



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE  
VENTAS**

**TITULO  
EMISION DE TARJETA DE CREDITO PARA PERSONAS CON  
CAPACIDADES ESPECIALES INCLUIDAS EN EL SECTOR  
LABORAL DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

**AUTORES  
CELERINA ALEXANDRA VILLAVICENCIO LÓPEZ  
CARLOS VIRGILIO VILLEGAS CUEVA**

**TUTOR: Ing. Félix San Andrés**

**Guayaquil, Ecuador**

**2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE  
VENTAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Celerina Alexandra Villavicencio López / Carlos Virgilio Villegas, Cueva** como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniería en Administración de Ventas

**TUTOR**

**ING. FELIX SAN ANDRES**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

**ING GUILLERMO VITERI**

**Guayaquil, 24 de Agosto del 2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Nosotros, ALEXANDRA VILLAVICENCIO LÓPEZ Y CARLOS VILLEGAS**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación “**EMISION DE TARJETA DE CREDITO PARA PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES INCLUIDAS EN EL SECTOR LABORAL DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**” previa a la obtención del Título de Ingeniería en Administración de Ventas, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 24 de agosto del 2014

---

**Alexandra Villavicencio**

---

**Carlos Villegas**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE  
VENTAS**

**AUTORIZACIÓN:**

Yo, Celerina **Alexandra Villavicencio López / Carlos Virgilio Villegas Cueva**, autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **EMISION DE TARJETA DE CREDITO PARA PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES INCLUIDAS EN EL SECTOR LABORAL DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 24 de Agosto del 2014

---

**Alexandra Villavicencio**

---

**Carlos Villegas**

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente a DIOS, por cuidarme en los momentos más difíciles, por darme la fortaleza para continuar aun cuando he estado a punto de rendirme, ya que solo por su infinita voluntad me ha dado este pedacito de cielo que es mi vida

Son muchas las personas especiales a las que me gustaría agradecer su amistad, apoyo, ánimo y compañía en las diferentes etapas de mi vida, algunas tengo la dicha de estar con ellos, y otras en mis recuerdos dentro de mi corazón, quiero darles las gracias por formar parte de mi vida, agradecer por todas sus bendiciones y por lo que me han brindado

A mis hermanos Cesar y Cristina Villegas Cueva, también a mi amigo Carlos Cacao por brindarme su apoyo incondicional, en los momentos cuando quería desistir de mis estudios, los quiero un mundo y que el señor los llene de muchas bendiciones

A mi Tutor el Ing. Félix San Andrés, por compartir y mejorar nuestra manera de pensar quien generosamente ha compartido sus conocimientos, vivencias y su invaluable ayuda para el desarrollo de este proyecto.

### **Carlos Villegas Cueva**

Agradezco a Dios por ser pionero de todas mis obras

A mi hijo, Fabrizzio por ser motivación e inspiración de vida

A mi Abuelita Marujita, eterna gratitud

A mis tías, Rosita, Judith y Mariuxi por ser parte del amor de familia y compartir momento inolvidables.

A mis padres por estar a mi lado en todo momento

A mis hermanos por su constante apoyo en los momentos más difíciles de mi vida Jairo y Segundo

### **Alexandra Villavicencio López**

## **DEDICATORIA**

A mi amada, Mamita, por ser el ejemplo de mi vida y perseverancia quien a pesar de todo siempre cuento con su apoyo incondicional; a mi Papito quiero compartir este logro contigo, por creer en mí, la orientación que me has dado, por guiar mi camino, proporcionar la pauta necesaria para poder realizar y terminar mis estudios para seguir mi vida profesional y escuchar esos sabios consejos en el momento exacto

A mi amada Karem; quien siempre me ha apoyado y comprendido en todas las etapas de nuestras vidas, que junto a mis "pechotitas" Alejandro Matías y Carlos Sebastián; a mi sobrino Adrián quienes son los motorcitos de mi corazón que me impulsan cada día para seguir adelante.

### **Carlos Villegas Cueva**

A mi hijo, compañero eterno, amor verdadero y motivación en todo momento.

A mis tía Rosita, Por ser un modelo de DIOS en esta tierra, para siempre todo mi amor

Al Ing. Félix San Andrés por su constante apoyo en la realización del presente trabajo.

### **Alexandra Villavicencio López**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE  
VENTAS**

**CALIFICACIÓN**

---

**ING. FELIX SAN ANDRES  
TUTOR**

# ÍNDICE GENERAL

## Contenido

CERTIFICACIÓN .....	II
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD .....	III
AUTORIZACIÓN:.....	IV
AGRADECIMIENTO .....	V
DEDICATORIA .....	VI
CALIFICACIÓN.....	VII
ÍNDICE GENERAL.....	VIII
Índice de Tablas .....	XI
Índice de Gráficos .....	XII
Índice de Ilustraciones.....	XIII
RESUMEN .....	XIV
ABSTRACT.....	XV
INTRODUCCION .....	1
DESCRIPCION Y JUSTIFICACION .....	3
OBJETIVOS.....	4
Objetivo General .....	4
Objetivos Específicos .....	4
CAPÍTULO I.....	5
1. SEGMENTACIÓN.....	5
1.1. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO.....	5
1.2. MERCADO META .....	8
1.3. MACRO SEGMENTACIÓN .....	9
1.4. MICRO SEGMENTACIÓN .....	9
1.5. PERFIL DEL CONSUMIDOR .....	9
CAPÍTULO II.....	12
2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	12
2.1. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	12
2.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL (PEST).....	13
2.2.1. Factores Político .....	15



2.2.2.	Factores Económicos .....	15
2.2.3.	Factores Sociales .....	16
2.2.4.	FACTORES TECNOLOGICOS .....	16
2.3.	ANÁLISIS PORTER.....	16
2.3.1.	Rivalidad entre empresas competidoras.....	17
2.3.2.	Entrada potencial de nuevos competidores .....	18
2.3.3.	Desarrollo potencial de productos sustitutos .....	18
2.3.4.	Poder de negociación de los proveedores.....	18
2.3.5.	Poder de negociación de los consumidores .....	18
2.4.	POBLACIÓN MUESTRA .....	19
2.5.	SELECCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA .....	19
2.5.1.	Modelo De Encuesta.....	20
2.6.	PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS .....	22
2.6.1.	Encuesta realizada por el CONADIS .....	22
2.6.2.	GRUPO FOCAL Empresa ciudad de Guayaquil.....	32
2.7.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS .....	39
	CAPÍTULO III.....	40
3.	EL PRODUCTO O SERVICIO .....	40
3.1.	CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO SERVICIO A OFRECER.....	40
3.2.	CADENA DE VALOR.....	41
3.3.	FODA.....	42
3.3.1.	Fortalezas .....	43
3.3.2.	Oportunidades .....	43
3.3.3.	Debilidades .....	44
3.3.4.	Amenazas.....	44
3.3.5.	MATRIZ FO FA DO DA.....	45
	CAPÍTULO IV.....	46
4.	PLAN ESTRATÉGICO.....	46
4.1.	PLAN DE VENTAS .....	46
4.2.	FUERZA DE VENTAS .....	49
4.3.	PROMOCIONES DE VENTAS .....	50
4.4.	POLÍTICA DE PEDIDOS .....	51
4.5.	POLÍTICAS DE CRÉDITO Y COBRANZAS .....	51
4.6.	GARANTÍAS.....	52

