 501 a 1.000	0.60%
De 1.001 a 5.000	0.85%
De 5.001 a 20.000	1.10%
De 20.001 a 50.000	0.85%
De 50.001 a 100.000	0.85%
Más de 100.001	0.85%

Fuente: *Banco de Guayaquil*  
 Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 22****TASAS DE INTERES INVERSIÓN**

<b>PLAZO</b>	<b>De 100 a 999</b>	<b>De 1000 a 5.000</b>	<b>De 5.001 a 25.000</b>	<b>De 25.001 a 50.000</b>	<b>De 50.001 a 100.000</b>	<b>De 100.001 a 500.000</b>	<b>De 500.001 a 1'000.000</b>
De 1 a 30 días	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
De 31 a 59 días	0.00%	2.25%	2.50%	2.75%	3.00%	3.25%	3.50%
De 60 a 89 días	0.00%	2.50%	2.75%	3.00%	3.25%	3.50%	3.75%
De 90 a 119 días	0.00%	2.75%	3.00%	3.25%	3.50%	3.75%	4.00%
De 120 a 179 días	0.00%	3.00%	3.25%	3.50%	3.75%	4.00%	4.25%
De 180 a 270 días	0.00%	3.25%	3.50%	3.75%	4.00%	4.25%	4.50%
De 271 a 360 días	0.00%	3.50%	3.75%	4.00%	4.25%	4.50%	4.75%
De 360 o más	0.00%	3.75%	4.00%	4.25%	4.50%	4.75%	5.00%

Fuente: *Banco de Guayaquil*  
 Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 23**

**TASAS DE INTERÉS CRÉDITO**

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses )	MONTO	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA TOTAL	MONTO TOTAL A PAGAR
			DE LA ENTIDA D	MÁXIMA BCE			
<b>COMERCIAL</b>							
<b>Med Empresa</b>	36	50.000	11.83%	11.83%	9.125.94	1.642.46	59.128.56
<b>Peq Empresa</b>	36	20.000	11.83%	11.83%	3.651.48	656.99	23.651.48
<b>CONSUMO</b>	12	1.500	16.30%	16.30%	126.31	135.53	1.626.31
<b>CONSUMO VEHICULO</b>	36	10.000	16.30%	16.30%	2.514.05	347.61	12.514.05
<b>MICROCRÉDIT O Comercial - servicios</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDIT O Producción</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>VIVIENDA</b>	5 años	10.000	9.27%	11.33%	2.425.33	207.09	12.425.33
<b>DESARROLLO HUMANO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>CRÉDITO 5-5-5</b>	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: *Banco de Guayaquil*

Elaborado por: Paola Gómez



4

### **Misión**

“Somos un banco sólido con presencia nacional que genera fidelidad en sus clientes y promueve el desarrollo de la comunidad, de manera eficiente con un equipo humano comprometido”.

### **Visión**

“Ser un banco ágil y seguro que apoya a sus clientes y satisface sus necesidades financieras”.

### **Autoridades del Banco del Austro**

#### **Presidente del Banco del Austro:**

Administrador Walter Bryahns Stractger

#### **Gerente General:**

Ing. Jaime Guillermo Talbot Dueñas

### **Dirección**

Quito 17 -19 y Guayaquil

Telf. 2812740

### **Página Web**

<http://www.bancodelaustro.com>

## **PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **BANCA PERSONAL**

Austroahorros  
Cuenta Corriente  
Básica Plus  
Keycard

### **INVERSIONES**

Depósito a largo plazo  
Casilleros de seguridad  
Convenios Institucionales  
comerciales y educativos

### **BANCA EMPRESARIAL**

Cuenta Corriente  
Básica Plus  
Comercial Corporativo  
Comercio Exterior  
Cartas de Crédito Garantías  
Bancarias Aval Bancario  
Commercial Card

### **CRÉDITO**

Vehículo  
Consumo  
Vivienda  
Productivo Empresarial  
Productivo Pymes  
Productivo Corporativo  
Microcréditos

### **OTROS SERVICIOS**

Banca Celular Banca Virtual Banca  
Móvil Callcenter  
Servicios/Austropagos Pensiones ,  
IESS SRI Matriculación Vehicular  
Descarga Estado Cuenta  
Pagos Inmediatos  
Recarga Celular  
Comprobantes Electrónicos  
Consulta Pública  
Establecimientos Ágilcash

**TABLA # 24****TASAS DE INTERES CUENTAS DE AHORROS**

<b>MONTO EN DOLARES</b>	<b>TASA DE INTERES</b>
De \$0 a 1.499.99	-
De 1.500 a 1.999.99	-
De 2000 a 4.99.99	-
De 5000 a 9.999.99	-
De 10.000 a 49.999.99	-
De 50.000 a 499.999.99	-
De 500.000 a 999.999.99	-
Más de 1'000.000.00	-

Fuente: *Banco del Austro*  
 Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 25****TASAS DE INTERES INVERSIÓN**

<b>PLAZO</b>	<b>De 100 a 999</b>	<b>De 1000 en adelante</b>	<b>De 5.001 a 25.000</b>	<b>De 25.001 a 50.000</b>	<b>De 50.001 a 100.000</b>	<b>De 100.001 a 500.000</b>	<b>De 500.001 a 1'000.000</b>
De 1 a 31 días	-	3.00%	-	-	-	-	-
De 31 a 61 días	-	3.25%	-	-	-	-	-
De 61 a 92 días	-	4.25%	-	-	-	-	-
De 92 a 120 días	-	4.50%	-	-	-	-	-
De 120 a 181 días	-	5.00%	-	-	-	-	-
De 181 a 361 días	-	5.50%	-	-	-	-	-

Fuente: *Banco del Austro*  
 Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 26**

**TASAS DE INTERÉS CRÉDITO**

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses)	MONTO	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA TOTAL	MONTO TOTAL A PAGAR
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA A BCE			
<b>COMERCIAL</b>							
Med Empresa	-	-	-	-	-	-	-
Peq Empresa	-	-	-	-	-	-	-
<b>CONSUMO</b>	24	20.000	15.20%	16.30%	3.319,23	971,63	23.319,23
<b>CONSUMO VEHICULO</b>	36	10.000	15.20%	16.30%	2.514.68	347.63	12.514.68
<b>MICROCRÉDITO</b>							
Comercial - servicios	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO</b>							
Producción	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO</b>							
Subsistencia	36	3.000	19.50%	30.50%	986,21	110,72	3.986,21
Acum. Simple	36	10.000	19.50%	27.50%	3.287,35	369,35	13.287,35
Acum. Ampliada	36	20.000	19.50%	25.50%	6.574,70	738,18	26.574,70
<b>VIVIENDA</b>	5 años	10.000	10.78%	11.33%	2.979.20	216.32	12.979.20
<b>DESARROLLO HUMANO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>CRÉDITO 5-5-5</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>PRODUCTIVO</b>							
Prod. Corporativo	36	>1.000	9.02%	9.33%	217.688.16	47.713.56	1'717.688,16
Prod. Empresarial	36	1.000	9.76%	10.21%	157.566.32	32.154.62	1'157.566,32
Prod. Pymes	36	200	11.23%	11.83%	2	2	236.503.44

Fuente: *Banco del Austro*

Elaborado por: Paola Gómez



### **Misión**

Aportamos bienestar a nuestros colaboradores, soluciones financieras de calidad a nuestros clientes y valor a nuestros accionistas y al país.

### **Visión**

Ser el mejor Banco mediano del país.

### **Autoridades del Banco General Rumiñahui**

#### **Presidente del Directorio del Banco General Rumiñahui**

Gral. Luis Garzón

#### **Gerente General**

Alejandro Rivadeneira Jaramillo

### **Dirección**

Oficina Latacunga (Calle Quito No. 16 – 158 y Guayaquil)

Telf. 03 266 0700/03 266 0701

Oficina Brigada patria (Panamericana Norte Km 12 ½ )

Telf. 03 266 0700/03 266 0701

Oficina Fae Latacunga (Amazonas y Javier v Espinoza (Aeropuerto Latacunga)

Telf. 03 266 0700/03 266 0701

### **Página Web**

[www.bgr.com.ec](http://www.bgr.com.ec)

## **PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **BANCA PERSONAL**

BGR Inversiones

BGR Cuentas

BGR Tu Casa

BGR Visa

### **INVERSIONES**

Depósito a largo Plazo

### **BANCA EMPRESARIAL**

BGR Capital de Trabajo

BGR C. De Inversión

BGR Crediflash

### **BANCA MILITARES**

BGR Visa

BGR Cuentas

BGR Tu Auto

### **CRÉDITO**

Comercial Mediana y Pequeña  
empresa

Vehículo

Microcrédito

General Nomina Militar

Vivienda

### **OTROS SERVICIOS**

BGR Visa Nacional

BGR Visa Clásica

GRR Visa Gold

Cossfa BGR

**TABLA # 27**

**TASAS DE INTERES CUENTAS DE AHORROS**

<b>MONTO EN DOLARES</b>	<b>TASA DE INTERES</b>
De \$0 a 250,00	0.00%
De 250,01 a 500.00	0.30%
De 500,01 a 2.500	0.35%
De 2.500,01 a 5.000	0.50%
De 5.000,01 a 10.000	1.10%
De 10.000,01 a 100.000	1.60%
De 100.000,01 a 250.000	0.60%
Más de 250.000,00	0.00%

Fuente: *Banco General Rumiñahui*

Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 28**

**TASAS DE INTERES INVERSIÓN**

<b>PLAZO</b>	<b>De 200 a 9.999</b>	<b>De 10.000 a 49.999</b>	<b>De 50.000 a 299.999</b>	<b>De 300.000 en adelante</b>
De 30 a 60 días	3.25%	3.50%	3.75%	4.00%
De 61 a 90 días	3.50%	3.75%	4.00%	4.25%
De 91 a 120 días	4.00%	4.25%	4.50%	4.75%
De 121 a 180 días	4.25%	4.50%	4.75%	5.00 %
De 181 a 360 días	4.75%	5.00 %	5.25%	5.50 %
De 361 a 540 días	5.25%	5.50 %	5.75 %	6.00%
Mayor 541 días	5.25%	5.75 %	6.00%	7.00%

Fuente: *Banco General Rumiñahui*

Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 29**

**TASAS DE INTERÉS CRÉDITO**

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses)	MONTO	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA TOTAL	MONTO TOTAL A PAGAR
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA BCE			
<b>COMERCIAL</b>							
Med Empresa	36	50.000	11.83%	11.83%	9.125,94	1.656,27	59.125,94
Peq Empresa	36	20.000	11.83%	11.83%	3.650,38	662,51	23.650,38
<b>CONSUMO</b>	-	-	-	-	-	-	-
General Nomina MILITAR	6	500,00	16.30%	16.30%	22,40	87,20	522,40
<b>CONSUMO VEHICULO</b>	36	10.000	15.20%	16.30%	2.514.81	402,67	12.514.81
<b>MICROCRÉDITO</b>	18	3.000	25.50%	25,50%	573,74	199.31	3.573,74
<b>MICROCRÉDITO Producción</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO Subsistencia Acum. Simple Acum. Ampliada</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>VIVIENDA</b>	5 años	10.000	11.33%	11.33%	2.979.72	217.60	12.979.72
<b>DESARROLLO HUMANO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>CRÉDITO 5-5-5</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>PRODUCTIVO Prod. Corporativo Prod. Empresarial Prod. Pymes</b>	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: *Banco General Rumiñahui*

Elaborado por: Paola Gómez



### **Misión**

Gestionar recursos y servicios financieros con alto grado de calidad, a fin de obtener la satisfacción de nuestros clientes, aportar al desarrollo nacional y crear valor para nuestro capital humano y nuestros accionistas..

### **Visión**

Ser el mejor Banco del Ecuador:

- Contaremos con el mejor talento humano.
- Brindaremos servicios de la más alta calidad.
- Alcanzaremos altos estándares de eficiencia y productividad.
- Incrementaremos las captaciones sostenida y diversificadamente.
- Gestionaremos con prudencia la cartera de crédito.

### **Autoridades del Banco Internacional**

#### **Presidente del Banco Internacional**

E con. Raúl Guerrero

#### **Gerente General:**

Santiago Gutiérrez

### **Dirección**

Calle Quijano y Ordóñez N 4-155 y General Maldonado

### **Página Web**

[www.bancointernacional.com.ec](http://www.bancointernacional.com.ec)

## **PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **BANCA PERSONAL**

Créditos  
Tarjeta de crédito  
Pago de servicios  
Banca de servicios

### **INVERSIONES**

Depósitos a largo plazo  
Casilleros de seguridad

### **BANCA DE EMPRESARIAL**

Inversiones  
Créditos  
Comercio Exterior  
Cash Management

Tarjetas de crédito  
Compra y ventas de divisas  
Custodia de valores  
Negocios Fiduciarios

### **CRÉDITO**

Hipotecario  
Automotriz  
Servicios  
Comercial  
Capital de Trabajo  
Capital de inversión  
Vivienda

### **OTROS SERVICIOS**

Servicios electrónicos

**TABLA # 30****TASAS DE INTERES CUENTAS DE AHORROS**

<b>MONTO EN DOLARES</b>	<b>TASA DE INTERES</b>
De \$0 a 500,00	0.00%
De 501,00 a 1.000.00	0.34%
De 1.001 a 10.000	0.56%
De 10.001 a 100.000	0.79%
Más de 100.001	0.45%

Fuente: *Banco Internacional*

Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 31****TASAS DE INTERES INVERSIÓN**

<b>PLAZO</b>	<b>De 1.000 a 2.000</b>	<b>De 2.001 a 25.000</b>	<b>De 25.001 a 50.000</b>	<b>De 50.001 a 100.000</b>	<b>De 100.001 a 250.000</b>	<b>De 250.001 a 500.000</b>	<b>De 500.001 a 1'000.000</b>
De 31 a 60 días	0.00%	2.70%	3.10%	3.35%	3.45%	3.50%	5.55%
De 61 a 90 días	0.00%	2.90%	3.30%	3.55%	3.65%	3.70%	3.75%
De 91 a 120 días	3.15%	3.45%	3.85%	4.10%	4.20%	4.25%	4.30%
De 121 a 180 días	3.55%	4.10%	4.50%	4.75 %	4.85 %	4.90 %	4.95 %
De 181 a 270 días	4.05%	4.45 %	4.85%	5.10 %	5.20 %	5.25 %	5.30 %
De 271 a 360 días	4.25%	4.75 %	5.15 %	5.40%	5.50%	5.55%	5.60%
Mayor 361 días	4.60%	5.00 %	5.40%	5.65%	5.75%	5.80%	5.85%

Fuente: *Banco Internacional*

Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 32**

**TASAS DE INTERÉS CRÉDITO**

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses)	MONTO	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA TOTAL	MONTO TOTAL A PAGAR
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA BCE			
<b>COMERCIAL</b>	12	100.000	9.33%	9.33%	4.913,95	8.742,82	104.913,95
Med Empresa	-	-	-	-	-	-	-
Peq Empresa	-	-	-	-	-	-	-
<b>CONSUMO</b>	12	10.000	16.30%	16.30%	842.32	903,52	10.842,32
General Nomina MILITAR	-	-	-	-	-	-	-
<b>CONSUMO VEHICULO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO Producción</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO Minorista</b>	anual	-	30.50%	-	-	-	-
<b>Acum. Simple</b>	anual	-	27.50%	-	-	-	-
<b>Acum. Ampliada</b>	anual	-	25.50%	-	-	-	-
<b>VIVIENDA</b>	7 años	100.000	11.33%	11.33%	50.102.53	1.807,95	149.968,95
<b>DESARROLLO HUMANO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>CRÉDITO 5-5-5</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>PRODUCTIVO Prod. Corporativo Prod. Empresarial Prod. Pymes</b>	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: *Banco Internacional*

Elaborado por: Paola Gómez



7

### **Misión**

“Contribuir al desarrollo del país con responsabilidad social, mediante un modelo de negocio que genere la oferta oportuna y competitiva de servicios financieros de calidad, el compromiso ético, la excelencia operacional y el recurso humano capaz y motivado; creando valor para nuestros clientes, colaboradores y accionistas”.

