



Valoración Incremental del Desarrollo de una Tarjeta de Crédito Denominada “Productiva” para Clientes de Micro Crédito Pertenecientes al Segmento Preferencial de una IMFs

Byron Crespo Meza - Sonia Zurita Erazo
Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador
bcrespo@espol.edu.ec - szurita@espol.edu.ec

Resumen

Con este tema se pone a disposición de los microempresarios una tarjeta de crédito con características que cubren sus necesidades de financiamiento a nivel de microempresa más no de consumo y establece que tan factible es desarrollar este producto financiero en este sector tomando en cuenta variables importantes en lo que respecta a características del producto y el enfoque a un mercado diferente convirtiéndolo en un producto nuevo. Esta tarjeta ofrece importantes ventajas a los clientes con buen historial crediticio “buenos clientes”. A su vez las IMFs (Instituciones Micro Financieras) obtienen beneficios de un producto que puede generar un mayor movimiento comercial y que fideliza a clientes responsables al notar una diferencia en el trato con respecto a clientes nuevos o los que no tienden a ser puntuales, por otro lado da apertura a inversiones y ahorros de socios estratégicos que acepten la tarjeta como medio de pago. El resultado del flujo incremental permite concluir que es un proyecto rentable, puesto que se analiza en diversos escenarios y el resultado muestra siempre ganancias, se determina así la factibilidad del uso de la tarjeta PRODUCTIVA como instrumento microfinanciero que brinda beneficios tanto a los clientes preferenciales como a la institución que lo ofrece.

Palabras Claves: Tarjeta de crédito, microempresa, buenos clientes, flujo incremental.

Abstract

This item does available to businesspersons a credit card with features that meet their financing needs of microbusiness but not of consumption and it states the feasibility to develop this financial product in this sector taking in consideration important variables about of product characteristics and the focus to a different market making it a new product. This card offers significant benefits to customers with good credit "good customers". Also MFIs (Micro Financial Institutions) can get benefits from a product that generate more commercial activity and create loyal and responsible customers who notice a difference in the attention between then and new customers or not responsible people, besides it opens for investment and savings from strategic partners who accept the card as payment. The incremental flow result shows that it is a profitable project, it was discussed in various scenarios and the result always shows a profit determining the feasibility of using the card PRODUCTIVE as a microfinancial tool that provides benefits for both preferential customers and the institution that offers it.

Introducción

En la actualidad un instrumento común de financiamiento al consumo son las tarjetas de crédito, caso contrario se presenta con la microempresa a quienes no se les desarrolla productos agresivos. Se plantea un producto financiero que comúnmente es utilizado por personas asalariadas, sector al cual normalmente se ha dedicado la banca tradicional, dando así una opción que brinde más posibilidades de financiamiento a un sector algo olvidado como lo es el microempresarial.

El propósito entonces es desarrollar una tarjeta de crédito con características de financiamiento a actividades productivas que generen desarrollo, características que son vitales para la subsistencia de los microempresarios permitiendo así su crecimiento económico.

1. Análisis de mercado

1.1. Características del mercado

Se definirá a la microempresa como lo hace una Agencia Estadounidense para el Desarrollo Internacional (USAID) a través del proyecto SALTO, que brinda un estudio de la Microempresa en Ecuador: *“Una microempresa es un negocio personal o familiar que emplea hasta 10 personas, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios, además constituye una importante fuente de ingresos para el hogar. No se incluyen profesionales, técnicos medios, científicos, intelectuales, ni peones, ni jornaleros”*.

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

1.2. Distribución de la cartera preferencial de una IMF

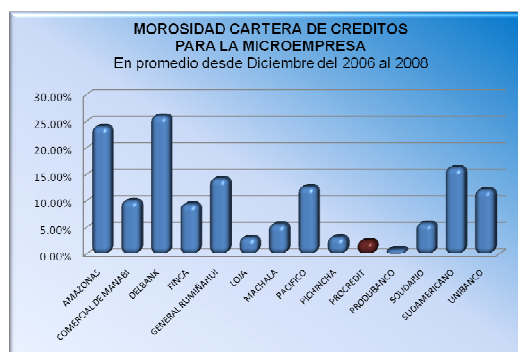
Como se puede ver en la tabla 1 y figura 1 estas muestran la morosidad de la cartera de créditos para la Microempresa, para efectos de análisis

consideraremos a Banco ProCredit que presenta un porcentaje bajo de morosidad de un 2.61%.