4.7. POLÍTICAS DE VENTAS INTERNAS.....	52
4.8. RELACIÓN CON LA MERCADOTECNIA.....	53
4.8.1. Producto .....	53
4.8.2. Precio.....	55
4.8.3. Plaza.....	56
4.8.4. Promoción.....	57
CAPÍTULO V.....	60
5. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO.....	60
5.1. DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL .....	60
5.2. FUENTES DE FINANCIAMIENTO .....	62
5.3. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS .....	64
5.4. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	70
5.5. FACTIBILIDAD FINANCIERA.....	71
5.6. Valor Actual Neto (VAN) y tasa interna de retorno TIR.....	71
5.7. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....	72
CAPÍTULO VI.....	73
6. RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	73
6.1. BASE LEGAL.....	73
6.2. MEDIO AMBIENTE.....	74
6.3. BENEFICIARIOS DIRECTOS E INDIRECTOS DE ACUERDO AL PLAN DEL BUEN VIVIR.....	74
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	76
7.1. CONCLUSIONES .....	76
7.2. RECOMENDACIONES.....	77
BIBLIOGRAFIA.....	78
Bibliografía .....	78
ANEXOS.....	80

## Índice de Tablas

Tabla 1 Tipo De Discapacidades Por Región .....	8
Tabla 2 Registro del CONADIS Personal con capacidad especial física, lenguaje y visual .....	19
Tabla 3 Selección del Tamaño de la muestra .....	20
Tabla 4 Edad de las personas con capacidad especial según el CONADIS	22
Tabla 5 Tipo de discapacidad según el CONADIS .....	23
Tabla 6 Carnet del CONADIS según el CONADIS .....	24
Tabla 7 Actualmente se encuentran laborando según el CONADIS.....	25
Tabla 8 En que invierte los ingresos de su sueldo según el CONADIS .....	26
Tabla 9 Actualmente se cuenta con tarjeta de Crédito .....	27
Tabla 10 según el CONADIS Numero de personas que cuentan con tarjeta de crédito .....	28
Tabla 11 según el CONADIS referente al ofrecimiento de tarjeta de crédito	29
Tabla 12 según el CONADIS Usted recupera el IVA que gasta .....	30
Tabla 13 según el CONADIS ha recibido devoluciones del IVA .....	31
Tabla 14 Grupo Focal en la Empresa TVCABLE .....	32
Tabla 15 Sueldo de los empleados con capacidades especiales .....	33
Tabla 16 A que dedica el sueldo en empleado especial en Tv Cable.....	34
Tabla 17 Posee tarjeta de crédito el personal con capacidad especial.....	35
Tabla 18 gusta de una tarjeta de crédito al personal con capacidad especial .....	36
Tabla 19 Le gustaría una Tarjeta VISA Caes .....	37
Tabla 20 Le gustaría inmediatamente llenar la solicitud .....	38
Tabla 21 Principales servicios de la Tarjeta de Crédito VISA CAES .....	55
Tabla 22 Modelo de costos incurridos en el uso, mantenimiento y emisión de Tarjeta VISA CAES.....	56

## Índice de Gráficos

Gráfico 1 TIPOS DE DISCAPACIDAD EN EL ECUADOR.....	6
Gráfico 2 Tipo De Discapacidades Por Región.....	7
Gráfico 3 Edad de la personas con capacidad especial según el CONADIS .....	22
<i>Gráfico 4</i> Tipo de discapacidad según el CONADIS.....	23
<i>Gráfico 5</i> <i>Carnet del CONADIS según el CONADIS</i> .....	24
<i>Gráfico 6</i> <i>Actualmente se encuentran laborando según el CONADIS</i> .....	25
<i>Gráfico 7</i> En que invierte los ingresos de su sueldo según el CONADIS ...	26
<i>Gráfico 8</i> Actualmente se cuenta con tarjeta de Crédito .....	27
<i>Gráfico 9</i> Número de personas que cuentan con tarjeta de crédito .....	28
<i>Gráfico 10</i> según el CONADIS referente al ofrecimiento de tarjeta de crédito .....	29
<i>Gráfico 11</i> según el CONADIS Usted recupera el IVA que gasta .....	30
<i>Gráfico 12</i> según el CONADIS ha recibido devoluciones del IVA.....	31
<i>Gráfico 13</i> Sueldo de los empleados con capacidades especiales.....	33
<i>Gráfico 14</i> A que dedica el sueldo en empleado especial en Tv Cable .....	34
<i>Gráfico 15</i> Posee tarjeta de crédito el personal con capacidad especial ....	35
<i>Gráfico 16</i> gusta de una tarjeta de crédito al personal con capacidad especial.....	36
<i>Gráfico 17</i> Le gustaría una Tarjeta VISA Caes .....	37
<i>Gráfico 18</i> Le gustaría inmediatamente llenar la solicitud.....	38

## Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Análisis PEST .....	14
Ilustración 2 Análisis Porter .....	17
Ilustración 3 Tarjeta Habiente Visa, Una de las más utilizadas en el mundo	53
Ilustración 4 Tarjeta VISA CAES, Producto creado con estrategia nacional respaldando el Buen vivir de los discapacitados.....	54
Ilustración 5 Seguridad en el reverso con código y cuenta del afiliado a VISA CAES .....	54
Ilustración 6 Principales Clientes de la Tarjeta VISA CAES afiliados al seguros social y al CONADIS .....	56
Ilustración 7 diferente capacidades especiales con derecho a laborar y a obtener una tarjeta habiente VISA CAES. ....	57
Ilustración 8 Promoción de la Tarjeta de Crédito VISACAES .....	59
Ilustración 9 Discapacitado Entrevistado y de acuerdo con adquirir una tarjeta de credito .....	80