Su misión y visión concuerdan totalmente con sus campañas de responsabilidad social solo por el hecho de que mencionen que una de sus misiones es esta, se da a notar que le banco se preocupa por sus clientes mediante su futuro por sus ahorros y en cuanto al planeta y espacio físico en el que vivimos

### **Visión**

“Su visión es ser rentables, modernos y flexibles, líderes en servicios financieros de calidad, basándose en prácticas éticas y estándares internacionales de eficiencia”.

### **Autoridades del Banco del Pacífico**

#### **Presidente del Banco del Pacífico**

Efraín Vieira

#### **Gerente General:**

Ing. Miguel Carrillo

### **Dirección**

Centro Comercial Malteria Mall

Telf. 2812740

## **Página Web**

www.bancodelpacifico.com

## **PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **BANCA PERSONAL**

Cuenta de Ahorro

Cuenta Segura

Cuenta corriente

Mi Ahorro Cuenta

Eurocuenta

Mi ahorro Cuenta para adultos

Cuenta Clave

Crédito Pacífico

Plan Auto

Cartas de Garantía

Leasing

Pyme Pacífico

Construye con el Pacífico

### **BANCA EMPRESARIAL**

#### **INVERSIONES**

Depósitos a Plazo

Certificados de Ahorro a Plazo

Casa de Valores

Custodia Física de Títulos

Crédito Empresarial

Cartas de Garantía

Leasing

#### **INVERSIONES**

Depósitos a Plazo

Certificados de Ahorros a plazo

Casa de valores

Custodia Física de Títulos Valores

#### **CRÉDITOS**

Consumo  
Comercial  
Vehículo  
Vivienda  
Construcción  
Pymes  
Leasing  
Crédito Hipotecario

OTROS SERVICIOS

Cobros y Pagos (OCP)  
Pagomático  
Facturación Combustible  
Centros Educativos  
Transporte de Valores  
Conciliación Automática

Tarjeta Empresarial  
 Pyme Pacífico  
 Cuenta Remesas  
 Simulador de Crédito  
 Preguntas Frecuentes  
 Guía de Trámites Bancarios  
 MasterCard Debit

**TABLA # 33**

**TASAS DE INTERES CUENTAS DE AHORROS**

<b>MONTO EN DOLARES</b>	<b>TASA DE INTERES</b>
De \$0 a 1.499.99	0.00%
De 1.500 a 1.999.99	0.25%
De 2000 a 4.99.99	0.40%
De 5000 a 9.999.99	0.60%
De 10.000 a 49.999.99	1.00%
De 50.000 a 499.999.99	1.00%
De 500.000 a 999.999.99	0.50%
Más de 1'000.000.00	0.20%

Fuente: *Banco del Pacífico*  
 Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 34**

**TASAS DE INTERES INVERSIÓN**

<b>PLAZO</b>	<b>De 1.000 a 3.999.99</b>	<b>De 4.000 a 19.999.99</b>	<b>De 20.000 a 99.999,99</b>	<b>De 100.000 en adelante</b>
De 1 a30 días	3.00%	3.50%	3.75%	3.75%
De 31 a 60 días	3.25%	3.75%	4.00%	4.00%
De 61 a 90 días	3.50%	4.00%	4.50%	4.50%
De 91 a 120 días	3.75%	4.25%	4.75%	4.75%
De 121 a 180 días	4.75%	5.00 %	5.50%	5.50%
De 181 a 270 días	5.00 %	5.25 %	5.75 %	5.75 %
De 271 a 360 días	5.75 %	5.75 %	6.25%	6.25%

Fuente: *Banco del Pacífico*  
 Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 35**

**TASAS DE INTERÉS CRÉDITO**

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses )	MONTO	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA TOTAL	MONTO TOTAL A PAGAR
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA A BCE			
<b>COMERCIAL</b>							
Med Empresa	-	-	-	-	-	-	-
Peq Empresa	-	-	-	-	-	-	-
Pymes	36	50.000	11.83%	16.30	9.128,67	1.642,46	59.128,67
<b>CONSUMO</b>	12	10.000	16.30%	16.30%	842.32	903,52	10.842,32
General Nomina							
MILITAR	-	-	-	-	-	-	-
<b>CONSUMO VEHICULO</b>	36	-	14.93%	16.30%	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO</b>							
	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO Producción</b>							
	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO</b>							
Minorista	-	-	-	-	-	-	-
Acum. Simple	-	-	-	-	-	-	-
Acum. Ampliada	-	-	-	-	-	-	-
<b>VIVIENDA</b>	7 años	100.000	11.33%	11.33%	50.102.53	1.807,95	149.968,95
<b>DESARROLLO HUMANO</b>							
	-	-	-	-	-	-	-
<b>CRÉDITO Construcción</b>	12 años	-	10.47%	-	-	-	-
<b>PRODUCTIVO</b>							
Prod. Corporativo	-	-	9.33%	-	-	-	-
Prod. Empesarial	-	-	10.21%	-	-	-	-
Prod. Pymes	36	50.000	11.83%	16.30	9.128,67	1.642,46	59.128,67

Fuente: *Banco del Pacífico*

Elaborado por: Paola Gómez



## **Misión**

“El GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN (GFP) produce servicios de calidad para satisfacer todas las necesidades financieras de sus clientes. La ética en los negocios y el trabajo eficiente son principios fundamentales que guían su actividad”.

## **Visión**

“El GFP quiere ser reconocido por la sociedad por la solidez de sus resultados y por apoyar al desarrollo económico del país a través de una administración financiera segura y eficiente”.

## **Autoridades del Banco Produbanco**

### **Presidente del Banco Produbanco**

Rodrigo Paz Delgado

### **Gerente General:**

Eco. Abelardo Pachano Bertero

## **Dirección**

Oficina Calle Padre Salcedo 43-28, entre Quito y Belisario Quevedo

Telf. 03 2800 674/03 266 0701

Oficina Malteria Mall

Telf. 03 2279 182

## **Página Web**

[www.produbanco.com](http://www.produbanco.com)

## **PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **BANCA PERSONAL**

Cuentas

Crédito

Tarjetas de crédito

Cash Management

### **INVERSIONES**

Depósito a largo plazo

### **BANCA EMPRESARIAL**

Negocio. Electrónicos

Cuentas

Inversiones

Crédito

Servicios de transferencias

Productos de importación y exportación

### **BANCA CORPORATIVA**

Negocios Electrónicos

Cuentas

Crédito

Transferencias por fax

Servicios Corporativos

Banca Internacional ( Ahorro en dólares y euros)

### **BANCA PATRIMONIAL**

Cuenta Ahorro

### **CRÉDITO**

Agropecuario

Automotriz

Consumo

Pymes

**TABLA # 36**

**TASAS DE INTERES CUENTAS DE AHORROS**

<b>MONTO EN DOLARES</b>	<b>TASA DE INTERES</b>
De \$0 a 1000,00	0.25%
De 1.000,01 a 100.000	1.00.%
Mayor a 100.000	0.50%

Fuente: *Banco Produbanco*

Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 37**

**TASAS DE INTERES INVERSIÓN**

<b>PLAZO</b>	<b>De 1.000 a 1.999.99</b>	<b>De 2.000 a 250.000</b>	<b>De 250.000.01 a 999.999,99</b>	<b>De 1`000.000 en adelante</b>
De 1 a 30 días	-	-	-	-
De 31 a 90 días	-	3.81%	3.29%	3.04%
De 91 a 180 días	5.08%	5.08%	5.08%	4.83%
De 181 a 360 días	5.58%	5.08%	5.58%	5.32 %
Mayor 360 días	6.00%	6.00%	6.00%	6.00%

Fuente: *Banco Produbanco*

Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 38  
TASAS DE INTERÉS CRÉDITO**

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses )	MONTO	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA TOTAL	MONTO TOTAL A PAGAR
			DE LA ENTIDA D	MÁXIMA BCE			
<b>COMERCIAL</b>							
Med Empresa	36	50.000	11.83%	11.83%	9.133,44	1.642,39	59.133,44
Peq Empresa	36	50.000	11.83%	11.83%	9.133,44	1.642,39	59.133,44
<b>CONSUMO</b>	12	1.500	16.29%	16.30%	22,20	87,06	522.20
General Nomina MILITAR	-	-	-	-	-	-	-
<b>CONSUMO VEHICULO</b>	36	10.000	16.29%	16.30%	2.516.27	381,75	12.516.27
<b>MICROCRÉDIT O</b>	18	3.000	25.49%	27,50%	574,34	198.53	3.574,34
<b>MICROCRÉDIT O Producción</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDIT O Subsistencia Acum. Simple Acum. Ampliada</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>VIVIENDA</b>	10 años	25.000	11.33%	11.33%	15.957,9 7	345,23	40.957,97
<b>DESARROLLO HUMANO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>CRÉDITO 5-5-5</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>PRODUCTIVO Prod. Corporativo Prod. Empresarial Prod. Pymes</b>	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: *Banco Produbanco*  
Elaborado por: Paola Gómez



## **Misión**

“Para el Banco, el desarrollo personal y profesional de sus empleados es fundamental para lograr un equipo de profesionales altamente motivados y capacitados; empleados que compartan la misma visión y, que entiendan y apoyen la misión de nuestra institución. Por este motivo, ofrecemos diferentes oportunidades a sus funcionarios, pero al mismo tiempo tiene altas expectativas acerca de su compromiso y los estándares éticos y profesionales con que se desempeñan”.

## **Visión**

“Buscamos una relación laboral a largo plazo con nuestros empleados, basada en el compromiso mutuo y la posibilidad de desarrollo que tienen junto a nosotros. Esperamos que estén dispuestos a invertir tiempo y esfuerzo en su desarrollo profesional y personal, mostrando un deseo constante de superación. Es importante que cuenten con actitud responsable, autocrítica y ganas de aprender, que tengan habilidad para tomar decisiones basadas en altos estándares profesionales y pensamiento analítico”.

## **Autoridades del Banco ProCredit**

### **Presidente del Banco ProCredit**

Gabriel Schor

### **Gerente General:**

Janet Pacheco Calle

## **Dirección**

Padre Salcedo S5-31 E/Sánchez De Orellana y Quito

Telf. 03 2808 980

## **Página Web**

[www.bancoprocredit.com.ec](http://www.bancoprocredit.com.ec)

## **PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **BANCA PERSONAL**

Cuenta de Ahorro  
Cuenta de Ahorro Premium  
Plan ProAhorro Plus  
Cuenta Corriente  
Cuenta ProChicos

### **INVERSIONES**

Depósito a Plazo Fijo  
Certificado de Ahorro

### **BANCA EMPRESARIAL**

Ahorro e Inversión  
Cuenta Corriente  
Cuenta de Ahorro  
Cuenta de Ahorro Premium  
Depósito a Plazo Fijo  
Cuenta de Integración de Capital  
Certificado de Ahorro

### **CRÉDITO**

Crédito para Eficiencia Energética  
Crédito para Energía Renovable  
Evento del Mes  
Crédito para Protección Ambiental  
Crédito Agropecuario  
Micro Crédito  
Créditos para PYMES  
Crédito de Oportunidad  
Garantía Bancaria  
EcoCredit  
Crédito con Garantía de Depósito

### **OTROS SERVICIOS**

Transporte de Valores  
Transacciones Electrónicas  
Tarjeta de Débito MasterCard  
Transferencias  
Pago de Servicios  
Crédito Rol de Pagos  
Crédito con Garantía de Depósito  
Seguros, Soat  
ProVida  
ProSeguridad  
Seguro Oncológico

**TABLA # 39****TASAS DE INTERES CUENTAS DE AHORROS**

<b>MONTO EN DOLARES</b>	<b>TASA DE INTERES</b>
De 0.01 a 500	0.10%
De 500.01 a 1.000	0.10%
De 1.000,01 a 5.000	0.10%
De 5000,01 a 10.000	0.10%
De 10.00001 a 20.000	0.10%
De 20.000,01 a 50.000	0.10%
Más de 50.000	0.10%

Fuente: *Banco ProCrédit*

Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 40****TASAS DE INTERES INVERSIÓN**

<b>PLAZO</b>	<b>De 0.01 a 500</b>	<b>De 500.01 a 1000</b>	<b>De 1000.01 a 5000</b>	<b>De 5.000,01 a 10.000</b>	<b>De 10.000.01 a 20.000</b>	<b>De 20.000.01 a 50.000</b>	<b>De 50.000.01 en adelante</b>
De 30 a 60 días	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%
De 61 a 90 días	3.25%	3.25%	3.25%	3.25%	3.25%	3.25%	3.25%
De 91 a 120 días	4.25%	4.25%	4.25%	4.25%	4.25%	4.25%	4.25%
De 121 a 150 días	4.80%	4.80%	4.80%	4.80%	4.80%	4.80%	4.80%
De 151 a 180 días	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
De 181 a 364 días	5.50%	5.50%	5.50%	5.50%	5.50%	5.50%	5.50%
Mayor 365 días	6.00%	6.00%	6.00%	6.00%	6.00%	6.00%	6.00%

Fuente: *Banco ProCrédit*

Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 41**

**TASAS DE INTERÉS CRÉDITO**

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses)	MONTO	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA TOTAL	MONTO TOTAL A PAGAR
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA BCE			
<b>COMERCIAL</b>							
Med Empresa	-	-	-	-	-	-	-
Peq Empresa	-	-	-	-	-	-	-
<b>CONSUMO</b>							
General Nomina	-	-	-	-	-	-	-
<b>MILITAR</b>							
<b>CONSUMO VEHICULO</b>							
MICROCRÉDITO							
<b>MICROCRÉDITO Empresarial</b>	18	10.000	27.48%	27.50%	2.037	670	12.057
<b>MICROCRÉDITO Subsistencia Acum. Simple Acum. Ampliada</b>							
	-	-	-	-	-	-	-
<b>VIVIENDA</b>	5 años	10.000	11.33%	11.33%	2.983	216	12.983
<b>DESARROLLO HUMANO</b>							
	-	-	-	-	-	-	-
<b>CRÉDITO 5-5-5</b>							
	-	-	-	-	-	-	-
<b>PRODUCTIVO Prod. Corporativo Prod. Empresarial Prod. Pymes</b>							
	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: *Banco ProCrédit*

Elaborado por: Paola Gómez



### **Misión**

“Somos una organización ecuatoriana que contribuye a reducir la pobreza y a mejorar la calidad de vida de los segmentos menos favorecidos, a través de la satisfacción de sus necesidades, con productos y servicios financieros de calidad e innovadores.