Tabla 1. Morosidad de IMF's.

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

Fuente: Superintendencia de Bancos
Elaboración: Autor



Fuente: Superintendencia de Bancos
Elaboración: Autor

Figura 1. Morosidad de IMF's

1.2.1. Distribución por sector económico

De la cartera preferencial de la institución antes mencionada se pudo determinar la concentración de esta cartera por sector económico o actividad aparte de presentar datos del destino que los microempresarios dan a los créditos que solicitan.

Se establece una mayor concentración en las actividades relacionadas a transporte, hotelería, ropa, prendas de vestir y boutique, lo que implica que la tarjeta que se propone en este proyecto debería ir segmentada en relación a esta cartera a estos sectores.

1.2.2. Distribución por destino de crédito

Los créditos que obtienen los clientes de la cartera preferencial son destinados a su mayoría en inversiones en activos fijos y capital de trabajo (mercadería y otros), lo que concuerda con las

actividades anteriormente segmentadas en donde por cuestión de transporte hotelería se solicita en su mayoría para realizar arreglos en vehículos e infraestructuras de hoteles, mientras que las actividades de venta de ropa, prendas de vestir y boutique prefieren invertir en inventario.

1.3 Fuentes de financiamiento de los microempresarios preferenciales

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

En las microfinanzas existen los créditos grupales (bancos comunales y solidarios) y los créditos individuales para montos mayores. También hay servicios limitados de cajeros automáticos con tarjetas de debito, y varios productos de ahorros.

1.4 Tendencias de endeudamiento

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

Tabla 2. Endeudamiento cartera preferencial

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

Fuente: Banco ProCredit
Elaboración: Autor

2. Investigación de mercado

2.1. Problema de la investigación de mercado

La necesidad de identificar las características de una tarjeta de crédito para microempresarios y saber cuáles son sus preferencias. Se hace necesaria a la vez la identificación de los socios estratégicos los cuales proveerán de productos y servicios básicos para el uso de dicha tarjeta.

2.2. Datos necesarios a recopilar

Se considera que existe información cualitativa que se debe obtener aparte de la que brindan los datos secundarios, es por esa razón que se desarrollara una investigación con el fin de obtener datos primarios que complementen el desarrollo de la tarjeta productiva.

Se establece una Investigación Exploratoria para obtener información cualitativa, esta información se obtendrá de fuentes secundarias externas e internas complementándose con información a obtenerse mediante la elaboración de un grupo focal



Elaboración: Autor

Figura 2. Diseño de investigación

2.3. Canales de recolección y necesidad de encuesta

Razones por la que se utiliza la investigación cualitativa:

Los microempresarios pueden no estar dispuestos o no ser capaces de contestar ciertas preguntas, o no estar dispuestos a dar respuestas verdaderas a preguntas que invaden su privacidad, que los avergüenzan o que tienen un impacto negativo en su ego o status.

Los microempresarios pueden ser incapaces de proporcionar respuestas exactas a preguntas que topan su subconsciente. Los valores, impulsos emocionales y motivaciones que residen en su nivel subconsciente se disfrazan ante el mundo exterior con la razón y otras defensas del ego.

El grupo de enfoque es la principal técnica directa.

2.3.1. Desarrollo de cuestionario y focus group

Los participantes se seleccionan previamente con las siguientes características que garantizan la existencia de un grupo homogéneo:

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

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

Elaboración: Autor

Figura 3. Grupo de enfoque

2.4. Interpretación de resultados

Todos los participantes indicaron tener en común como proveedores en un 60% a mercados formales y un 40% informales de sus respectivos sectores y la bahía en el centro de la ciudad, se pudo identificar los siguientes proveedores en común que para el desarrollo de este proyecto se consideraran los socios estratégicos: Pronaca, Ferretería Espinoza, Almacenes de tela como: El Tijerazo y El Batatazo, Almacenes El Gato, Estuardo Sánchez, Dipaso, Pingüino, Cordialsa, Coca Cola, Toni.

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

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

3. Análisis de Procesos

3.1. Ventajas y desventajas del producto financiero

En base a la investigación de mercado desarrollada en el capítulo anterior se han considerado las siguientes ventajas y desventajas del producto financiero.