## RESUMEN

La marca de una tarjeta de crédito representa una hegemonía de acciones, promociones e interés por adquirirla, siendo viable en todo momento el uso y el crédito, la situación de ampliar el mercado de tarjeta habiente, hace de interés el mercado de colaboradores con capacidades especiales en donde el gobierno orienta a los empresarios a su contratación, siendo sujetos directos de la población económicamente activa, haciendo del colaborador un ente de crédito y de consumo, es por ello el interés de vincularlo a poseer una tarjeta VISA CAES, que será utilizada en medicina, alimentación y vestimenta. La metodología que se utiliza directamente está relacionada con la información obtenidas en encuesta realizada por el CONADIS y de un target Group de una empresa local que da un amplio análisis de la necesidad de difundir la tarjeta visa como estrategias de desarrollo institucional, los colaboradores con discapacidad leve generan un ingreso promedio equivalente a 107 mil dólares anuales, además de un Valor Actual Neto aceptable de 10693 dólares, acompañada de una Tasa Interna de Retorno del 49%, y una recuperación en el tiempo correspondiente a dos años. El indicador financiero referente a la incorporación de este nuevo proyecto o línea de segmento de la tarjeta de crédito hace viable su incorporación, debido a que este mercado está totalmente desprotegido. La incursión realizada genera una oportunidad de trabajo ejecutivos que por medio de un buen marketing y uso de las redes sociales y publicidad logran acaparar el mercado cautivo en el que se encuentran los empleados con capacidades especiales.

### Palabras claves

Tarjeta de crédito    Innovación    VISA    Discapacidad    estrategias

## **ABSTRACT**

The mark of a credit card is a hegemony of actions, promotions and interest in acquiring it, remain viable at all times and use credit, expand the market situation cardholder makes market interest contributors Features where the government directs employers to recruitment, being direct subjects of the economically active population, making the partner an entity of credit and consumption, which is why the interest of linking it to have a VISA CAES card, which will be used in medicine, food and clothing. The methodology used is directly related to the information obtained in the survey of a target CONADIS Group and a local company that provides a comprehensive analysis of the need to disseminate visa card as institutional development strategies, collaborating with mild disability generate an average income equivalent to \$ 107,000 per year, plus an acceptable net present value of \$ 10,693, along with an Internal Rate of Return of 49% and a corresponding recovery in two years' time. The reference to the incorporation of this new project or line segment credit card financial indicators incorporation becomes viable, because this market is completely unprotected. The raid creates an opportunity for executives work through good marketing and use of social networks and advertising hoarding succeed in the captive market in which employees are Features

### **Keywords**

VISA    Credit Card    Disability    Innovation    Strategies

## INTRODUCCION

Las personas con capacidades especiales, son personas comunes que mediante ley trabajan sin inconveniente en el desarrollo de las empresas es por ello el objetivo la creación de una tarjeta de crédito con descuentos para las personas con discapacidad o movilidad reducida, la cual facilitaría el acceso de avances de efectivos y descuentos en diversos productos en especial productos médicos. Para cumplir con el objetivo planeado, se realizó un análisis estadístico en base al censo realizado por la CONADIS e IESS para obtener el número de personas con discapacidad y movilidad reducida en todo el país.

A través del análisis interno realizado por él (CONADIS, 2012) se identificó que más del 75% de las personas con discapacidad tiene problemas para obtener acceso a crédito, y a su vez se les complica poder tener acceso a la compra de medicinas las cuales son indispensables para sobrellevar su discapacidad sea cual sea. La estrategia tomada para llegar a cumplir este objetivo fue primero contactarse con todos los proyectos e institutos asociados de manera directa e indirecta con las personas con capacidades especiales, darles a conocer la idea y empezar a informarlos cuales son los procesos para poner en marcha el proyecto

Para entender el funcionamiento del proyecto es necesario previamente hacer referencia de la cantidad de personas con discapacidad en el país, a quienes les facilitaría una tarjeta de Crédito con las descripciones y cualidades que se quiere obtener con la marcha del proyecto. Esta tarjeta será avalada por los patrocinadores quienes ejercerán una gran parte de los beneficios de la tarjeta de crédito.



También es necesario exponer que los beneficiarios tienen que pasar por una previa calificación por Tipos de Discapacidad, el porcentaje de discapacidad otorgado por el CONADIS, Estado Laboral, Capacidad de Endeudamiento, Edad y Cargas Familiares. Se realizara un análisis del tipo de discapacidad de las personas que accedan al beneficio de la tarjeta de crédito para tener una base de datos actualizada y tener un promedio exacta de la cantidad y tipos de personas con discapacidad

Se tendrá considerara el nivel de descuentos y acceso a crédito al nivel de discapacidad otorgado por el Instituto "CONADIS", mientras mayor sea el tipo de discapacidad que posee, mayores serán los descuentos y el acceso a crédito específicamente en el área médica. Este sistema será de exclusividad para personas mayores de edad, si la persona con discapacidad es menor de edad la tarjeta será emitida atreves de su titular. Se tomara en consideración el estado laboral y las cargas familiares del usuario debido que el servicio tendrá prioridad absoluta para las personas de bajos recursos económicos, por lo cual se espera darles facilidades para obtener los beneficios como seria si no aplica por su nivel de endeudamiento podrá poseer un garante.

Debido a que es una tarjeta de crédito con beneficios y avances en efectivo se tendrá en cuenta la capacidad de endeudamiento del beneficiario, si el beneficiario directo no se encuentra laborando se pondrá como titular a cónyuge si este se encontrará laborando de no ser el caso se pondrá como garante al familiar o persona más cercana que se encuentre laborando, aunque la tarjeta será de uso exclusivo del titular de la misma.

## DESCRIPCION Y JUSTIFICACION

Al medir las estadísticas poblacionales el Guayas de las diversas discapacidades y el nivel económico de las mismas nos vimos en la necesidad de general un método de crédito que ayudara al crecimiento económico y mejora de la salud de dicha población.

No es tan fácil entender las penurias que viven la personal con discapacidad reducida por es por esto que mediante conversaciones con los padres o personal con discapacidad entendimos que las necesidades ya no son solo en conseguir un trabajo sino también en el límite de endeudamiento que les otorgan y que este a su vez perjudican es su salud y bienestar familiar.

También detectamos un número grande de recursos que dichas personas deben de poseer para sus rehabilitaciones, medicinas, alimentación especial (leches, proteínas, minerales, carbohidratos, etc.) y vestimenta, y que esos recursos se ven limitados por el flujo de dinero que pueden llegar a tener en un trabajo regular. Por otra parte están los discapacitados que por su grado de discapacidad no pueden trabajar pero que reciben una compensación por parte del Estado y el manejo inadecuado en muchas ocasiones de dichos recursos ya que la falencia de beneficios y oportunidades se ven limitadas por conseguir lo básico para cubrir sus enormes necesidades

Porque no favorecerlos e instruirlos a un buen uso de sus recursos con el auspicio de grandes Instituciones independientes que otorgaren su apoyo a este grupo inmenso de ecuatorianos que sufren a diario por sus limitaciones.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Determinar el crecimiento económico de las personas con Discapacidad o Movilidad Reducida, impulsando a la concientización de mayores beneficios económicos en los niveles de necesidad prioritaria para la mejora en el más alto porcentaje posible de la salud y bienestar tanto suyo como el de sus familiares y entorno.