Retribuimos la confianza de nuestros depositantes, inversionistas, accionistas y colaboradores con rentabilidad financiera, social y ambiental, con base en la gestión competitiva de un equipo humano íntegro, responsable, solidario y entusiasta que hace de estos principios parte de su misión de vida”.

### **Visión**

“Ser líderes en calidad de servicio financiero con misión social”.

### **Autoridades del Banco Solidario**

#### **Presidente del Banco Solidario**

Enrique Beltrán Mata

#### **Gerente General:**

Michel Burbano Valenzuela

### **Dirección**

Calle Sánchez de Orellana 14-32 y Calle Gral. Maldonado

Telf. 03 2808 980

## **Página Web**

[www.banco-solidario.com](http://www.banco-solidario.com)

## **PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **BANCA PERSONAL**

Cuneta de ahorro

Cuenta corriente

Seguro Protección Dorada (Joyas de Oro)

### **INVERSIONES**

Depósito a largo plazo

### **CRÉDITO**

Comercial

Comercial Empresarial

Microcrédito

Vivienda

Olla de Oro

### **OTROS SERVICIOS**

Banca Electrónica

Cajeros Automáticos

Tarjetas de Crédito

**TABLA # 42**

**TASAS DE INTERES CUENTAS DE AHORROS**

<b>MONTO EN DOLARES</b>	<b>TASA DE INTERES</b>
De 0 a 99,9	0.50%
De 100 a 500	1.50.%
De 501 a 1.000	1.75%
De 1.001 a 2.000	2.00%
De 2.001 a 4.000	2.00%
De 4.001 a 8.000	2.25%
De 8.001 a 10.000	2.25%
Más de 10.000	2.50%

Fuente: *Banco Solidario*

Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 43**

**TASAS DE INTERES INVERSIÓN**

<b>PLAZO</b>	<b>De 500 a 1000</b>	<b>De 1.001 a 2.000</b>	<b>De 2.001 a 4.000</b>	<b>De 4.001 a 8.000</b>	<b>De 8.001 a 10.000</b>	<b>De 10.000 en adelante</b>
De 31 a 90 días	3.75%	3.75%	3.75%	3.75%	3.75%	3.75%
De 91 a 180 días	4.50%	4.50%	4.50%	4.50%	4.50%	4.50%
De 181 a 364 días	5.50%	5.50%	5.50%	5.50%	5.50%	5.50%
Mayor 365 días	6.00%	6.00%	6.00%	6.00%	6.00%	6.00%

Fuente: *Banco Solidario*

Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 44**

**TASAS DE INTERÉS CRÉDITO**

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses)	MONTO	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA TOTAL	MONTO TOTAL A PAGAR
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA BCE			
<b>COMERCIAL</b>							
<b>Empresarial</b>	36	50.000	11.18%	10.21%	7.853,03	1.607,03	57.853,03
<b>Pymes</b>	36	20.000	11.79%	11.83%	3.640,13	656,67	23.640,13
<b>CONSUMO</b>	12	1.500	16.20%	16.30%	134,88	137,00	1.634,88
General Nomina MILITAR	-	-	-	-	-	-	-
<b>CONSUMO VEHICULO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO</b>	18	5.000	27.48%	27,50%	1.082,86	339,00	6082,86
<b>MICROCRÉDITO Producción</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO Subsistencia Acum. Simple Acum. Ampliada</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>VIVIENDA</b>	5 años	10.000	11.30%	11.33%	2.973,75	216,23	12.973,75
<b>DESARROLLO HUMANO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>CRÉDITO 5-5-5</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>PRODUCTIVO Prod. Corporativo Prod. Empresarial Prod. Pymes</b>	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: *Banco Solidario*

Elaborado por: Paola Gómez



### **Misión**

La razón de ser de Banco Promerica es atender las diversas necesidades financieras de sus clientes con productos y servicios innovadores, de alto valor agregado, en forma cortés, transparente y oportuna.

### **Visión**

Ser reconocidos como la institución referente en eficiencia, innovación, transparencia y servicio bancario.

### **Autoridades del Banco Promerica**

#### **Presidente del Banco Promerica**

Ricardo Cuesta

#### **Gerente General:**

Juan Manuel Borrero

### **Dirección**

Malteria Mall

Telf. 03 227-9007

### **Página Web**

[www.bancopromerica.ec](http://www.bancopromerica.ec)

## **PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **BANCA PERSONAL**

Cuenta de Ahorro  
Cuenta Corriente  
Crédito Personal  
Tarjeta de Crédito VISA  
Tarjeta de Crédito MasterCard

### **INVERSION**

Depósito a largo plazo

### **BANCA EMPRESARIAL**

Cuenta Empresarial  
Ahorro Empresarial  
Crédito Empresarial  
Tarjeta de Crédito VISA Business  
Inversiones  
Comercio Exterior  
Cash Management

### **BANCA INSTITUCIONAL**

Cuenta Empresarial  
Ahorro Preferencial  
Tarjeta de Crédito VISA Business  
Inversiones  
Compra y Venta de Divisas  
Cash Management

### **OTROS SERVICIOS**

Recargas Electrónicas  
Tarjeta de Débito CheckCard  
Pago de Servicios Básicos  
Compra y Venta de Divisas  
Banca Móvil  
Buzón de Compras  
Pago de Impuestos

**TABLA # 45**

**TASAS DE INTERES CUENTAS DE AHORROS**

<b>MONTO EN DOLARES</b>	<b>TASA DE INTERES</b>
De 0 a 100,00	0.00%
De 100,01 a 500.00	0.50%
De 500.01 a 2.500	0.75%
De 2.500,01 a 5.000,00	1.00%
De 5.000,01 a 10.000	1.25%
De 10.000,01 a 50.000	1.50%
De 50.000,01 a 100.000	1.75%
Más de 100.000	2.00%

Fuente: *Banco Promerica*  
Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 46**

**TASAS DE INTERES INVERSIÓN**

<b>PLAZO</b>	<b>De 1.000 a 1.999,99</b>	<b>De 2.000 a 250.000</b>	<b>De 250.000,01 a 999.999,99</b>	<b>De 1'000.000</b>
De 1 a 29 días	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
De 30 a 90 días	3.45%	3.50%	3.55%	3.60%
De 91 a 180 días	4.25%	4.25%	4.25%	4.30%
De 181 a 360 días	5.00%	5.00%	5.00%	5.00 %
Mayor 360 días	6.00%	6.00 %	6.00 %	6.15%

Fuente: *Banco Promerica*  
Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 47**

**TASAS DE INTERÉS CRÉDITO**

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses)	MONTO	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA TOTAL	MONTO TOTAL A PAGAR
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA BCE			
<b>COMERCIAL</b>	-	-	-	-	-	-	-
Med Empresa	-	-	-	-	-	-	-
Peq Empresa	-	-	-	-	-	-	-
Prod. Empresarial	24	50.000	10.21%	10.21%	5.241,08	2.301,71	55.241,08
Prod. Pymes	24	20.000	11.83%	11.83%	2.423,05	934,29	22.423,05
<b>CONSUMO</b>	12	1.500	16.30%	16.30%	126.26	135.52	1.639,01
General Nomina							
<b>MILITAR</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>CONSUMO VEHICULO</b>	36	10.000	16.30%	16.30%	2.513.04	347,58	12.598.04
<b>MICROCRÉDITO</b>	18	3.000	30.50%	30,50%	679,43	204,41	3.679,43
<b>MICROCRÉDITO Producción</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO Minorista</b>							
Acum. Simple							
Acum. Ampliada	-	-	-	-	-	-	-
<b>VIVIENDA</b>	5 años	10.000	11.33%	11.33%	2.979,72	216.33	13.064,72
<b>DESARROLLO HUMANO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>CRÉDITO 5-5-5</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>PRODUCTIVO</b>							
Prod. Corporativo							
Prod. Empresarial							
Prod. Pymes	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: *Banco Promerica*

Elaborado por: Paola Gómez



1

### **Misión**

“Entregamos productos y servicios financieros solidarios de calidad, acordes a las necesidades de nuestros grupos de interés a través de una gestión eficiente, transparente, apegada a la Ley, a favor del equilibrio entre el bienestar social y la preservación de los recursos naturales, apoyados en tecnología actualizada con un talento humano competente”.

### **Visión**

“Somos una cooperativa modelo en responsabilidad social empresarial, comprometida con el desarrollo de nuestros grupos de interés y aceptada en sus zonas de influencia”.

### **Autoridades de CACPECO**

#### **Presidente de la Cooperativa CACPECO:**

Mario Arguello

#### **Gerente General:**

Lic. Virginia Escobar

### **Dirección**

Sánchez de Orellana N 15-44 y Ramírez Fita (Parque Vicente León)

Telf. 03280 7900

### **Página Web**

<http://www.cacpeco.com>

## PRODUCTOS Y SERVICIOS

### AHORROS

Ahorro a la vista  
Supercuenta infantil  
Cuenta Práctica  
Ahorro Inversión  
Jubilación  
Multiuso

### INVERSIÓN

Depósito a Plazo  
Plazo Fijo Junior  
Plazo Fijo Medium  
Plazo Fijo Senior  
Plazo Fijo Premium  
Plazo Fijo Oro

### CRÉDITOS

#### Consumo

Consumo Hipotecario  
Crédito Emergente  
Consumo Prendario  
Solución Consumo  
Crédiapoyo consumo  
Crédivehículo consumo

#### Vivienda

Micro Grupal Mujer  
CFN Vivienda  
CFN Vivienda Micro  
Plazo Fijo Oro

#### Comercial

CFN Comercial

#### Microempresarial

Microcrédito Empresarial  
Crédito Microempresarial  
Microcrédito Prendas  
CFN Micro Hipotecaria  
Solución Microcrédito  
Crédiapoyo Micro  
Crédivehículo Micro  
Establecimientos Ágilcash

**TABLA # 48****TASAS DE INTERES CUENTAS DE AHORROS**

<b>MONTO 5EN DOLARES</b>	<b>TASA DE INTERES</b>
De \$0 a 2.000	1,50%
De 2.001 a 5.000	1.75%
De 5.001 a 10.000	2.00%
De 10.001 a 100.000	2.25%
De 100.001 a 700.000	2.50%
De 700.001 en adelante	2.00%

Fuente: *Cooperativa Cacpeco*

Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 49****TASAS DE INTERES INVERSIÓN**

<b>PLAZO</b>	<b>De 100 a 2.000</b>	<b>De 2.001 a 5.000</b>	<b>De 5.001 a 10.000</b>	<b>De 10.001 a 20.000</b>	<b>De 20.001 a 50.000</b>	<b>De 50.001 en adelante</b>
De 30 a 60 días	4.10%	4.30%	4.40%	4.60%	4.70%	4.80%
De 61 a 90 días	4.40%	4.50%	4.70%	4.80%	4.90%	5.20%
De 91a 120 días	5.40%	5.60%	5.70%	5.80%	6.00%	6.10%
De 121 a 180 días	7.30%	7.40%	7.50%	7.60%	7.70%	6.25%
De 181 días	7.80%	7.90%	8.00%	8.10%	8.20%	7.00%
De 360 días	8.30%	8.40%	8.50%	8.60%	8.70%	8.10%

Fuente: *Cooperativa Cacpeco*

Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 40**

**TASAS DE INTERÉS CRÉDITO**

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses )	MONTO	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA TOTAL	MONTO TOTAL A PAGAR
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA BCE			
<b>COMERCIAL</b>							
Med Empresa	-	-	-	-	-	-	-
Peq Empresa	-	-	-	-	-	-	-
<b>COMERCIAL Corporativo</b>	-	-	0.00%	9.16%	-	-	-
Pymes	-	-	11.05%	11.18%	-	-	-
<b>CONSUMO</b>	-	-	14.15%	15.67%	-	-	-
<b>CONSUMO VEHICULO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>CONSUMO MINORISTA</b>	-	-	15.80%	18.96%			
<b>MICROCRÉDITO Comercial - servicios</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO Producción</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO Subsistencia</b>			17.50%	30.50%			
Acum. Simple			16.00%	27.50%			
Acum. Ampliada			15.00%	25.50%			
<b>VIVIENDA</b>	-	-	10.50%	11.33%	-	-	-
<b>DESARROLLO HUMANO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>CRÉDITO 5-5-5</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>PRODUCTIVO Prod. Corporativo</b>		-	-	-	-	-	-
<b>Prod. Empresarial</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Prod. Pymes</b>	--	-	-	-	-	-	-

Fuente: *Cooperativa Cacpeco*

Elaborado por: Paola Gómez



1

### **Misión**

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

### **Visión**

“Fortalecer nuestro liderazgo nacional con reconocimiento en el sistema cooperativo latinoamericano, comprometidos con la comunidad, promoviendo la integración cooperativa, aplicando calidad en el servicio, tecnología innovadora y una cultura social responsable”.