Principales ventajas:

- Producto Novedoso.
- Ahorro en tiempo.
- Evita largos trámites de crédito.
- Rapidez.
- Se evita ir al Banco.
- Comodidad.
- Regulariza destinos de crédito.
- Seguridad.
- Servicios Bancarios para Socios Estratégicos.
- Fidelización de clientes.

Principales desventajas:

- Las Instituciones Bancarias con nuevas líneas de Crédito Microempresarial.
- Inestabilidad Económica.
- Imagen de Tarjeta Costosa.
- Bajo porcentaje en la asignación del cupo.
- No contar con la experiencia en el manejo de Tarjetas de Crédito.

3.1.1. Análisis FODA



Elaboración: Autor

Figura 4. FODA

3.2. Análisis de los costos

Costo de membrecía

El costo de membrecía se refiere a la emisión y renovación que va a tener la tarjeta de crédito PRODUCTIVA.

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

Fuente: Banco ProCredit S.A.

Elaboración: Autor

Figura 5. Membrecía

Costo de Comisión

También se les cobrará a los socios estratégicos una comisión por cada transacción que realicen los clientes con la tarjeta.

TRANSACCIONES	TARIFA
Compra con Tarjeta	1% del monto

Fuente: Banco ProCredit

Elaboración: Autor

Figura 6. Membrecía

Fijación de Precios

La calidad del producto es alta pero con un precio medio que permita generar una rentabilidad moderada pero que no cree perspectivas de alto precio.

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

Elaboración: Autor

Figura 7. Estrategia de precios

3.3. Socios estratégicos que acepten la tarjeta

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

Beneficios de la aceptación como medio de pago

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

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

3.4. Marco legal

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

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

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

4. Análisis financiero

4.1. Presupuesto de inversión, costos y gastos

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

Tabla 3. Inversión Inicial

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

Elaboración: Autor

4.2. Proyección de la demanda

Método de Extrapolación de la Tendencia Histórica

Para estimar el comportamiento futuro de los saldos de cartera se considera la información histórica disponible en los registros de la IMF (ver Tabla 4). De donde la ecuación de regresión queda como:

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

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

$$r^2 = 94\%$$

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

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

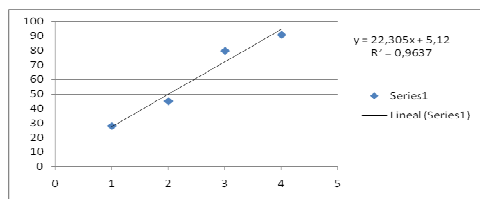
Según datos de Banco Pichincha (Credife), esta IMF ha tenido saldos de cartera anuales como lo muestra la tabla siguiente:

Tabla 4. Cartera anual

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

Elaboración: Autor

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



Elaboración: Autor

Figura 8. Cartera anual

Se hace un análisis de la relación tendencia anual saldo de cartera de Credife considerada la principal competencia para Banco ProCredit:

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

Se toma en cuenta los índices de relación para el análisis, considerando que la tarjeta de crédito productiva generaría un mayor movimiento comercial.

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

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

4.3. Beneficios del proyecto

4.3.1. Ingresos financieros

Ingresos por Intereses Ganados

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

La tasa de interés será de acuerdo al segmento que pertenezca, en este caso microcrédito, esta tasa se basará en la información obtenida por el Banco Central:

Tabla 5. Tasa activa

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

Fuente: Banco Central
Elaboración: Autor

Ingresos por Venta de Tarjetas

Según Costos y Precios de venta de una tarjeta de débito ya existente en la IMF's en análisis se consideran US (\$) 6,40 como P_v, siendo el costo de la misma de US (\$) 4,50.

Ingresos por comisiones

Basándose en los valores de la tarjeta de debito antes mencionada se decide establecer el 1% como comisión.

Ahorro de Gastos

Tabla 6. Necesidad de personal

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

Elaboración: Autor

Con el proyecto no sería necesario el mismo nivel de oficiales de crédito.

Valor de Desecho

Los resultados mediante el método contable:

Tabla 7. Valor de desecho

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

Elaboración: Autor

4.3.2. Egresos financieros

Intereses Causados

Banco ProCredit paga en sus Cuentas de Ahorro un interés nominal anual del 2% y obtiene el 60% de su financiamiento mediante créditos del exterior pagando una tasa nominal anual del 10%.

Tabla 8. Interés causado

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

Elaboración: Autor

Provisión de Cartera

Para efectos de este análisis se considera un porcentaje de provisión del 3% anual del saldo de cartera.