### **Objetivos Específicos**

Describir las principales tendencias de las tarjetas de crédito en el mercado de la ciudad de Guayaquil con el fin de mejorar el nivel económico y preparación financiera.

Medir el impacto de la implementación de tarjeta de crédito VISA CAES en el mercado de personal con capacidad especial con el fin de viabilizar la comercialización y el aporte a la comunidad en base a la obtención del buen vivir para los familiares de las personas con movilidad reducida.

Proponer un plan de negocio de una nueva línea de tarjeta de crédito denominada VISA CAES con patrocinadores que aporten en el mejoramiento de la salud de las personas con Discapacidad o Movilidad Reducida.

# **CAPÍTULO I**

## **1. SEGMENTACIÓN**

### **1.1. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO**

Para identificar el mercado debemos primero considerar cual es el mercado definiendo la característica especial del mismo, para lo cual tomaremos la Ley de Discapacidades que manifiesta “se considerará persona con discapacidad a toda persona que, como consecuencia de una o más deficiencias físicas, mentales y/o sensoriales, congénitas o adquiridas, previsiblemente de carácter permanente se ve restringida en al menos un treinta por ciento de su capacidad para realizar una actividad dentro del margen que se considera normal, en el desempeño de sus funciones o actividades habituales”. (Acosta, 2009)

El Art. 45 de la Ley Orgánica de Discapacidades menciona el derecho al trabajo de los discapacitados, manifestando “Las personas con discapacidad, con deficiencia o condición discapacitado tienen derecho a acceder a un trabajo remunerado en condiciones de igualdad y a no ser discriminadas en las prácticas relativas al empleo, incluyendo los procedimientos para la aplicación, selección, contratación, capacitación e indemnización de personal y demás condiciones establecidas en los sectores público y privado.”

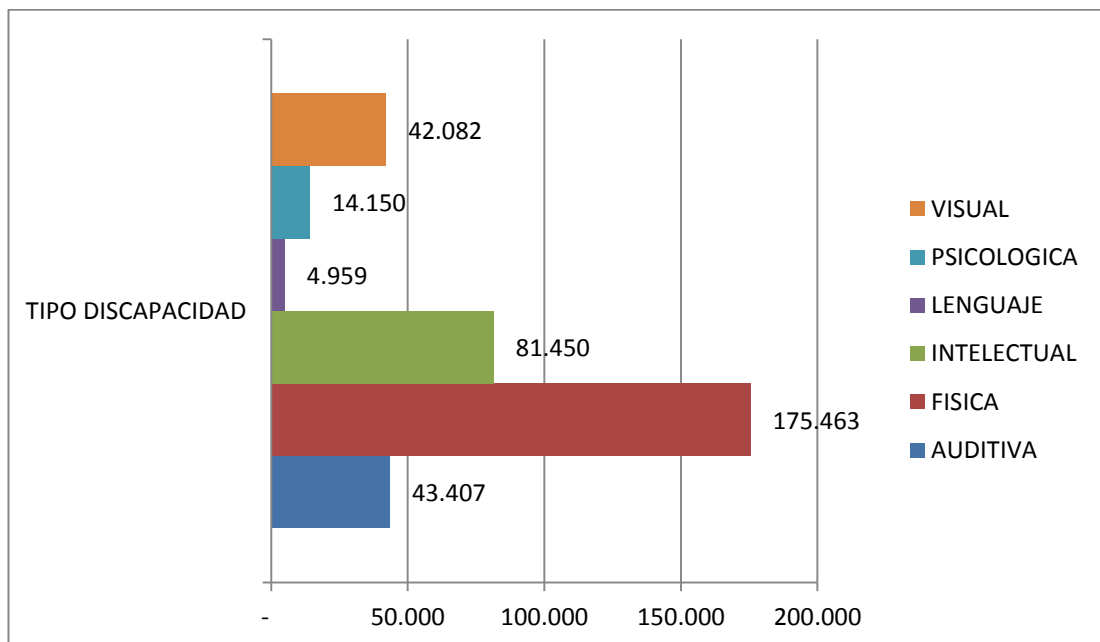
Por otro lado el Art. 47 de la misma ley dicta lineamientos para la inclusión laboral, revelando que “La o el empleador público o privado que cuente con un número mínimo de veinticinco (25) trabajadores está obligado

a contratar, un mínimo de cuatro por ciento (4%) de personas con discapacidad, en labores permanentes que se consideren apropiadas en relación con sus conocimientos, condiciones físicas y aptitudes individuales, procurando los principios de equidad de género y diversidad de discapacidades.”



El CONADIS define las discapacidades en seis tipos que son: visual, psicológica, lenguaje, intelectual, física y auditiva, como lo veremos en el Grafico 1.

Gráfico 1 TIPOS DE DISCAPACIDAD EN EL ECUADOR



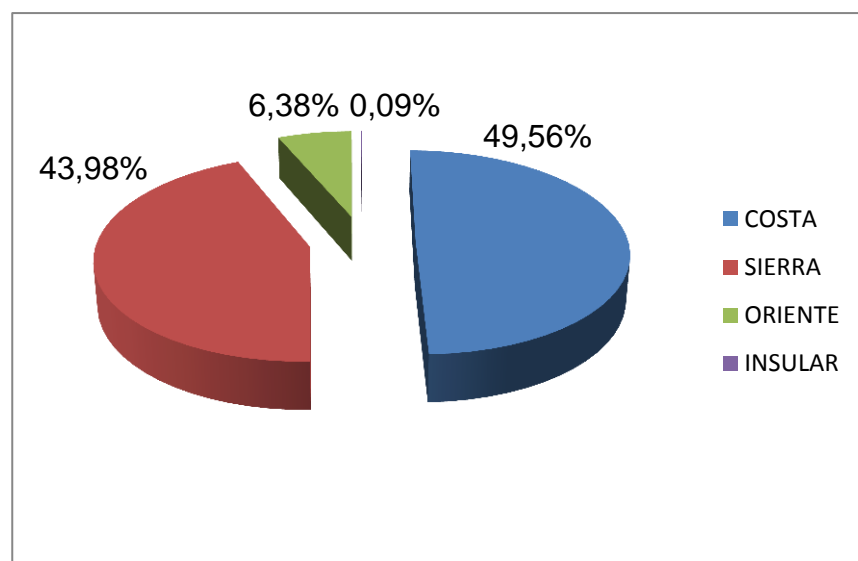
**Fuente:** Registro Nacional de Discapacidades CONADIS. Mayo 2013

**Elaboración:** Los autores

Al desglosar este Registro Nacional de Discapacidades nos podemos fijar que las regiones que cuentan con la mayor cantidad de personas discapacitadas son la región costa con 49,56%, seguida por la región sierra con 43,98%, la región oriental con 6,38% y la región insular con 0,09%, como lo podemos observar en el Gráfico 2.