### **Autoridades 29 de Octubre**

#### **Presidente de la Cooperativa 29 de Octubre:**

Gral. Juan Francisco Donoso

#### **Gerente General:**

Econ. Alvaro Fernando Andrade Ruiz

#### **Dirección**

Av. Amazonas 525 y Calle Guayaquil

Telf. 03 281 3480 / 03 281 3485

#### **Página Web**

<http://www.29deoctubre.fin.ec>

## **PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **AHORROS**

Cuenta Ahorro Mundialista

Cuenta Angelitos

Cuenta de Ahorros

Cuenta Cliente

Cuenta mejor Futuro

### **INVERSIONES**

Inversiones a plazo fijo

### **CREDITO**

Consumo

Microcréditos

Vivienda

### **OTROS SERVICIOS**

Pagos institucionales

Pagos SRI

Pago matriculación vehicular

Pagos fondos de reserva

**TABLA # 41**

**TASAS DE INTERES CUENTAS DE AHORROS**

<b>MONTO EN DOLARES</b>	<b>TASA DE INTERES</b>
De \$0 a 1.000,00	2.00%
De 1.000,01 a 2.000,00	2.50%
De 2.000,00 o mas	3.00%
De 12.00 o mas	7.50%
De 50 o mas	8.50%

Fuente: *Cooperativa 29 de Octubre*

Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 42**

**TASAS DE INTERES INVERSIÓN**

<b>PLAZO</b>	<b>De 100 a 2.000</b>	<b>De 2.001 a 5.000</b>	<b>De 5.001 a 10.000</b>	<b>De 10.001 a 20.000</b>	<b>De 20.001 a 50.000</b>	<b>De 50.001 en adelante</b>
De 31 a 60 días	-	-	4.25%	4.25%	4.25%	4.25%
De 61 a 90 días	-	-	4.30%	4.50%	4.50%	4.70%
De 91a 120 días	-	-	4.70%	4.90%	4.90%	5.00%
De 121 a 180 días	-	-	5.00%	5.20%	5.20%	5.40%
De 181 días	-	-	5.60%	5.80%	5.80%	6.00%
De 361 días o mas	-	-	7.50%	7.50%	7.50%	7.50%

Fuente: *Cooperativa 29 de Octubre*

Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 43**

**TASAS DE INTERÉS CRÉDITO**

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses)	MONTO	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA TOTAL	CARGA FINANCIERA
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA BCE			
<b>COMERCIAL</b>							
Med Empresa	36	50.000	11.23%	11.83%	-	-	-
Peq Empresa	36	20.000	11.23%	11.83%	-	-	-
<b>COMERCIAL Corporativo</b>	-	-	0.00%	9.16%	-	-	-
Pymes	-	-	11.05%	11.18%	-	-	-
<b>CONSUMO</b>	12	1.500	15.20%	15.67%	-	-	-
<b>CONSUMO VEHICULO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>CONSUMO MINORISTA</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO Comercial - servicios</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO Minoristas</b>	12	1.500	24.60%	30.50%	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO Subsistencia</b>	-	-	-	-	-	-	-
Acum. Simple	-	-	-	-	-	-	-
Acum. Ampliada	-	-	---	-	-	-	-
<b>VIVIENDA</b>	5	10.000	10.77%	11.33%	-	-	-
<b>DESARROLLO HUMANO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>CRÉDITO 5-5-5</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>CON REDESCUENTO</b>	24	10.000	20.85%		-	-	-
<b>PRODUCTIVO Prod. Corporativo</b>	-	-	-	-	-	-	-
Prod. Empresarial	-	-	-	-	-	-	-
Prod. Pymes	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: *Cooperativa 29 de Octubre*

Elaborado por: Paola Gómez



1

### **Misión**

“Contribuir solidariamente a elevar el nivel de vida de nuestros socios y clientes”.

### **Visión**

“Ser u referente del sistema cooperativo en la aplicación de valores y principios de responsabilidad social”.

### **Autoridades Cooperativa Oscus**

#### **Presidente de la Cooperativa Oscus**

Dra. Thanya Chimbo

#### **Gerente General:**

Ing. Edgar Pazmiño

### **Dirección**

General Maldonado 5-56 y Quito

Latacunga

Telf. 03 2800-008

### **Página Web**

<http://www.oscus.coop>

## **PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **AHORROS**

Cuenta Infantil

Certificado de Depósito a Plazo

Certificado de Depósito a Plazo

Ahorro Dorado

### **INVERSIONES**

Inversiones a plazo fijo

### **CREDITO**

Capital de trabajo.

Compra de materia prima e insumos.

Compra de bienes finales.

Compra de bienes inmuebles, terminados y no --terminados.

Compra de terreno para la instalación de --actividades productivas.

Compra de maquinaria y ó vehículo de trabajo.

Compra de servicios.

Gastos de investigación profesional.

Adquisición de bienes finales.

Adquisición de bienes inmuebles, terminados y no terminados.

Adquisición de servicios.

Gastos de investigación profesional.

### **OTROS SERVICIOS**

Recaudación, pensión educativa,

UNE Cotopaxi

**TABLA # 44****TASAS DE INTERES CUENTAS DE AHORROS**

<b>MONTO EN DOLARES</b>	<b>TASA DE INTERES</b>
De \$1 y 500,00	0.50%
De 500,01 a 1.000,00	1.00%
De 1.000,01a 2.500,00	1.51%
De 2.500,01 a 5.000,00	2.02%
De 5.000,01 a 10.000,00	2.53%
Mas de 10.000,01	3.04%

Fuente: *Cooperativa Oscus*

Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 45****TASAS DE INTERES INVERSIÓN**

<b>PLAZO</b>	<b>De 100 a 1.000</b>	<b>De 1.001 a 5.000</b>	<b>De 5.001 a 10.000</b>	<b>De 10.001 a 20.000</b>	<b>De 20.001 a 50.000</b>	<b>De 50.001 en adelante</b>
De 31 a 60 días	4.07%	4.33%	4.59%	4.85%	5.12%	5.38%
De 61 a 90 días	4.59%	4.85%	5.11%	5.37%	5.63%	5.89%
De 91a 180 días	5.35%	5.88%	6.08%	6.40%	6.61%	6.66%
De 181 a 270 días	6.14%	6.66%	6.92%	7.17%	7.43%	7.69%
De 271 a 360 días	6.65%	6.96%	7.06%	7.16%	7.42%	7.67%
De 361 días o mas	6.65%	6.95%	7.05%	7.15%	7.40%	7.65%

Fuente: *Cooperativa Oscus*

Elaborado por: Paola Gómez

TABLA # 46

TASAS DE INTERÉS CRÉDITO

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses)	MONTO	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA TOTAL	MONTO TOTAL A PAGAR
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA A BCE			
COMERCIAL Capital de trabajo Peq Empresa	36	150.000	11.79%	11.83%	26.892,06	4.987,43	-
COMERCIAL Corporativo	-	-	-	-	-	-	-
Pymes	-	-	-	-	-	-	-
CONSUMO	12	1.500	12.69%	16.30%	91.75	133.27	-
CONSUMO VEHICULO	-	-	-	-	-	-	-
CONSUMO MINORISTA	-	-	-	-	-	-	-
MICROCRÉDITO Comercial - servicios	-	-	-	-	-	-	-
MICROCRÉDITO Minoristas	12	1.500	22.42%	30.50%	151.15	138.72	-
MICROCRÉDITO Subsistencia	-	-	-	-	-	-	-
Acum. Simple	-	-	-	-	-	-	-
Acum. Ampliada	-	-	-	-	-	-	-
VIVIENDA	5	10.000	11.30%	11.33%	2.970,77	220.34	-
DESARROLLO HUMANO	-	-	-	-	-	-	-
CRÉDITO 5-5-5	-	-	-	-	-	-	-
CON REDESCUENTO	-	-	-	-	-	-	-
PRODUCTIVO Prod. Corporativo	-	-	-	-	-	-	-
Prod. Empresarial	-	-	-	-	-	-	-
Prod. Pymes	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: *Cooperativa Oscus*  
Elaborado por: Paola Gómez



1

### **Misión**

Brindar productos y servicios financieros competitivos para satisfacer las necesidades de socios y clientes, contribuyendo al desarrollo de la economía solidaria del Ecuador.

### **Visión**

Ser líder y referente en el sector financiero cooperativo mediante una gestión profesional con responsabilidad social.

### **Autoridades Cooperativa el Sagrario**

#### **Presidente Cooperativa el Sagrario**

Hugo Pombozo

#### **Gerente General**

Fredy Velastegui

### **Dirección**

Quito y Padre Salcedo, Parque Vicente León.

Telf. 03 2997 - 999

### **Página Web**

[www.elsagrario.com](http://www.elsagrario.com)

## **PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **AHORROS**

Seguro de vida y de accidentes personales  
Atención médica y odontológica  
Acceso inmediato a créditos  
Tarjeta de débito y cajeros automáticos Banred  
Consultas y movimientos de la cuenta a través del internet  
Débitos automáticos para pago de servicios de terceros  
Acreditaciones de rol de pago

### **CHIQUIAHORRO**

Seguro de vida y de accidentes personales  
Atención médica y odontológica  
Cursos vacacionales gratuitos  
Tarjeta de débito y cajeros automáticos Banred  
Becas estudiantiles

### **INVERSIONES**

Inversiones a plazo fijo

### **CREDITOS**

Créditos de consumo hasta \$ 20.000 y 48 meses plazo  
Créditos para vehículos hasta \$ 20.000 y 48 meses plazo  
Créditos para adquisición de vivienda nueva o usada, ampliación o mejoramiento  
Microcrédito

### **OTROS SERVICIOS**

Envío desde el exterior  
Pago de Impuestos  
Socio en línea

**TABLA # 47**

**TASAS DE INTERES CUENTAS DE AHORROS**

<b>MONTO EN DOLARES</b>	<b>TASA DE INTERES</b>
De 1 a 500,00	1.00%
De 501 a 2000.00	1.50%
De 2.001 en adelante	2.00%

Fuente: *Cooperativa El Sagrario*  
Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 48**

**TASAS DE INTERES INVERSIÓN**

<b>PLAZO</b>	<b>De 201 a 2.500</b>	<b>De 2.501 a 5.000</b>	<b>De 5.001 a 10.000</b>	<b>De 10.000 en adelante</b>
De 30 a 60 días	4.25%	4.75%	5.25%	5.75%
De 61 a 90 días	4.75%	5.25%	5.75%	6.00%
De 91a 120 días	5.25%	5.75%	6.25%	6.50%
De 121 a 180 días	5.50%	6.00%	6.50%	7.00 %
De 181 a 364 días	6.00%	6.50%	7.00 %	7.50%
Mayor 365 días	6.50%	7.00 %	7.50%	8.00%

Fuente: *Cooperativa El Sagrario*  
Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 49**

**TASAS DE INTERÉS CRÉDITO**

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses)	MONTO	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA TOTAL	MONTO TOTAL A PAGAR
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA BCE			
COMERCIAL Med Empresa Peq Empresa	-	-	-	-	-	-	-
CONSUMO	12	1.500	16.12%	16.30%	106.29	133.76	1.606.29
General Nomina MILITAR	-	-	-	-	-	-	-
CONSUMO VEHICULO	36	10.000	15.25%	16.30%	2.517.24	346.16	12.517.24
MICROCRÉDITO	18	3.000	26.70%	30,50%	504,72	194.15	3.504,72
MICROCRÉDITO Producción	-	-	-	-	-	-	-
MICROCRÉDITO Subsistencia Acum. Simple Acum. Ampliada	-	-	-	-	-	-	-
VIVIENDA	5 años	10.000	11.26%	11.33%	2.976.65	215.19	12.976.65
DESARROLLO HUMANO	-	-	-	-	-	-	-
CRÉDITO 5-5-5	-	-	-	-	-	-	-
PRODUCTIVO Prod. Corporativo Prod. Empresarial Prod. Pymes	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: *Cooperativa El Sagrario*

Elaborado por: Paola Gómez



### **Misión**

Somos una institución transparente con principios cooperativos y responsabilidad social que satisface las necesidades financieras de nuestros socios y clientes, con talento humano experimentado y comprometido con el desarrollo de la comunidad.

### **Visión**

Al 2016, consolidar la estructura institucional y recuperar el posicionamiento, que permita el incremento de socios, de cobertura y un crecimiento sustentable de la institución, sus asociados y la comunidad generando productos y servicios de calidad.

### **Autoridades de la Cooperativa 9 de Octubre**

#### **Presidente Cooperativa 9 de Octubre**

Edwin Alarcón

#### **Gerente General**

Mariana De laVega

### **Dirección**

Quito y Guayaquil

### **Página Web**

[www.9octubre.fin.ec](http://www.9octubre.fin.ec)

## **PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **AHORROS**

Ahorro a la Vista  
Ahorro Objetivo  
Ahorro Infantil  
Seguros Desgravamen

### **INVERSIONES**

Inversiones a plazo fijo

### **CRÉDITOS**

Especiales entre 24 a 48 horas  
Microcrédito  
Consumo  
Vivienda

### **OTROS SERVICIOS**

Transferencias Internacionales  
Atención Odontológica  
Atención Médica  
Fondo Mortuario  
Seguro Solexequial  
MoneyGram  
Servipagos  
Easypagos  
Convenios  
Coonecta transacciones extranjeras  
Soat

**TABLA # 50****TASAS DE INTERES CUENTAS DE AHORROS**

<b>MONTO EN DOLARES</b>	<b>TASA DE INTERES</b>
De 0 a 2.000,00	0.75%
De 2.001 a 5.000,00	1.25%
De 5.001 a 10.000	1.65%
De 10.001 en adelante	1.95%

Fuente: *Cooperativa 9 de Octubre*  
 Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 51****TASAS DE INTERES INVERSIÓN**

<b>PLAZO</b>	<b>De 100 a 2.000</b>	<b>De 2.001 a 5.000</b>	<b>De 5.001 a 10.000</b>	<b>De 10.001 a 20.000</b>	<b>De 20.001 a 50.000</b>	<b>De 50.001 en adelante</b>
De 0 a 60 días	4.15%	4.25%	4.35%	4.40%	4.45%	4.55%
De 61 a 90 días	4.20%	4.30%	4.40%	4.50%	4.75%	5.00%
De 91a 120 días	4.35%	4.55%	5.25%	5.45%	5.65%	5.85%
De 121 a 150 días	5.30%	6.05%	6.80%	7.05 %	7.30 %	7.80 %
De 151 a 180 días	5.90%	6.15%	6.90 %	7.20%	7.40%	7.90%
De 181 a 360 días	6.15%	6.40%	7.15 %	7.40%	7.65%	8.05%
Mayor 361 días	6.40%	6.65 %	7.40%	7.65%	7.85%	8.15%

Fuente: *Cooperativa 9 de Octubre*  
 Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 52**

**TASAS DE INTERÉS CRÉDITO**

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses)	MONT O	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA TOTAL	MONTO TOTAL A PAGAR
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA A BCE			
COMERCIAL Med Empresa Peq Empresa	-	-	-	-	-	-	-
CONSUMO	12	1.500	14.50%	16.30%	217.50	143.13	1.717,50
General Nomina MILITAR	-	-	-	-	-	-	-
CONSUMO VEHICULO	-	-	-	-	-	-	-
MICROCRÉDITO	18	3.000	26.70%	30,50%	504,72	194.15	3.504,72
MICROCRÉDITO Producción	-	-	-	-	-	-	-
MICROCRÉDITO Subsistencia	18	3.000	21.00%	30.50%	945,00		
Acum. Simple	36	5.000	21.00%	27.50%	3.150,0	219.17	3.945,00
Acum. Ampliada	60	20.00	20.50%	25.50%	0	226.39675,	8.150,0040.500
		0			20.500	00	,00
VIVIENDA	5 años	25.00	10.50%	11.33%	13.125	635.42	38.125,00
DESARROLLO HUMANO	-	-	-	-	-	-	-
CRÉDITO 5-5-5	-	-	-	-	-	-	-
PRODUCTIVO Prod. Corporativo Prod. Empresarial Prod. Pymes	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: *Cooperativa 9 de Octubre*

Elaborado por: Paola Gómez



### **Misión**

Somos una EMPRESA CIMENTADA EN PRINCIPIOS cooperativos, orientada a ofrecer servicios financieros y no financieros ejecutados con calidad, para contribuir al BIENESTAR de nuestros socios, clientes y la sociedad.