Gastos de Personal

De acuerdo a Estados de Resultados mensuales de Banco ProCredit, esta IMF's ocupa un promedio del 33% de los Ingresos Operativos en conceptos de Gastos de Personal.

Gastos Administrativos

Analizando nuevamente los Estados de Resultados mensuales de Banco ProCredit, esta IMF's ocupa un promedio del 50% de los Ingresos Operativos en conceptos de Gastos Administrativos, se toma este dato como referencia para el análisis de la cartera.

4.4. Análisis incremental de los flujos de efectivo con y sin proyecto

Tabla 9. Flujos de caja

MESES	FUJOS DE CAJA		
	SIN PROYECTO	CON PROYECTO	ANÁLISIS INCREMENTAL
0	\$ -	-\$ 15,000.00	-\$ 15,000.00
1	\$ 1,194.62	\$ 1,899.68	\$ 705.06
2	\$ 1,218.69	\$ 1,847.12	\$ 628.43
3	\$ 1,242.75	\$ 1,876.85	\$ 634.10
4	\$ 1,266.81	\$ 1,906.57	\$ 639.76
5	\$ 1,290.87	\$ 1,936.29	\$ 645.42
6	\$ 1,314.94	\$ 1,966.02	\$ 651.08
7	\$ 1,339.00	\$ 1,995.74	\$ 656.74
8	\$ 1,363.06	\$ 2,025.47	\$ 662.41
9	\$ 1,387.12	\$ 2,055.19	\$ 668.07
10	\$ 1,411.18	\$ 2,084.91	\$ 673.73
11	\$ 1,435.25	\$ 2,114.64	\$ 679.39
12	\$ 1,459.31	\$ 2,144.36	\$ 685.05
2009	\$ 15,923.60	\$ 23,852.85	\$ 7,929.25
2010	\$ 19,388.55	\$ 29,850.83	\$ 10,462.28
2011	\$ 22,853.49	\$ 37,931.09	\$ 15,077.60

Elaboración: Autor

4.5. Evaluación económica financiera

Valor actual neto (VAN)

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

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

R_f = Tasa libre de riesgo¹
 $R_m - R_f$ = Prima de riesgo²
 β = Beta de Bancos de Microcrédito³
 R_p = Riesgo País⁴

¹ Fuente: Infomercados

² Fuente: Infomercados

³ Fuente: Infomercados

⁴ Fuente: Banco Central del Ecuador

Tabla 10. CAPM

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

Elaboración: Autor

El resultado del VAN utilizando la tasa de descuento antes calculada es de \$8.681, este es el valor monetario que excede la rentabilidad deseada después de recuperar la inversión.

Tasa interna de retorno (TIR)

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

Análisis de sensibilidad

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

VALOR PRESENTE	\$30.942
VAN	\$15.942

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

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

VALOR PRESENTE	\$15.089
VAN	\$89

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

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

11. Agradecimientos

Agradezco a todas aquellas personas que hicieron posible la realización de este proyecto, en especial a Sonia Zurita y Walter Mejía por su tiempo, apoyo y su importante contribución en el desarrollo del presente trabajo.

12. Referencias

- [1] Sapag, Nassir y Sapag, Reinaldo. *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Cuarta edición. McGraw – Hill, Chile, 2000.
- [2] Shapleigh Alexander, Dávila Miguel, Pálan Carlos, “*Ecuador: moviendo fronteras en microfinanzas*”, Development Alternatives, Inc., Estados Unidos 2006.
- [3] Carvajal Edgar, Auerbach Paula, “*La Microempresa en Ecuador*”, Banco Interamericano de Desarrollo, Quito - Ecuador 2006.
- [4] Kotler Philip, Armstrong Gary, “*Marketing*”, Prentice Hall Hispanoamericana S.A. Octava edición, México 2001.
- [5] Malhotra, “*Investigación de Mercados*”, Prentice Hall Hispanoamericana S.A. Cuarta edición, México 2001.
- [6] Banco Procredit Ecuador, “*Memoria Anual 2007*”, Quito - Ecuador 2007.
- [7] Jordan Fausto, Vaca Javier, “*Microfinanzas Ecuador*”, Red Financiera Rural, Quito - Ecuador 2006.
- [8] Vaca Javier, “*Boletín Microfinanciero*”, Red Financiera Rural, Quito – Ecuador 2007.

15. Conclusión y resultados.

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