La discapacidad con mayor incidencia en todas las regiones es la discapacidad física, siendo en la región costa la que cuenta con mayor cantidad de personas con discapacidad (90.974), seguida por la región sierra (73.674), la discapacidad intelectual es la segunda discapacidad con mayor incidencia siendo la región costa (41.018), seguida por la región sierra (35.223) y lo podemos evidenciar en el Cuadro 1

Gráfico 2 Tipo De Discapacidades Por Región



**Fuente:** Registro Nacional de Discapacidades CONADIS. Mayo 2013

**Elaboración:** Los autores

Contar con estos datos nos permitirá en el transcurso del desarrollo de esta tesis poder determinar con mayor precisión a que cantidad de esta población podría ir dedicado nuestro producto, en este caso la tarjeta de crédito, además de esto se podrá decidir qué tipo de persona con

discapacidad podría considerarse como sujeto a realizar contratos para este tipo de servicio bancario.

Tabla 1 Tipo De Discapacidades Por Región

TIPO DE DISCAPACIDAD	REGION			
	COSTA	SIERRA	ORIENTE	INSULAR
AUDITIVA	16. 796,00	24. 059,00	2. 520,00	3 2,00
FISICA	90. 974,00	73. 674,00	1 0.689,00	1 26,00
INTELECTUAL	41. 018,00	35. 223,00	5. 102,00	1 07,00
LENGUAJE	1.9 18,00	2.5 03,00	5 36,00	2, 00
PSICOLOGICA	7.7 14,00	5.6 37,00	7 82,00	1 7,00
VISUAL	20. 739,00	17. 892,00	3. 421,00	3 0,00

**Fuente:** Registro Nacional de Discapacidades CONADIS. Mayo 2013

**Elaboración:** Los autores

## 1.2. MERCADO META

El mercado meta del proyecto apunta a todas las personas con discapacidad que estén en condición de laborar y que puedan obtener ingresos que les permitan adquirir productos y servicios, según el registro del CONADIS en el Ecuador existen 361.511 personas con discapacidad.

### **1.3. MACRO SEGMENTACIÓN**

En la región costa el CONADIS reporta la mayor cantidad de personas calificadas con discapacidad, por lo que el programa piloto de la tarjeta de crédito se realizará con un segmento que representa a 179.159 personas,

### **1.4. MICRO SEGMENTACIÓN**

Si bien en la región costa existen una cantidad considerable de consumidores debemos considerar el Código Civil Ecuatoriano en el cual manifiesta en su Art. 1463: *“Son absolutamente incapaces los dementes, los impúberes y los sordomudos que no pueden darse a entender por escrito”* debemos considerar que de este grupo de personas no podremos considerar como mercado las personas que tengan discapacidades del tipo auditiva, intelectual y psicológica, por lo tanto se deben considerar el 63,42% de la población de la región costa que representan 113.631 personas pues tienen la capacidad de realizar contratos y contraer obligaciones Según (Josep Alet, 2007) *“La tarjeta de crédito propia es un elemento de marketing muy importante como vinculación entre la empresa y el cliente, aportando una clara y mayor cualificación”*.

### **1.5. PERFIL DEL CONSUMIDOR**

El consumidor al cual va dirigido a personas discapacitadas, que tengan al menos el 50% de discapacidad, mayores de 18 años hasta los 40 años, que se encuentren laborando, que sus ingresos sean comprendidos entre USD 400 en adelante, que cuente con un familiar que lo represente, que tenga las capacidades para contrata.





## VENTAJAS

- DESCUENTOS ESPECIALES**  
Alimentación, vivienda, transporte, educación y vestimenta
- CRÉDITOS DIFERENCIADOS**  
desde 1.000 hasta 5.000
- SERVICIOS PREFERENTES**
- ASISTENCIA AL HOGAR**  
Asistencia gasfitero, electricista, plomero
- ASISTENCIA LEGAL**  
Asesoría Jurídica
- ASISTENCIA VIAL**  
Servicio de Grúas y asistencia mecánica

## DATOS PERSONALES

Cédula identidad   
Nombres   
Apellidos   
Fecha nacimiento   
Grado de discapacidad   
Número de carnet   
Dirección   
Teléfono domicilio   
**ACTIVIDAD Y FUENTES DE INGRESO**  
Nombre empresa   
Actividad empresa   
Antigüedad laboral   
Ingresos Mensuales  
300-400  400-800  Más de 800

## BENEFICIOS

-  **DESCUENTOS EN PLANES DE SALUD**
-  **20% DESCUENTO EN SUPERMERCADOS**
-  **DESCUENTOS EN TIENDAS DEPORTIVAS**
-  **2 X1 EN CINES**
-  **DESCUENTOS EN TALLERES AUTOMOTRIZ**
-  **5% DESCUENTO EN PAQUETES TURISTICOS**

## CONTACTENOS

CARLOS VILLEGAS 0939938606

[visacaes@gmail.com](mailto:visacaes@gmail.com)

"En la vida todos somos iguales y tenemos derecho a utilizar



Para (Ildefonso Grande Esteban, 2005)

**“La estrategia de producto se centra en cambios frecuentes en los diseños y en una tendencia a reducir la amplitud de la gama, los seguros de asistencia en viaje, la mensajería urgente y las tarjetas de crédito son servicios en fase de madurez”**

La estrategia se basan directamente a un nuevo formato que haga relucir el motivo de la aplicación al nuevo segmento de mercado considerando las estrategias como prioridad en el desarrollo de una tarjeta directa y ajustable al hecho de presentarla ante los personeros que laboran en las empresa s por motivo de su capacidad especial de trabajo.

## **CAPÍTULO II.**

### **2.INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

#### **2.1. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

Todo proyecto debe realizar ciertos análisis para poder tener un respaldo del resultado de la investigación es por esto existen herramientas para poder realizar un levantamiento apropiado de datos concernientes al mercado es por esto que en el capítulo se desarrollará todas las herramientas necesarias para el correcto resultado de la investigación.

En el contexto de la economía del conocimiento el objetivo final que persigue el marketing se centra en la recogida de información que se concreta en identificar y definir las oportunidades y problemas de los mercados. Dada la dificultad de conocer el comportamiento de los consumidores, en muchas ocasiones voluble e imprevisible, unido a la incertidumbre que caracteriza a los mercados, el esfuerzo dedicado a lograr una mejor y más actualizada información es cada vez más necesario.