### **Visión**

Ser el mejor aliado DE NUESTROS SOCIOS, generando soluciones financieras integrales de calidad, basadas en prácticas éticas, transparentes y rentables.

### **Autoridades San Francisco**

#### **Presidente Cooperativa San Francisco**

Víctor Velastegui

#### **Gerente General**

Estuardo Paredes

### **Dirección**

Calle Sánchez de Orellana y Pasaje Luis Vivero

Telf. 03 2809 - 919

### **Página Web**

[www.coac-sanfra.com](http://www.coac-sanfra.com)

## **PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **AHORROS**

Plan Futuro  
Libretas de Ahorro  
Cuenta de Ahorros Panchito  
Aportes de Socios  
Efectiahorro

### **INVERSIONES**

Inversiones a plazo fijo

### **CRÉDITOS**

Créditos Pymes  
Créditos Consumo  
Créditos Vivienda  
Crédito de Consumo Minorista  
Microcrédito de Subsistencia  
Microcrédito de Acumulación Simple y Ampliada

### **OTROS SERVICIOS**

Pago Luz Agua y TV Cable  
Cajero Automático Tarjetas de Débito  
Cuenta Chequera  
Pagos Nóminas de Empresas  
Órdenes de Pago a través del Banco Central  
Pago de Pensiones Escolares  
Transferencias del Exterior  
Servicio Médico  
Becas Estudiantiles  
Seguro de Desgravamen  
Fondo Mortuorio

**TABLA # 53**

**TASAS DE INTERES CUENTAS DE AHORROS**

<b>MONTO EN DOLARES</b>	<b>TASA DE INTERES</b>
Cualquier monto ahorros	3.00%

Fuente: *Cooperativa San Francisco*  
Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 54**

**TASAS DE INTERES INVERSIÓN**

<b>PLAZO</b>	<b>De 300 a 4.999</b>	<b>De 5.000 a 9.999</b>	<b>De 10.000 a 19.999</b>	<b>De 20.000 en adelante</b>
De 0 a 30 días	0.00%	3.04%	3.04%	3.04%
De 31 a 60 días	3.04%	3.04%	3.04%	3.04%
De 61 a 90	4.07%	4.07%	4.07%	4.07%
De 91a 120 días	5.12%	5.12%	5.12%	5.12%
De 121 a 180 días	6.17%	6.17%	6.17%	6.17%
De 181 a 360 días	6.17%	6.17%	6.17%	6.17%
Mayor 361 días	8.99%	8.99%	8.99%	8.99%

Fuente: *Cooperativa San Francisco*  
Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 55**

**TASAS DE INTERÉS CRÉDITO**

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses)	MONTO	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA TOTAL	MONTO TOTAL A PAGAR
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA BCE			
<b>COMERCIAL</b>							
Med Empresa	12	20.000	11.57%	11.83%	1.234,55	1.771,67	21.282,21
Peq Empresa	-	-	-	-	-	-	-
<b>CONSUMO</b>	12	1.500	16.08%	16.30%	135.69	135.69	1.630,69
General Nomina MILITAR	-	-	-	-	-	-	-
<b>CONSUMO VEHICULO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO</b>	18	3.000	26.70%	30,50%	504,72	194.15	3.504,72
<b>MICROCRÉDITO Producción</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO Subsistencia</b>							
Acum. Simple	-	5.000	25.59%	27.50%	-978,51	-332,12	-5.996,60
Acum. Ampliada	1836	15.000	24.40%	25.50%	5.769,17	576,21	40.500,00
<b>VIVIENDA</b>	36	5.000	8.84%	11.33%	885.93	164,01	5.921,15
<b>DESARROLLO HUMANO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>CRÉDITO 5-5-5</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>PRODUCTIVO</b>							
Prod. Corporativo							
Prod. Empresarial							
Prod. Pymes	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: *Cooperativa San Francisco*

Elaborado por: Paola Gómez



### **Misión**

Somos una Cooperativa de Ahorro y Crédito que genera, administra y comercializa servicios financieros, con enfoque de calidad, competitividad y rentabilidad mutua, satisfaciendo las necesidades de la población, comprometidos con el desarrollo socioeconómico del país.

### **Visión**

Al 2014 la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo consolidará su liderazgo en la sierra central ampliando su cobertura, con indicadores financieros y sociales de calidad, comprometidos con el desarrollo de la sociedad, con personal calificado y de alto desempeño, reconocido por la sociedad, obteniendo una calificación de riesgo de B+.

### **Autoridades de la Cooperativa Chibuleo**

#### **Presidente Cooperativa Chibuleo**

Rodrigo Llambo

#### **Gerente General**

Rodrigo Llambo

### **Dirección**

Av. Amazonas y Guayaquil

Telf. 03 2813 - 846

### **Página Web**

[www.chibuleo.com](http://www.chibuleo.com)

## PRODUCTOS Y SERVICIOS

### AHORROS

Cuenta de ahorro  
Cuenta Corriente  
Cuenta de Ahorros Fácil  
Ahorro Programado  
Tarjeta de Débito

### INVERSIONES

Inversiones a plazo fijo

### CRÉDITOS

Crédito Educativo  
Créditos Consumo  
Crédito Vivienda  
Créditos Microcrédito  
Microcrédito de Minorista

Microcrédito de Acumulación  
Simple y Ampliada

### OTROS SERVICIOS

Avalúos  
Minuta  
Cajero Automático  
Derecho Notariales  
Registro de la propiedad / Mercantil  
Acreditación Nomina de Convenio  
Pago de impuestos SRI, RICE  
Matriculación Vehicular  
Empresa Eléctrica  
Pago de Tarjetas Diners  
Pago tarjeta Pacificard  
IESS Pago Aporte Patronal  
SOAT Seguros

**TABLA # 56**

#### TASAS DE INTERES CUENTAS DE AHORROS

MONTO EN DOLARES	TASA DE INTERES
Desde \$1 dólar en adelante desde los 31 días en adelante	4.00%

Fuente: *Cooperativa Chibuleo*  
Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 57**

**TASAS DE INTERES INVERSIÓN**

PLAZO	De 100.00 en adelante
De 31 a 60 días	6%
De 61 a 90 días	7%
De 91 a 180	8%
De 181a 360 días	9%
Mayor 361 días	10%

Fuente: *Cooperativa Chibuleo*

Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 58**

**TASAS DE INTERÉS CRÉDITO**

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses )	MONTO	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA MENSUAL	MONTO TOTAL A PAGAR
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA BCE			
<b>COMERCIAL</b>							
Med Empresa	-	-	-	-	-	-	-
Peq Empresa	-	-	-	-	-	-	-
<b>CONSUMO</b>	12	5.000	16.29%	16.30%	423.93	453.93	5.444,93
General Nomina	-	-	-	-	-	-	-
MILITAR	-	-	-	-	-	-	-
<b>CONSUMO VEHICULO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO Producción</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO Subsistencia</b>	12	1.000	29.52%	30.50%	143,53	95,44	1.147,73
Minorista	18	5.000	26.77%	27.50%	658,23	472,36	5.679,23
Acum. Simple	36	12.000	22.75%	25.50%	1.367,28	1.116,2	13.417,6
Acum. Ampliada	-	-	-	-	-	8	8
<b>VIVIENDA</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>DESARROLLO HUMANO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>CRÉDITO 5-5-5</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>PRODUCTIVO Prod. Corporativo Prod. Empresarial Prod. Pymes</b>	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: *Cooperativa Chibuleo*

Elaborado por: Paola Gómez



**ANDINA** Ltda.®  
**COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO**  
*Eficazmente sólida, socialmente comprometida...!*

### **Misión**

Somos una Cooperativa de Ahorro y Crédito con valores que ofrecemos soluciones financieras integradas para mejorar la calidad de vida de la sociedad.

### **Visión**

En el año 2016, los asociados de C.A.C Andina Ltda. la reconocerá por sus excelencia en la prestación de servicios, con cobertura a nivel provincial.

### **Autoridades Andina Servicios**

#### **Presidente Cooperativa Andina Servicios**

Alfonso Chasiliquin

#### **Gerente General**

Ing Alfredo Jácome

### **Dirección**

Oficina Matriz Benjamín Terán 3-19 y Antonia Vela

Telf. 03 2802 – 102

Oficina Quijano y Ordóñez y Félix Valencia

Telf. 03 2802 - 150

### **Página Web**

[www.coopandina.fin.ec](http://www.coopandina.fin.ec)

## **PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **AHORROS**

Andina Ahorro  
Andina Plan Congelación de dinero por un tiempo  
Andina Crecer  
Ordenes de retiro- Tipo Chequera

### **INVERSIONES**

Andina Coop. DPF O Inversiones a plazo fijo

### **CRÉDITOS**

Andina 20/20 monto 300  
CrediAndina a partir del 2do crédito  
Andina Flash monto 1.000  
Micro Andinamonto 5.000  
Andina Grup 10.000  
Credi Cambio 5.000  
Andina Back to Back crédito inmediato

### **OTROS SERVICIOS**

Becas  
Pago Luz Agua y TV Cable  
Seguro de Desgravamen  
Seguro Exequial

**TABLA # 59**

**TASAS DE INTERES CUENTAS DE AHORROS**

<b>MONTO EN DOLARES</b>	<b>TASA DE INTERES</b>
Desde \$1 dólar en adelante	4.00%

Fuente: *Cooperativa Andina*  
Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 60**

**TASAS DE INTERES INVERSIÓN**

<b>PLAZO</b>	<b>De 300 a 4.999</b>	<b>De 5.000 a 9.999</b>	<b>De 10.000 a 19.999</b>	<b>De 20.000 en adelante</b>
De 0 a 30 días	0.00%	3.04%	3.04%	3.04%
De 31 a 60 días	3.04%	3.04%	3.04%	3.04%
De 61 a 90	4.07%	4.07%	4.07%	4.07%
De 91a 120 días	5.12%	5.12%	5.12%	5.12%
De 121 a 180 días	6.17%	6.17%	6.17%	6.17%
De 181 a 360 días	6.17%	6.17%	6.17%	6.17%
Mayor 361 días	8.99%	8.99%	8.99%	8.99%

Fuente: *Cooperativa Andina*  
Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 61**

**TASAS DE INTERÉS CRÉDITO**

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses)	MONTO	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA MENSUAL	MONTO TOTAL A PAGAR
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA BCE			
COMERCIAL Med Empresa Peq Empresa	-	-	-	-	-	-	-
CONSUMO	12	5.000	16.29%	16.30%	423.93	453.93	5.444,93
General Nomina MILITAR	-	-	-	-	-	-	-
CONSUMO VEHICULO	-	-	-	-	-	-	-
MICROCRÉDITO	-	-	-	-	-	-	-
MICROCRÉDITO Producción	-	-	-	-	-	-	-
MICROCRÉDITO Subsistencia Minorista	12	1.000	29.52%	30.50%	143,53	95,44	1.147,73
Acum. Simple	18	5.000	26.77%	27.50%	658,23	472,36	5.679,23
Acum. Ampliada	36	12.000	22.75%	25.50%	1.367,28	1.116,28	13.417,68
VIVIENDA	-	-	-	-	-	-	-
DESARROLLO HUMANO	-	-	-	-	-	-	-
CRÉDITO 5-5-5	-	-	-	-	-	-	-
PRODUCTIVO Prod. Corporativo Prod. Empresarial Prod. Pymes	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: *Cooperativa Andina*  
Elaborado por: Paola Gómez



### **Misión**

Brindar en forma integral producto y servicios financieros de calidad, bajo principios de prudencia financiera y de riesgos, manteniendo la identidad y los valores culturales, buscando y promoviendo el sumak kawsay de nuestros socios y clientes y protegiendo la pacha mama.

### **Visión**

Ser una institución de reconocido prestigio, solvente, competitiva, líder y modelo en la prestación de productos y servicios financieros a nivel nacional, manteniendo y promoviendo la identidad y los valores culturales.

### **Autoridades Mushuc Runa**

#### **Presidente Cooperativa Mushuc Runa**

Lcdo. Segundo Francisco Mungabusi Masabansa

#### **Gerente General**

Abg. Luis Alfonso Chango Pacha

### **Dirección**

Antonio Clavijo entre Félix Valencia y Calixto Pino

### **Página Web**

[www.mushucruna.com](http://www.mushucruna.com)

## **PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **AHORROS**

Ahorro a la vista

Depósitos a Plazo Fijo

Certificados de Aportación

Ahorro Encaje

Ahorro Estudiantil

Mushuc Tarjeta

### **INVERSIONES**

Inversiones a plazo fijo

### **CRÉDITOS**

Hipotecarios

Quirografarios

Comercial

Consumo

Microcréditos

### **OTROS SERVICIOS**

Capacitación a los socios

Remesas Internacionales

Pago de Servicios SRI y RISE

Soat

Pago matricula vehicular

Bono de Desarrollo Humano

**TABLA # 62**

**TASAS DE INTERES CUENTAS DE AHORROS**

<b>MONTO EN DOLARES</b>	<b>TASA DE INTERES</b>
Por cualquier monto a partir del año	4.00%

Fuente: *Cooperativa Mushuc Runa*  
Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 63**

**TASAS DE INTERES INVERSIÓN**

<b>PLAZO</b>	<b>De 300 a 10.000</b>	<b>De10.001 a 100.000</b>	<b>De 100.000 en adelante</b>
De 30 a 60 días	Del 5% hasta el 10%	Del 7% hasta el 10%	Del 7% hasta el 10%
De 61 a 120 días	Del 5% hasta el 10%	Del 7% hasta el 10%	Del 7% hasta el 10%
De 121 a 180	Del 5% hasta el 10%	Del 7% hasta el 10%	Del 7% hasta el 10%
De 181a 360 días	Del 5% hasta el 10%	Del 7% hasta el 10%	Del 7% hasta el 10%
Mayor 360 días	Del 5% hasta el 10%	Del 7% hasta el 10%	Del 7% hasta el 10%

Fuente: *Cooperativa Mushuc Runa*  
Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 64**

**TASAS DE INTERÉS CRÉDITO**

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses)	MONTO	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA MENSUAL	MONTO TOTAL A PAGAR
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA BCE			
COMERCIAL Med Empresa Peq Empresa	-	-	-	-	-	-	-
CONSUMO	24	2.000	15.52%	16.30%	296.41	107.70	2.302,61
General Nomina MILITAR	-	-	-	-	-	-	-
CONSUMO VEHICULO	-	-	-	-	-	-	-
MICROCRÉDITO	-	-	-	-	-	-	-
MICROCRÉDITO Producción	-	-	-	-	-	-	-
MICROCRÉDITO Subsistencia Minorista Acum. Simple Acum. Ampliada	12 365 años	600 5.000 20.00 0	25.54% 26.16% 24.20%	30.50% 27.50% 25.50%	72,811487,449.2 90,42	61,52221,1364 4,36	674,676.502,9429.3 52,42
VIVIENDA	-	-	-	-	-	-	-
DESARROLLO HUMANO	-	-	-	-	-	-	-
CRÉDITO 5-5-5	-	-	-	-	-	-	-
PRODUCTIVO Prod. Corporativo Prod. Empresarial Prod. Pymes	24	30.00 0	11.75%	11.83%	3.397,99	1530.29	33.490,99

Fuente: *Cooperativa Mushuc Runa*

Elaborado por: Paola Gómez



### **Misión**

“Trabajamos en forma eficiente, profesional y personalizada, para que nuestros clientes cumplan sus sueños de tener vivienda y mejorar su calidad de vida”.