Indica (Adarve Corporación Jurídica, 2003) *“Si se utilizan estas tarjetas, estos establecimientos permiten aplazar el pago de nuestras compras, así como participar en promociones diversas y obtener descuentos en futuras compras”*. Suele decirse que el conocimiento es poder. En la disciplina de marketing se recomienda que las empresas se orienten a los mercados, que pongan toda la atención en comprender los pormenores de su comportamiento y sus tendencias.

La necesidad consciente de que se precisa nueva información fomenta su búsqueda a través de diversas fuentes y medios, potenciando en última instancia la investigación comercial. (Delgado, 2008 Pag.44)

De hecho, una parte relevante del conocimiento útil en marketing se genera gracias a la investigación comercial o de mercados que es el objeto de la presente obra. La investigación de mercados, llevada a cabo con rigor científico mediante métodos contrastados, puede producir un conocimiento objetivo que ayude a la toma de decisiones comerciales en la organización o al avance del saber en la disciplina con carácter más general.<sup>1</sup>

## **2.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL (PEST)**

Las estrategias no deben surgir de la riada, deben responder al entorno del negocio, de ahí la importancia de realizar un análisis de la situación actual del entorno general de la sociedad.

Pronosticar, explorar y vigilar el entorno es muy importante para detectar tendencias y acontecimientos clave del pasado, presente y futuro de la sociedad. El éxito o supervivencia de la sociedad se debe en numerosas ocasiones a la capacidad que desarrolla la misma para predecir los cambios que se van a producir en su entorno.

La metodología empleada para revisar el entorno general es el *análisis PEST*, que consiste en examinar el impacto de aquellos factores externos que están fuera del control de la empresa, pero que pueden afectar a su desarrollo futuro. Nuestra recomendación es que la sociedad se convierta en una organización activa en cuanto a la exploración del entorno, vigilancia de las tendencias y anticipación de la posición de sus competidores en el futuro.

---

<sup>1</sup> Investigación de Mercados. (2005). Juan A. Tres Palacios, Rodolfo Vásquez y Laurentino Bello. Ediciones Paraninfo, S.A.

En el análisis PEST definiremos cuatro factores clave que pueden tener una influencia directa sobre la evolución del negocio.<sup>2</sup>

Debemos realizar la evaluación de todos los factores generales que afectaran al proyecto de emisión de tarjetas de crédito para personas con discapacidad pues los factores económicos, políticos, sociales y tecnológicos, pueden afectar directamente en la concepción de este proyecto y su futura realización.

Ilustración 1 Análisis PEST



**Fuente y Elaboración:** Los autores

<sup>2</sup> La Elaboración del Plan Estratégico y su Implantación a través del cuadro de mando integral. (2005). Daniel Martínez Pedros y Artemio Milla Gutiérrez. Ediciones Díaz de Santos, S.A.

### **2.2.1. Factores Político**

En la actualidad el Ecuador está pasando un proceso de renovación y actualización de las leyes, registro oficial y reglamentos con respecto a los derechos de las personas con Discapacidad y la inclusión de ellos al ámbito laboral, por esta razón el país está viviendo un serie nuevas normas reglamentarias que ayudan a entender los beneficios que una persona con Discapacidad podría llegar a tener. La tendencia regional para mejorar aspectos humanos en sus poblaciones se rigen en base a lo establecido por estas nuevas leyes.

Es así que el 25 de septiembre del 2012 el Gobierno del Econ. Rafael Correa Delgado, a través de la Asamblea Nacional, expidió la Ley Orgánica de Discapacidades que fue publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 796, esta predisposición política de expedir una ley que beneficie en múltiples maneras a las personas de discapacidad es el pilar de la propuesta que se está ofreciendo pues al incluirlos al mercado laboral como lo menciona el Art. 47 y también es posible gracias al Art. 51 de dicha ley con la indemnización que recibiere por despido injustificado se podría cobrar lo adeudado a la tarjeta de crédito.

### **2.2.2. Factores Económicos**

- Beneficios de instituciones Gubernamentales
- Crédito Preferente de la Banca Pública para emprendimiento
- Importación de Bienes
- Exoneración y rebajas de impuestos, tasas y contribuciones
- Rebajas en consumo de servicios básicos

### **2.2.3. Factores Sociales**

- Beneficios de Instituciones Gubernamentales
- No Discriminación
- Responsabilidad colectiva, respeto de todos sus derechos
- Concurso público de méritos avalado por el Consejo de Participación Ciudadana
- Creación de las Fundaciones ( Manuela Espejo )
- Participación e inclusión laboral en empresas con más de 25 empleados
- Cumplimiento de las políticas de promoción y protección social

### **2.2.4. FACTORES TECNOLOGICOS**

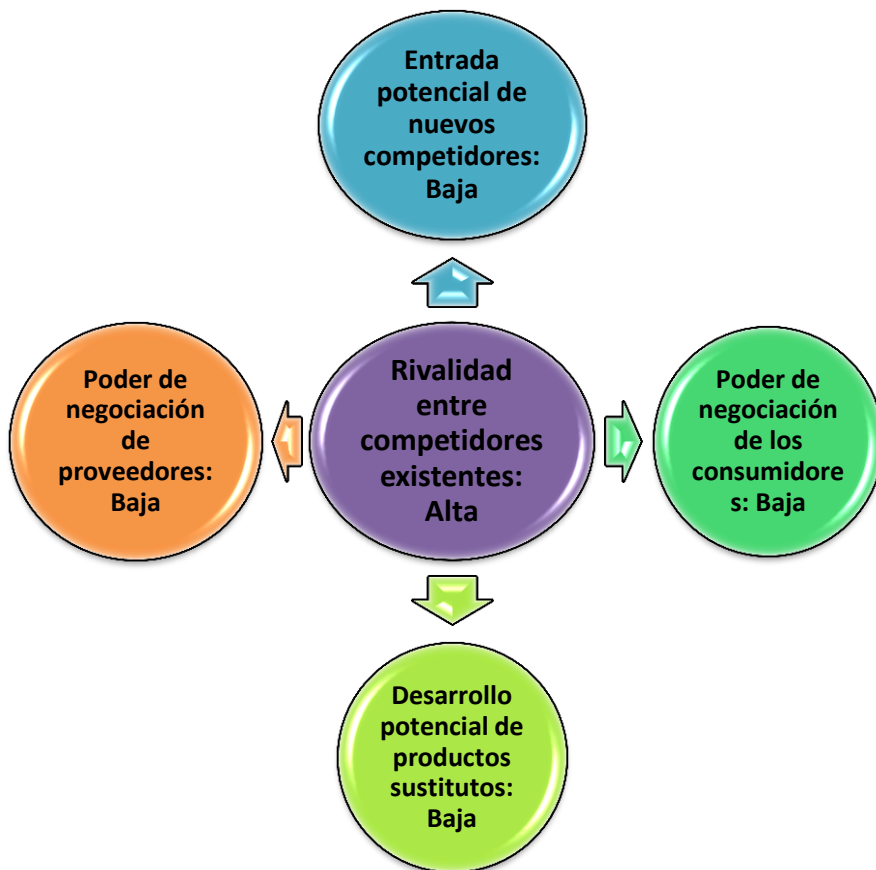
- Beneficios de Instituciones Gubernamentales
- Telecomunicaciones y Tecnologías de la información
- Accesibilidad a la comunicación
- Atención Prioritaria en portales web

## **2.3. ANÁLISIS PORTER**

El análisis PORTER es una herramienta muy útil para evaluar las oportunidades y amenazas del sector de crédito en el Ecuador, pues es importante tener en cuenta estas variables para minimizar los riesgos y confirmar la viabilidad del proyecto encaminado a dar créditos a través de una tarjeta de crédito a las personas con discapacidad, es así que el análisis muestra lo siguiente:

## Análisis PORTER

Ilustración 2 Análisis Porter



Elaborado por: Los autores

### 2.3.1. Rivalidad entre empresas competidoras

En el Ecuador según la disposición JB-2012-2225 emitida por la Superintendencia de Bancos solo los bancos y entidades financieras están en capacidad de emitir tarjetas de crédito, por lo cual la competencia entre los bancos más prestigiosos del país es muy elevada, ofreciendo múltiples servicios para que los clientes se cambien o consideren la posibilidad de tener múltiples tarjetas. (Aguilar, 2011)



### **2.3.2. Entrada potencial de nuevos competidores**

De acuerdo a la disposición de la Superintendencia de Bancos al solo ser entidades financieras o bancos quienes pueden crear estas tarjetas, existe una probabilidad muy baja de que nazcan nuevos competidores, debido a que las exigencias de ingreso son demasiado estrictas

### **2.3.3. Desarrollo potencial de productos sustitutos**

Es muy poco probable que se pueda crear un producto sustituto para el proyecto de crear el servicio de tarjetas de crédito para este sector debido a que es un sector especial al cual debe llegarse con precauciones.

### **2.3.4. Poder de negociación de los proveedores**

No tenemos proveedores para la interacción entre servicio y tarjetahabientes.

### **2.3.5. Poder de negociación de los consumidores**

Los consumidores se sentirán incluidos por primera vez en esta categoría de tarjetahabientes por lo que no consideraran la necesidad de exigir

## 2.4. POBLACIÓN MUESTRA

Como bien se dijo en la segmentación nuestra población que se encuentra registrada en el CONADIS en la región costa 113.631 personas, que por el tipo de discapacidad son sujetos a crédito, la proyecto está dirigido a la población de la provincia de Guayas, ciudad Guayaquil en donde tenemos la siguiente población de muestra:

Tabla 2 Registro del CONADIS Personal con capacidad especial física, lenguaje y visual

<b>DISCAPACIDADES GUAYAQUIL</b>	<b>REGISTRO CONADIS</b>
FISICA	90.974,00
LENGUAJE	1.918,00
VISUAL	20.739,00
<b>TOTAL</b>	<b>32.150,00</b>

## 2.5. SELECCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para realizar una investigación que tenga más relevancia es necesario plantear a las personas a las que van dirigida el producto una encuesta para medir el deseo de participar en este servicio, por lo tanto debemos realizar un cálculo de la muestra a través de la formula finita de probabilidades que y estimar a que grupo dirigir nuestra encuesta, es así que tomamos la formula siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{NE^2 + Z^2 p * q}$$

Tabla 3 Selección del Tamaño de la muestra

CONCEPTO	SIMBOLO	CANTIDAD
Población de la Investigación		32.
	N	150,00
Probabilidad de Éxito		0,5
	P	0
Probabilidad de Fracaso		0,5
	Q	0
Error de estimación		0,0
	E	5
Nivel de Confianza 95%		1,9
	Z	6
Muestra que debe ser encuestada		380

**Elaborado por:** Los Autores

Una vez realizado el muestreo se llegó a la conclusión que es necesario realizar 380 encuestas al segmento especificado.

### 2.5.1. Modelo De Encuesta

La encuesta que se realizará nos ayudará a medir la necesidad de los clientes potenciales en adquirir este tipo de servicio, nos revelará información relacionada a nivel de ingresos, el tipo de gastos que realiza y si realiza la solicitud de devolución de IVA que es una alternativa de cobro que se podría manejar.

**ENCUESTA PARA MEDIR LA NECESIDAD DE ADQUIRIR UNA TARJETA DE CRÉDITO CON BENEFICIOS POR TENER DISCAPACIDAD**

EDAD:	_____
TIPO DE DISCAPACIDAD:	FISICA ____ INTELLECTUAL ____ LENGUAJE ____ PSICOLOGICA ____ VISUAL ____
CARNET DEL CONADIS	SI ____ NO ____
¿SE ENCUENTRA LABORANDO?	SI ____ NO ____
¿EN QUE GASTA O INVIERTE CON MAYOR FRECUENCIA SUS INGRESOS?	Educación ____ Medicina ____ Alimentación ____ Vestimenta ____ Diversión ____
¿CUENTA CON TARJETA DE CRÉDITO?	SI ____ NO ____
¿CONSIDERA NECESARIO CONTAR CON UNA TARJETA DE CRÉDITO?	SI ____ NO ____
¿LE HAN OFRECIDO UNA TARJETA DE CRÉDITO?	SI ____ NO ____
¿SABE USTED QUE LA LEY DE DISCAPACIDADES Y EL CODIGO TRIBUTARIO LE PERMITE RECUPERAR EL IVA QUE USTED GASTA EN ADQUIRIR BIENES Y SERVICIO?	SI ____ NO ____
¿USTED HA REALIZADO LA SOLICITUD DE DEVOLUCIÓN DE IMPUESTO AL VALOR AGREGADO?	SI ____ NO ____