### **Visión**

“La Mutualista Pichincha es una institución socialmente responsable, sustentable en el tiempo, líder en los segmentos de mercado que atiende, con una amplia oferta de productos y servicios financieros e inmobiliarios, que contribuye al bienestar familiar de sus asociados”.

### **Autoridades de la Mutualista Pichincha**

#### **Gerente General:**

Ing. Mario Burbano de Lara

#### **Dirección**

Oficina Calle Quito y General Maldonado

Telf. 03 2810 - 272

Malteria Mall

Telf. 03 2279 - 153

#### **Página Web**

[www.mutualistapichincha.com](http://www.mutualistapichincha.com)

## **PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **BANCA PERSONAL**

Cuenta de ahorro  
Ahorro Tradicional  
Ahorro Programado  
Cuenta Constructiva

### **INVERSIONES**

Depósito a largo plazo

### **CRÉDITO**

Crédito Hipotecario  
Crédito Hipotecario Flexible  
Crédito Oportuno  
Crédito Autolisto

### **OTROS SERVICIOS**

Tarjeta de Crédito  
Seguros  
Vivienda de Interés Social  
Casa Lista  
Fundación Bien – Estar  
Solicitud de Servicio Web  
Ingreso a Servicios Web  
Consultas  
Bloqueos  
Transacciones  
Cambio Clave Transacciones en Línea  
Cambio Clave Tarjeta de Débito  
Actualizar Datos  
Servicios automáticos  
Consulta de saldo y movimientos de cuentas de ahorro  
Consulta del estado del crédito  
Consulta de tarjeta de crédito  
Consulta de transferencias interbancarias  
Bloqueo de cuenta de ahorros y tarjeta de débito

**TABLA # 65****TASAS DE INTERES CUENTAS DE AHORROS**

<b>MONTO EN DOLARES</b>	<b>TASA DE INTERES</b>
Hasta 500	0.00%
De 500.01 a 1.000	0.50%
De 1000.01 a 5.000	0.70%
De 5000.01 a 10.000	1.19%
Más 10.000.01	1.31%

Fuente: *Mutualista Pichincha*

Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 66****TASAS DE INTERES INVERSIÓN**

<b>PLAZO</b>	<b>De 500 a 1.000</b>	<b>De 1000.01 a 5.000</b>	<b>De 5.001 a 10.000</b>	<b>De 10.000,01 a 25.000</b>	<b>De 25.000.01 en adelante</b>
De 30 a 60 días	3.92%-	3.97%	4.02%	4.07%	4.13%
De 61 a 90 días	4.02%	4.12%	4.17%	4.22%	4.27%
De 91 a 120 días	4.94%	5.04%	5.15%	5.25%	5.35%
De 121 a 180 días	5.34%	5.45%	5.55%	5.65%	5.70%
De 181 a 360 días	5.42%	5.52%	5.68%	5.73%	5.78%
Más de 360 días	5.80%	5.90%	6.00%	6.10%	6.20%

Fuente: *Mutualista Pichincha*

Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 67**

**TASAS DE INTERÉS CRÉDITO**

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses)	MONTO	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA TOTAL	MONTO TOTAL A PAGAR
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA BCE			
<b>COMERCIAL</b>							
Med Empresa	-	-	-	-	-	-	-
Peq Empresa	-	-	-	-	-	-	-
<b>CONSUMO</b>	-	-	16.30%	-	-	-	-
<b>CONSUMO VEHICULO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO</b>							
Comercial - servicios	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO</b>							
Producción	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO</b>							
Subsistencia							
Acum. Simple							
Acum. Ampliada	-	-	-	-	-	-	-
<b>VIVIENDA</b>	-	-	11.33%	-	-	-	-
<b>DESARROLLO HUMANO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>CRÉDITO 5-5-5</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>PRODUCTIVO</b>			11.83%				
Prod. Corporativo			-				
Prod. Empresarial							
Prod. Pymes	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: *Mutualista Pichincha*

Elaborado por: Paola Gómez



### **Misión**

“Trabajamos en forma eficiente, profesional y personalizada, para que nuestros clientes cumplan sus sueños de tener vivienda y mejorar su calidad de vida”.

### **Visión**

“Ser una institución socialmente responsable, sustentable en el tiempo, líder en los segmentos de mercado que atiende, con una amplia oferta de productos y servicios financieros e inmobiliarios, que contribuye al bienestar familiar de sus asociados”.

### **Autoridades de Unifinsa**

#### **Presidente de Unifinsa**

Ing. Santiago Vásconez Callejas

#### **Gerente General:**

Ing. Alvaro Darquea Sevilla

### **Dirección**

Calle Quito y Padre Salcedo

Telf. 03 2812 – 999

### **Página Web**

[www.unifinsa.com](http://www.unifinsa.com)

## **PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **BANCA PERSONAL**

Cuenta de ahorro

### **INVERSIONES**

Depósito a largo plazo

### **CRÉDITO**

Crédito Comercial

Crédito Consumo

Crédito Vehículo

Crédito Productivo

Crédito Microcrédito

Crédito Vivienda

**TABLA # 68**

**TASAS DE INTERES CUENTAS DE AHORROS**

<b>MONTO EN DOLARES</b>	<b>TASA DE INTERES</b>
Hasta 500	-
De 500.01 a 1.000	-
De 1000.01 a 5.000	-
De 5000.01 a 10.000	-
Más 10.000.01	-

Fuente: *Sociedad Financiera Unifinsa*  
Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 69**

**TASAS DE INTERES INVERSIÓN**

<b>PLAZO</b>	<b>De 500 a 1.000</b>	<b>De 1000.01 a 5.000</b>	<b>De 5.001 a 10.000</b>	<b>De 10.000,01 a 25.000</b>	<b>De 25.000.01 en adelante</b>
De 30 a 60 días	-	-	-	-	-
De 61 a 90 días	-	-	-	-	-
De 91 a 120 días	-	-	-	-	-
De 121 a 180 días	-	-	-	-	-
De 181 a 360 días	-	-	-	-	-
Más de 360 días	-	-	-	-	-

Fuente: **Sociedad Financiera Unifinsa**  
Elaborado por: Paola Gómez

**TABLA # 70**

**TASAS DE INTERÉS CRÉDITO**

TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses)	MONTO	TASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA MENSUAL	MONTO TOTAL A PAGAR
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA BCE			
<b>COMERCIAL</b>							
Med Empresa	36	50.000	10.21%	11.83%	9.640	1.657	59.640
Peq Empresa	36	20.000	10.21%	11.83%	3.856	663	23.856
<b>CONSUMO</b>	12	1.500	16.30%	16.30%	125	135	1.625
General Nomina MILITAR	-	-	-	-	-	-	-
<b>CONSUMO VEHICULO</b>	36	10.000	16.30%	16.30%	2.497	347	12.497
<b>MICROCRÉDITO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO Producción</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>MICROCRÉDITO Subsistencia</b>							
Minorista	12	1.500	30.50%	30.50%	225	144	1.725
Acum. Simple	-	-	-	-	-	-	-
Acum. Ampliada	-	-	-	-	-	-	-
<b>VIVIENDA</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>DESARROLLO HUMANO</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>CRÉDITO 5-5-5</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>PRODUCTIVO</b>							
Prod. Corporativo							
Prod. Empresarial							
Prod. Pymes	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: Sociedad Financiera Unifinsa  
Elaborado por: Paola Gómez

TABLA Nº 71

BANCOS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA

BANCOS	DÓLARES	TASAS DE INTERES PASIVAS				TASAS DE INTERES ACTIVAS													
		CTA. AHORROS	PLAZO días		CTA. A LARGO PLAZO	PLAZO MESES	COMERCIAL	PLAZO MESES	CONSUMO	PLAZO MESES	CONSUMO VEHICULO	PLAZO MESES	MICROCRÉDITO	PLAZO MESES	MICROCRÉDITO PRODUCCIÓN	PLAZO MESES	VIVIENDA	PLAZO MESES	CRÉDITO 5-5-5
			DOLARES	DOLARES															
Banco del Pichincha	100 a 400	0.25%	1a 59	hasta \$5000	1.75%	36	11.20%	12	15.18%	48	15.15%	18	22.50%	-	-	36	10.75%	-	-
Banco del Fomento	100 a 500	0.75%	31 a 60	hasta \$2000	1.75%	36	10.00%	12	15.20%	-	-	-	-	12	11.00%	-	-	6	5%
Banco de Guayaquil	100 a 400	0.30%	1a 59	hasta \$5000	2.25%	36	11.83%	12	16.30%	36	16.30%	-	-	-	-	60	9.27%	-	-
Banco del Austro	-	Sin Interes	1a 61	más \$1000	3.25%	-	-	24	15.20%	36	15.20%	-	-	-	-	60	10.87%	-	-
Banco Rumiñahui	100 a 500	0.30%	1a 60	hasta \$10,000	3.25%	36	11.83%	-	-	36	15.20%	18	25.50%	-	-	60	11.33%	-	-
Banco Internacional	100 a 500	0.00%	1a 60	hasta \$25,000	2.70%	12	9.33%	12	16.30%	-	-	-	-	-	-	84	11.33%	-	-
Banco del Pacífico	100 a 2000	0.25%	1a 60	hasta \$4000	3.25%	-	-	12	16.30%	36	14.93%	-	-	-	-	84	11.33%	-	-
Banco Produbanco	100 a 1000	0.25%	1a 90	hasta \$250,000	3.81%	36	11.83%	12	16.29%	36	16.29%	18	25.49%	-	-	120	11.33%	-	-
Banco ProCredit	100 a 500	0.10%	30 a 60	hasta \$5000	3.00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60	11.33%	-	-
Banco Solidario	100 a 500	1.50%	31 a 90	hasta \$ 4000	3.75%	-	-	12	16.20%	-	-	18	27.48%	-	-	60	11.33%	-	-
Banco Promerica	100 a 500	0.50%	1a 90	hasta \$2000	3.45%	24	11.83%	12	16.30%	36	16.30%	18	30.50%	-	-	60	11.33%	-	-

La tabla muestra que en la ciudad de Latacunga los Bancos regidos por la Superintendencia de bancos del Ecuador ofrecen tasas de interes tanto pasivas que son ahorros e inversiones a largo plazo, el banco que ofrece mejores tasas de interes es el Banco Solidario ya que en ahorros muestra un 1.50% y en inversiones un 3.75%. Así como tambien tasas de interes activas que son créditos. El segmento de mercado que estan dirigidos los bancos son: consumo, comercial, microcrédito y vivienda entre otros, esto demuestra que el segmento de mercado con mayor tasas de interes es de los microcréditos, y el segmento de mercado que ofrece al cliente créditos con menores intereses es el comercial.

TABLA Nº 72

COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA

COOPERATIVAS	DÓLARES	TASAS DE INTERES PASIVAS				TASAS DE INTERES ACTIVAS											
		CTA. AHORROS	PLAZO días		CTA. A LARGO PLAZO	PLAZO MESES	COMERCIAL	PLAZO MESES	CONSUMO	PLAZO MESES	CONSUMO VEHICULO	PLAZO MESES	MICROCRÉDITO	PLAZO MESES	CREDITO PRODUCCIÓN	PLAZO MESES	VIVIENDA
			DOLARES														
Cacpeco	1,00 a 2000	1.50%	30 a 60	hasta \$2000	4.10%	-	-	-	14.15%	-	-	-	30.50%	-	-	-	1133%
29 de Octubre	1,00 a 1000	2.00%	31 a 60	hasta \$10,000	4.25%	36	11.83%	12	15.20%	-	-	12	30.50%	-	-	-	-
Oscus	1,00 a 1000	1.00%	31 a 60	hasta \$1000	4.07%	36	11.79%	12	12.69%	-	-	12	22.42%	-	-	60	1130%
El Sagrario	1,00 a 500	1.00%	30 a 60	hasta \$2500	4.25%	-	-	12	16.12%	36	15.25%	18	26.70%	-	-	60	1126%
9 de Octubre	1,00 a 2000	0.75%	1 a 60	hasta \$2000	4.15%	-	-	12	14.50%	-	-	18	26.70%	-	-	60	1133%
San Francisco	sin monto	3.00%	1 a 60	hasta \$5000	3.04%	12	11.57%	12	16.08%	-	-	18	26.70%	-	-	36	8.84%
Chibuleo	1 en adelante	4.00%	31 a 60		6.00%	-	-	12	16.29%	-	-	18	29.52%	-	-	-	-
Andina	1 en adelante	4.00%	1 a 60	hasta \$5000	3.14%	-	-	12	16.30%	-	-	18	30.50%	-	-	60	1133%
Mushuc Runa	sin monto	4.00%	30 a 60	hasta \$10,000	5% a 10%	-	-	24	15.52%	-	-	12	25.54%	-	-	-	-

La tabla de cooperativas muestra que las tasas de interes pasivas que son: ahorro e inversiones no ofrecen porcentajes altos como los bancos es por eso que la cooperativa con mayor porcentaje que ofrece al cliente es Chibuleo. En cuanto a las tasas de interes activas que son los créditos esta segmentados a comercial, consumo, microcrédito y vivienda entre otros. Los creditos con tasas de interes altas son para el segmento al igual que los bancos los microcréditos y con los menores porcentajes se encuentra al segmento de vivienda.

## CONCLUSIONES

- ✓ La fundamentación teórica define aspectos importantes de cómo se desarrollara el portafolio de negocios del sector financiero formal planteando alcanzar las metas y objetivos proyectados.
- ✓ Las categorías fundamentales se desglosan según la efectividad en Gestión empresarial, Marketing, Marketing estratégico y como último punto Portafolio de negocios analizando cada uno de ellos y exponiendo lo más relevante.
- ✓ En relación a las cooperativas de ahorro y crédito en el 2011 tienen un crecimiento de 18,7% en su cartera de préstamos combinados, mientras que las cooperativas reguladas registraron una expansión de 39,5%.
- ✓ La investigación de mercado que se realizó a las 22 entidades financieras formales de la ciudad de Latacunga, las cuales están regida por la superintendencia de banco y seguros del Ecuador, a través de la entrevista se recopiló información para la creación del portafolio de negocios financieros.
- ✓ El portafolio de negocios del sector financiero formal da a conocer en forma detallada los productos, servicios que oferta a la ciudadanía, dirección, sucursales, página web, segmento dirigido, breve identificación de la institución financiera.
- ✓ Los banco ofertan créditos con tasas de interés según el monto a consideración de las cooperativas que sus tasas de interés son más bajas ya que los montos son mínimos.
- ✓ Los objetivos de bancos y cooperativas es satisfacer las necesidades de personas y las pymes no solo de la ciudad de Latacunga, a la vez ayudar al

crecimiento económico de la ciudad captando los recursos con el fin de canalizar a sectores en desarrollo.

- ✓ Los costos de publicidad de la revista financiera por año tendrá un precio que variara ya que el tamaño y espacio no serán iguales por petición de los mismos, esta revista será accesible para las instituciones financieras.

## RECOMENDACIONES

- ✓ Las entidades financieras deben otorgar información de productos, servicios y planes actualizados con el fin de desarrollar la revista financiera que ayudara a la necesidad de información por parte de la comunidad.
- ✓ Los negocios financieros para mejor su desenvolvimiento y otorgar un servicio eficiente y eficaz deben tener capacitaciones de trato al cliente ya que el cliente también busca un buen trato.
- ✓ El asesoramiento financiero permite que el cliente escoja un buen producto es por ende que se debe dar a conocer en las entidades financieras que este servicio es gratuito y que todas las entidades poseen.
- ✓ Las entidades financieras deben otorgar constante capacitación sobre los diferentes sistemas que se emplean en las instituciones y así puedan desempeñarse en departamento a desempeñar.
- ✓ Cada institución financiera debe repetitivamente mostrar su personalidad manteniendo un posicionamiento en el mercado y así fortalecer y crear nuevos segmentos de mercado según la necesidad del cliente.
- ✓ Tanto bancos como cooperativas deben enfocarse en estructurar sus tasas de interés que ofrecen, indicando al cliente sin mentiras ni engaños los porcentajes y cantidades que ofrecerán y que se entregara.
- ✓ Las instituciones financiera formales deben enfocarse y ser constantes en las estrategias para alcanzar los objetivos y metas planteadas a un determinado tiempo.

- ✓ Las cooperativas de ahorro y crédito deben dirigirse a segmentos de mercado diversificado y enfocarse en dar una personalidad solvente.

# BIBLIOGRAFÍA

## CITADA

- **DURAN** Alfonso “Aprender Marketing” 2da. Edición, Paidós Ibérica España 2007, pág. (39-40).
- **LEON** Carlos “Gestión Empresarial” 2010, pág. (89)
- **SOLEY SANS** Jorge. “Sistema Financiero”, 2da edición 2007, pág. (17-20).
- **LAMB W Charles, HAIR F Joseph , y MCDANIEL Carl .** “Marketing” 2009, , pág. (6)
- **PHILIP Kotler, ANTA Mariza** “Marketing” 2010, pág. (12).
- **MUÑOZ Rafael** “Marketing Estratégico” 2012, pág (26).
- **RODRIGUEZ** Ana Isabel (2009). “Marketing Estratégico” 2009, pág. (271).
- **ANDRADE** Rubén Darío “Sistema Financiero” 2010, pág. (103).
- **ANDRADE,** Rubén Darío “Legislación Económica del Ecuador” 7ma.Edición, Ecuador 2003, pág. (103).
- **PORTER,** Hitt Black. “Administración” edición, Pearson Educación, México 2006, pág. (8,9).
- **RODRIGUEZ VALENCIA,** Joaquín. “Administración I” edición, Luis Antonio Munguía Díaz, México, 2006, pág.( 3)
- **LLAMAS ARJONA,** Concepción. “Marketing Estratégico” Editorial Liber Factory, Madrid 2008 (pág. 17)

## **CONSULTADA**

- **KOTLER**, Philip y **ARMSTRONG**, Gary “Principios de Marketing” duodécima edición 2008 pág.( 2,46)
- **MUNERA ALEMAN**, José Luisy **RODRIGUEZ ESCUDERO**, Ana Isabel “Estrategias del Marketing” 6ta.Edición, Gerardo Domínguez, España 2007, pág.( 54)
- **RODRIGUEZ VALENCIA**, Joaquín. “Administración I” edición, Luis Antonio Munguía Díaz, México, 2006, pág.( 3)
- **KOTLER**, Philip y **ARMSTRONG**, Gary. “Principios de Marketing” duodécima Edición, Prentice - Hall Madrid, 2008 pag. (2-46).
- **ADELL** Ramón. “Aprender Marketing” 2da. Edición, Paidós Ibérica España 2007, pag. (39-40).
- **WILENSKY**, Alberto, “Marketing Estratégico” editorial Vértice, España , 2006 (pág. 20)
- **LUNA**, Alfredo, “Proceso Administrativo” 2da edición, Madrid, 2008 (pág. 63)
- **KOTLER**, Philip y **KELLER**, Kevin Lane “Dirección Estratégica” editorial Prentice Hall, México ,2009 (pág. 4)
- **SUMERS**, DANNA, “Administración de la Calidad” editorial Pearson Education, Canadá ,2006 (pág. 65)

## VIRTUAL

- [http://www.asobancos.org.ec/inf\\_macro/Bolet%C3%ADn%20Macroecon%C3%B3mico\\_Dic12.pdf](http://www.asobancos.org.ec/inf_macro/Bolet%C3%ADn%20Macroecon%C3%B3mico_Dic12.pdf) (consultado:12/11/2012, 9:30)
- <http://space.ups.edu.ec/bitstream/123456789/86/6/CAPITULO%20I.pdf> (consultado: 11/11/2012, 8:30)
- [http://www.asobancos.org.ec/inf\\_macro/Bolet%C3%ADn%20Macroecon%C3%B3mico\\_Dic12.pdf](http://www.asobancos.org.ec/inf_macro/Bolet%C3%ADn%20Macroecon%C3%B3mico_Dic12.pdf) (consultado: 16/11/2012, 12:00)
- [www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/articulos\\_financieros/Estudios Tecnicos/2012/AT11\\_2012.pdf](http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/articulos_financieros/Estudios_Tecnicos/2012/AT11_2012.pdf) (consultado:20/12/2012, 13:45)
- <http://www.monografias.com/trabajos46/marketing-financieros/marketing-financieros.shtml#ixzz2HDOVGX6y>(consultado:10/01/2013, 11:25)
- [http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/articulos\\_financieros/Reportes%20Financieros/2012/RF\\_385.pdf](http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/articulos_financieros/Reportes%20Financieros/2012/RF_385.pdf)(consultado:23/01/2013, 15:30)
- <http://www.andes.info.ec/es/noticias/bancos-privados-ecuador-ganaron-235-millones-dolares-enero-2014.html>(consultado: 17/07/2014, 12:21)
- <http://www.miradoreconomico.com/2012/01/breve-analisis-del-sistema-bancario-privado-del-ecuador/>(consultado: 17/07/2014, 12:35)
- <http://www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica/>(consultado: 14/12/2013, 11.35)

# ANEXOS

## ANEXO #1

### LAS 4 P DEL MARKETING MIX



**FUENTE:** <http://www.soymimarca.com/reformulado-las-4-ps/>

ANEXO #2

CALIFICACION DE RIESGO INSTITUCIONES FINANCIERAS

BANCOS PRIVADOS

	INSTITUCION FINANCIERA	FIRMA CALIFICADORA DE RIESGO A DIC. 2011 (1)	Al 31 Marzo 2011	Al 30 Junio 2011	Al 30 Sept. 2011	Al 31 Dic. 2011
1	AMAZONAS S.A.	HUMPHREYS S. A.	AA-	AA	AA	AA
2	BOLIVARIANO S.A.	BANK WATCH RATINGS / PCR PACIFIC S. A.	AA+/ AAA-	AAA-/ AAA-	AAA-/ AAA-	AAA-/ AAA-
3	COFIEC S.A	PCR PACIFIC S. A	BB -	BB -	BB -	<b>BB -</b>
4	COMERCIAL DE MANABI S.A.	HUMPHREYS S. A.	A-	A-	A-	A-
5	DE GUAYAQUIL S.A.	HUMPHREYS S. A. / PCR PACIFIC S. A	AAA -	AAA / AAA-	AAA / AAA-	AAA / AAA-
6	DE LOJA S.A.	PCR PACIFIC S. A	AA	AA	AA	AA
7	DE MACHALA S.A.	HUMPHREYS S. A.	AA	AA+	AA+	AA+
8	DEL AUSTRO S.A.	HUMPHREYS S. A.	A+	A+	A+	A+
9	DEL LITORAL S.A.	HUMPHREYS S. A.	A+	A+	A+	A+
10	DEL PACIFICO S.A.	HUMPHREYS S. A.	AA+	AAA-	AAA-	AAA-
11	DEL PICHINCHA C.A.	BANK WATCH RATINGS / PCR PACIFIC S.A.	AAA-/ AAA-	AAA-/ AAA-	AAA-/ AAA-	AAA-/ AAA-
12	DELBANK	HUMPHREYS S. A.	BBB	BBB	BBB	<b>BBB</b>
13	GENERAL RUMIÑAHUI	PCR PACIFIC S.A.	AA-	AA-	AA-	AA-
14	INTERNACIONAL S.A.	PCR PACIFIC S. A	AAA-	AAA-	AAA-	AAA-
15	FINCA S.A.	HUMPHREYS S. A.	A-	A-	A-	A-
16	PROCREDIT S.A. (2)	HUMPHREYS S. A. / BANK WATCH RATINGS	AAA-	AAA-	AAA-	AAA-/ AAA-
17	PRODUBANCO S.A	BANK WATCH RATINGS / PCR	AAA-/ AAA-	AAA-/ AAA-	AAA-/ AAA-	AAA-/ AAA-

		PACIFIC S. A.				
18	SOLIDARIO S.A.	PCR PACIFIC S. A.	AA-	AA-	AA-	AA-
19	TERRITORIAL S.A.	PCR PACIFIC S. A.	BBB -	BBB -	BBB -	BBB -
20	CITIBANK N.A.	BANK WATCH RATINGS	AAA	AAA	AAA	AAA
21	PROMERICA S.A	PCR PACIFIC S. A.	AA+	AA+	AA+	AA+
22	UNIBANCO	PCR PACIFIC S. A	AA+	AA+	AA+	AA+
23	COOPNACIONAL S.A.	HUMPHREYS S. A.	A+	A+	A+	A+
24	D-MIRO S.A.	MICROFINANZAS SRL			BBB+	BBB+
25	CAPITAL S.A.	HUMPHREYS S. A.	AA-	AA-	AA-	AA-
26	BANCO SUDAMERICANO S.A.	MICROFINANZAS SRL				BB

### INSTITUCIONES PUBLICAS

INSTITUCION FINANCIERA	FIRMA CALIFICADORA DE RIESGO A DIC. 2011 (1)	Al 31 Marzo 2011	Al 30 Junio 2011	Al 30 Sept. 2011	Al 31 Dic. 2011
1 BANCO DEL ESTADO	BANK WATCH RATINGS/ PCR PACIFIC S. A.	AA / AA	AA / AA	AA / AA	AA / AA
2 BANCO ECUATORIANO DE LA VIVIENDA	BANK WATCH RATINGS	BBB+	BBB+	BBB+	BBB+
3 BANCO NACIONAL DE FOMENTO	BANK WATCH RATINGS	BBB-	BBB-	BBB-	BBB-
4 CORPORACION FINANCIERA NACIONAL. (3)	PCR PACIFIC S. A. / BANK WATCH RATINGS	A+	A+	A+	AA- / A+

### SOCIEDADES FINANCIERAS

INSTITUCION FINANCIERA		FIRMA CALIFICADORA DE RIESGO A DIC. 2011 (1)	Al 31 Marzo 2011	Al 30 Junio 2011	Al 30 Sept. 2011	Al 31 Dic. 2011
1	CONSULCREDITO SOC. FINANCIERA S.A.	BANK WATCH RATINGS	B -	B -	B -	B -
2	DINERS CLUB DEL ECUADOR S.A.	BANK WATCH RATINGS / PCR PACIFIC S.A.	AAA-/ AAA	AAA-/ AAA	AAA-/ AAA	AAA-/ AAA
3	FINANCIERA DE LA REPUBLICA S.A. FIRESA	HUMPHREYS S. A.	BBB+	BBB+	BBB+	BBB+
4	FINANCIERA DEL AUSTRO S.A. FIDASA	HUMPHREYS S. A.	BBB+	BBB+	BBB+	BBB+
5	GLOBAL SOCIEDAD FINANCIERA S.A.	HUMPHREYS S. A.	A+	A+	A+	A+
6	PROINCO SOCIEDAD FINANCIERA S.A.	PCR PACIFIC S.A.	B +	B +	B +	B +
7	SOCIEDAD FINANCIERA INTERAMERICANA S.A.	BANK WATCH RATINGS	A-	A-	A-	A-
8	SOCIEDAD FINANCIERA LEASINGCORP S.A.	HUMPHREYS S. A.	BBB+	BBB+	BBB+	BBB+
9	UNIFINSA SOCIEDAD FINANCIERA S.A.	HUMPHREYS S. A.	AA	AA	AA	AA
10	VAZCORP SOCIEDAD FINANCIERA S.A.	HUMPHREYS S. A.	AA-	AA-	AA-	AA-

### MUTUALISTAS

INSTITUCION FINANCIERA		FIRMA CALIFICADORA DE RIESGO A DIC. 2011 (1)	Al 31 Marzo 2011	Al 30 Junio 2011	Al 30 Sept. 2011	Al 31 Dic. 2011
1	AMBATO	PCR PACIFIC S.A.	B -	B -	B -	B -

2	AZUAY	BANK WATCH RATINGS	A-	A-	A-	<b>A-</b>
3	IMBABURA	PCR PACIFIC S.A	BB-	BB-	BB-	<b>BB-</b>
4	PICHINCHA	PCR PACIFIC S.A	AA	AA	AA	<b>AA</b>

### COOPERATIVAS

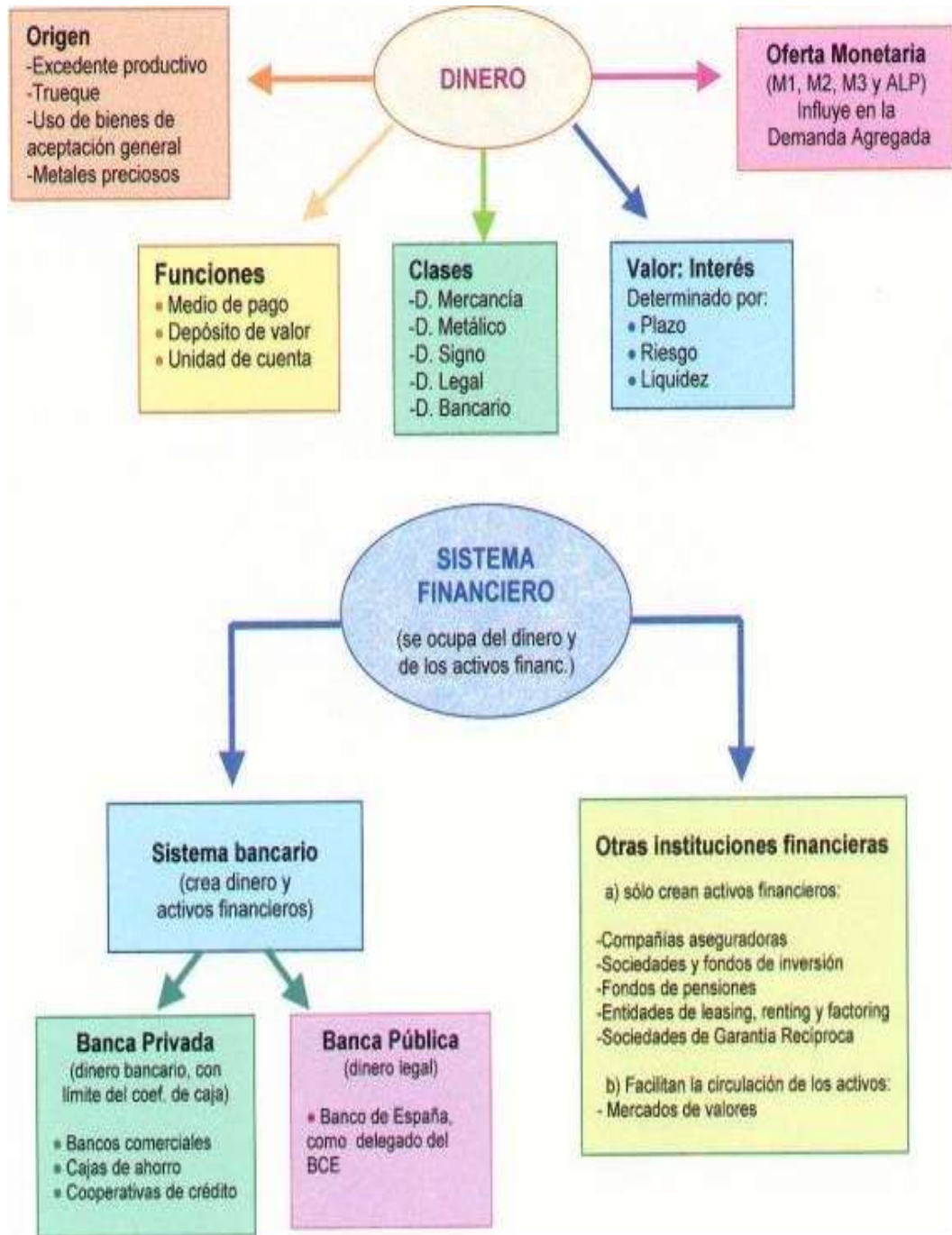
	INSTITUCION FINANCIERA	FIRMA CALIFICADORA DE RIESGO <b>A DIC. 2011 (1)</b>	Al 31 Marzo 2011	Al 30 Junio 2011	Al 30 Sept. 2011	<b>Al 31 Dic. 2011</b>
1	11 DE JUNIO	HUMPHREYS S. A.	BB+	BB+	BB+	<b>BB+</b>
2	15 DE ABRIL	HUMPHREYS S. A.	A	A	A	<b>A</b>
3	23 DE JULIO	BANK WATCH RATINGS	A-	A-	A-	<b>A-</b>
4	29 DE OCTUBRE	HUMPHREYS S. A.	A	A	A	<b>A</b>
5	9 DE OCTUBRE	BANK WATCH RATINGS	B+	B+	B+	<b>B+</b>
6	ALIANZA DEL VALLE	HUMPHREYS S.A.	A-	A-	A-	<b>A-</b>
7	ANDALUCIA	HUMPHREYS S.A.	A +	A +	A +	<b>A +</b>
8	ATUNTAQUI	MICROFINANZAS SRL	BBB-	BBB-	BBB-	<b>BBB-</b>
9	BIBLIAN	MICROFINANZAS SRL	BBB	BBB	BBB	<b>BBB</b>
10	CACPECO	HUMPHREYS S.A.	AA-	AA-	AA-	<b>AA-</b>
11	CAJA CENTRAL COOPERATIVA FINANCOOP	PCR PACIFIC S.A.	A+	A+	A+	<b>A+</b>
12	CALCETA	HUMPHREYS S. A.	BB-	BB-	BB-	<b>BB</b>
13	COOPCCP CONSTRUCCIÓN, COMERCIO Y PRODUCCIÓN LTDA	HUMPHREYS S. A.	A-	BBB+	BBB+	<b>BBB+</b>
14	CHONE	HUMPHREYS S. A.	BB +	BB +	BB +	<b>BBB -</b>
15	CODESARROLLO	MICROFINANZAS SRL	BBB	BBB	BBB	<b>BBB</b>
16	COMERCIO	MICROFINANZAS SRL	BB+	BB+	BB+	<b>BB+</b>

17	COOPAD	HUMPHREYS S. A.	B+	B+	B+	<b>B+</b>
18	COTOCOLLAO	HUMPHREYS S. A.	BB+	BB+	BB+	<b>BB+</b>
19	EL SAGRARIO	HUMPHREYS S. A.	A+	A+	A+	<b>A+</b>
20	GUARANDA	HUMPHREYS S. A.	BBB-	BBB-	BBB-	<b>BBB-</b>
21	JUVENTUD ECUATORIANA PROGRESISTA	MICROFINANZAS SRL	A	A	A	<b>A+</b>
22	LA DOLOROSA	HUMPHREYS S. A.	B+	B+	B+	<b>B+</b>
23	MANUEL ESTABAN GODOY ORTEGA	HUMPHREYS S. A.	BBB+	BBB+	BBB+	<b>BBB+</b>
24	OSCUS	MICROFINANZAS SRL	A+	A+	A+	<b>A+</b>
25	PABLO MUÑOZ VEGA	HUMPHREYS S. A.	BBB-	BBB-	BBB-	<b>BBB-</b>
26	PADRE JULIAN LORENTE	BANK WATCH RATINGS	B+	B+	B+	<b>B+</b>
27	PASTAZA	MICROFINANZAS SRL	A	A	A	<b>A</b>
28	COOPROGRESO	PCR PACIFIC S.A.	AA-	AA-	AA-	<b>AA-</b>
29	RIOBAMBA	PCR PACIFIC S.A.	A-	A-	A-	<b>A-</b>
30	SAN FRANCISCO	BANK WATCH RATINGS	A+	A+	A+	<b>A+</b>
31	SAN FRANCISCO DE ASIS	BANK WATCH RATINGS	BB-	BB-	BB-	<b>BB-</b>
32	SAN JOSE	HUMPHREYS S. A.	BBB+	BBB+	BBB+	<b>BBB+</b>
33	SANTA ANA	MICROFINANZAS SRL	BB -	BB -	BB -	<b>BB -</b>
34	SANTA ROSA	HUMPHREYS S. A.	BBB+	BBB+	BBB+	<b>BBB+</b>
35	TULCAN	HUMPHREYS S. A.	A -	A -	A -	<b>A -</b>
36	JARDIN AZUAYO	MICROFINANZAS SRL	BBB+	BBB+	A-	<b>A-</b>
37	CACPE CAC DE LA PEQUEÑA EMPRESA DE LOJA	MICROFINANZAS SRL	BB -	BB -	BB -	<b>BB -</b>
38	SAN PEDRO DE TABOADA LTDA	HUMPHREYS S. A.	B	B	B-	<b>B-</b>

Fuente: [http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs\\_index?vp\\_art\\_id=836&vp\\_tip=2](http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=836&vp_tip=2)

### ANEXO #3

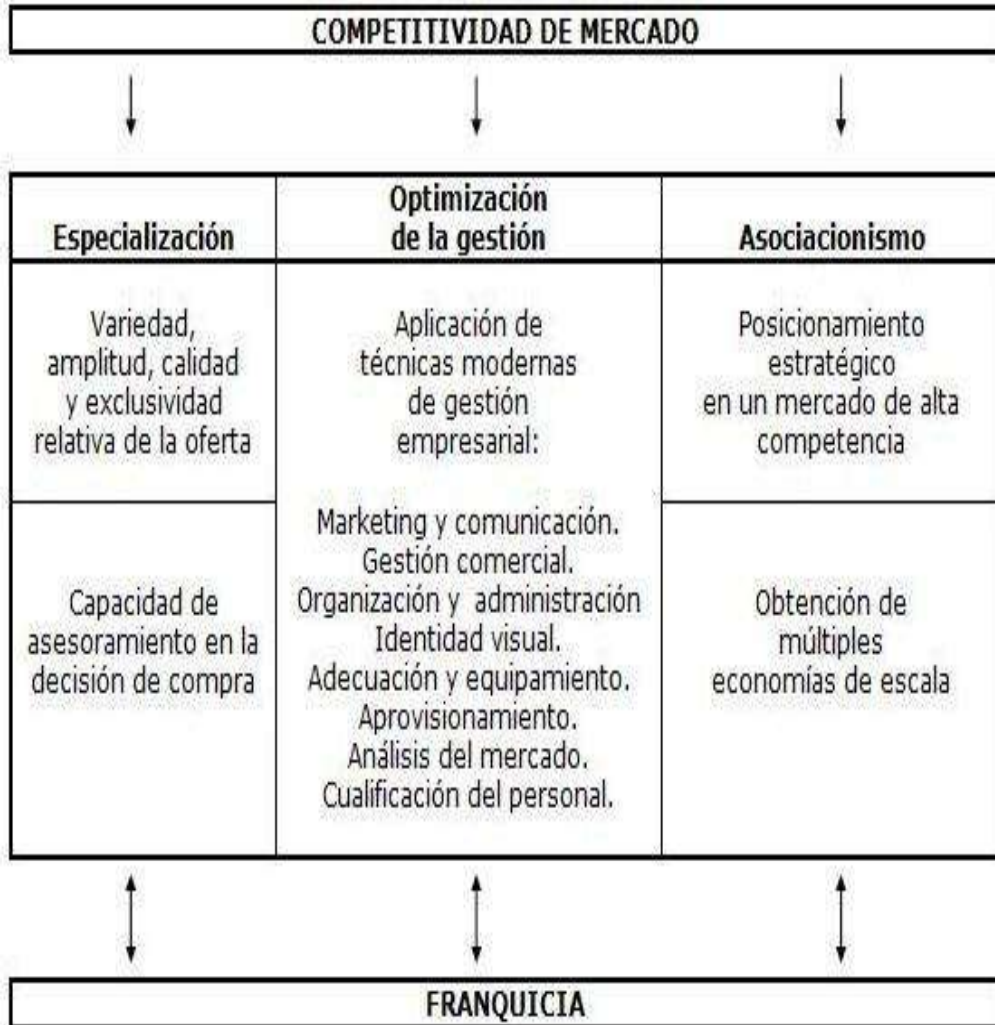
### FLUJOGRAMA DEL SISTEMA FINANCIERO



Fuente: <http://www.docstoc.com/docs/22633206/Estructura-del-Sistema-Financiero>

## ANEXO #4

### MARCO LOGICO COMPETITIVIDAD DE MERCADO



**Fuente:** <http://tecnicoenventasjessika.bligoo.com.co/que-es-matriz-de-marco-logico>

**ANEXO #5**  
**ENTREVISTA**

**La presente entrevista tiene por objeto recopilar información de las instituciones financieras para el desarrollo de un ranking empresarial del sector financiero de la ciudad de Latacunga.**

**1. Sobre la institución**

- Nombre de la institución
- Organigrama
- Nombre del gerente
- Ubicación geográfica
- Página web
- Correo electrónico
- Teléfonos

**2. Antecedentes**

- Año de fundación de la institución
- Cuantas sucursales posee a nivel nacional, cuantas en Cotopaxi y cuantas en la ciudad de Latacunga
- Años de funcionamiento en la ciudad de Latacunga

**3. Misión anual y global**

**4. Visión anual y global**

**5. Calificación financiera**

**6. Tipos de crédito y tasas de interés**

- Productos financieros que oferta y las tasas de interés
- Requisitos para abrir una cuenta y montos de apertura
- Requisitos para adquirir un crédito, monto mínimo y máximo

**7. Inversión**

- Origen de la inversión
- Tipos de inversión
- Tasas de interés para las inversiones

**8. Convenios**

- Tipos de convenios
- Requisitos para los convenios
- Facilidades crediticias

**9. Índices**

- Índices de liquidez
- Índices de morosidad y Riesgo
- Endeudamiento
- Rentabilidad

**10. Laboral**

- Índices de rendimiento de empleados

**ANEXO #6  
CUESTIONARIO**

**El presente cuestionario tiene por objeto conocer las necesidades de los clientes en base al sector financiero de la ciudad de Latacunga.**

- 1. ¿Existe suficiente comunicación para dar a conocer los servicios y productos que su entidad financiera ofrece a la ciudad de Latacunga?**

SI

NO

- 2. ¿Los medios de comunicación en los que ofertan sus servicios y productos abarca toda la información que el cliente necesita?**

SI

NO

- 3. ¿Le gustaría que su negocio forme parte de un Portafolio de negocios del sector financiero formal de la ciudad de Latacunga?**

SI

NO

- 4. ¿Cuáles son los medios de comunicación por los que oferta su producto?**

Televisión

Prensa Escrita

Radio

Volantes

Otros

- 5. ¿Qué información le gustaría que se indique en el portafolio de negocios**

Misión, Visión

Productos y Servicios

Calificación de la entidad

Rentabilidad

Dirección

Sucursales

Balances Comerciales

**6. ¿Cada cuánto Ud. oferta sus servicios y productos por los medios de comunicación?**

- Cada día
- Cada semana
- Cada mes

**7. ¿Por qué cree Ud. Que el cliente acude a su entidad financiera?**

- Atención al cliente
- Productos y Servicios
- Adecuadas Instalaciones
- Accesoría Financiera
- Otros

**8. ¿Estaría dispuesto a pagar por dar a conocer su negocio a través de una revista financiera?**

- SI
- NO

**9. ¿Le gustaría que la revista financiera sea dada a conocer a nivel provincial?**

- SI
- NO

**10. ¿Cada cuánto tiempo quisiera que se actualice la revista financiera?**

- Cada mes
- Cada Trimestre
- Cada Semestre