**Elaborado por:** Los Autores

## 2.6. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

### 2.6.1. Encuesta realizada por el CONADIS

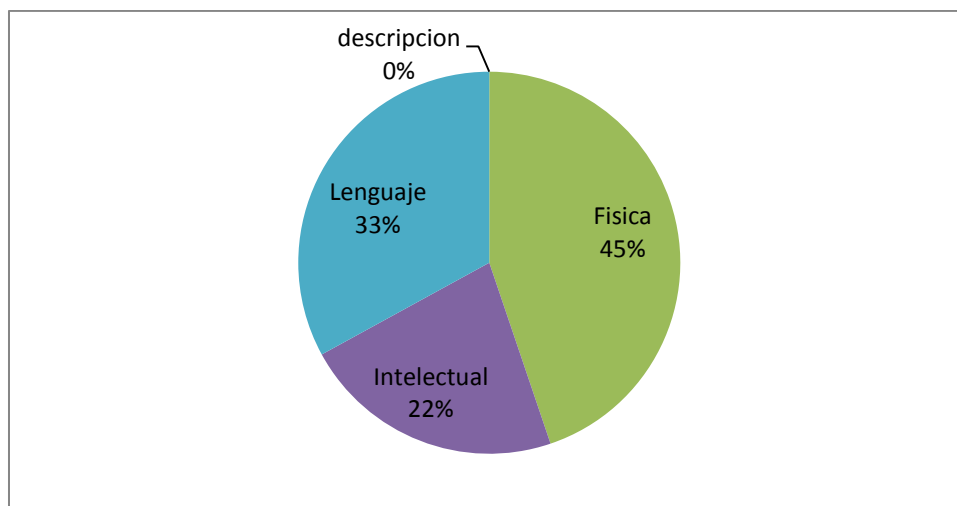
#### 1.- Edad de las personas con capacidades especiales según el CONADIS

Tabla 4 Edad de las personas con capacidad especial según el CONADIS

	Descripción	Porcentaje
Menores de 18 años	6	2%
18 - 30 años	87	23%
31 - 45 años	143	38%
46 - 65 años	115	30%
65 - en adelante	29	8%
	380	100%

Fuente: CONADIS Enero 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

Gráfico 3 Edad de la personas con capacidad especial según el CONADIS



Fuente: CONADIS Enero 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

El 38% de los encuestados según el CONADIS comprende edades entre 31 y 45 años, además de en un 30%, entre los 46 y 65 años

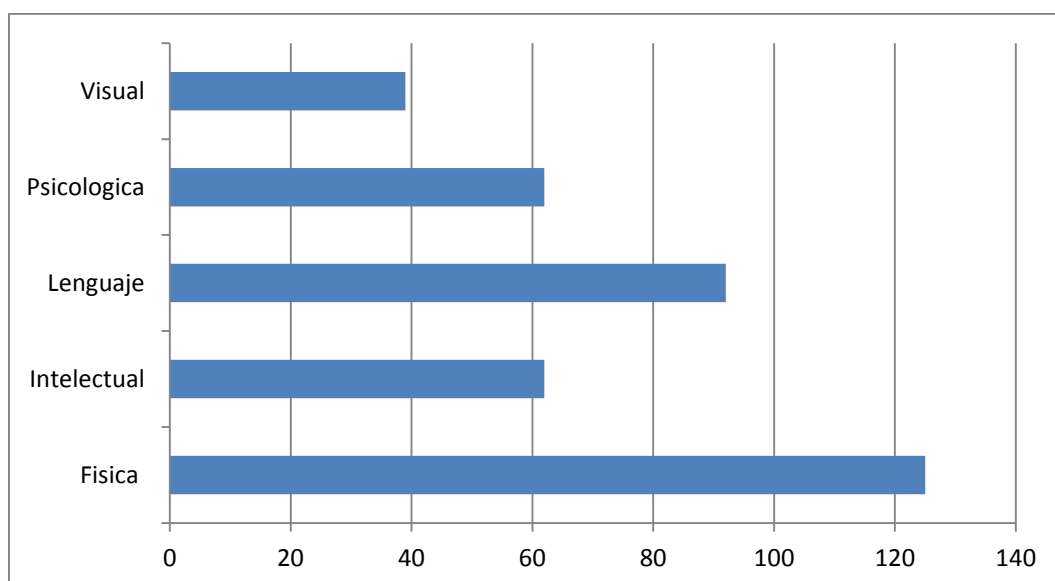
## 2.- TIPO DE DISCAPACIDAD

**Tabla 5 Tipo de discapacidad según el CONADIS**

descripción	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia acumulada
Física	125	33%	125
Intelectual	62	16%	187
Lenguaje	92	24%	279
Psicológica	62	16%	341
Visual	39	10%	380
	380	100%	

Fuente: CONADIS Enero 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

**Gráfico 4 Tipo de discapacidad según el CONADIS**



Fuente: CONADIS Enero 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

De la discapacidad la gran mayoría de los estudios realizados considera que es la discapacidad física a la más presente en los campos laborales con un porcentaje del 33%, después en segundo plano aparece la discapacidad en el lenguaje,

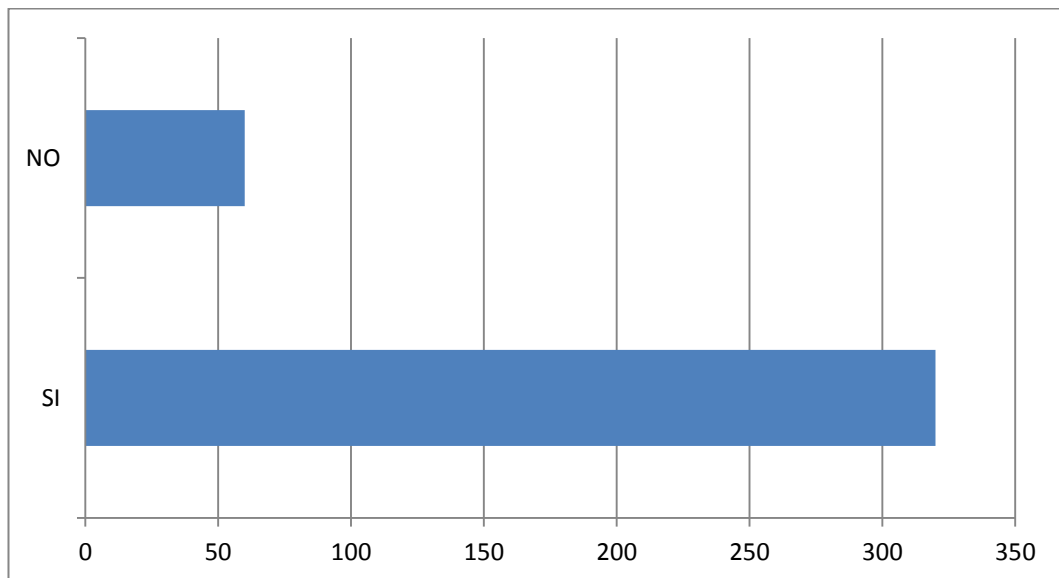
### 3.- CARNET DEL CONADIS

Tabla 6 Carnet del CONADIS según el CONADIS

Descripción	Frecuencia	porcentaje
SI	320	84%
NO	60	16%
	380	100%

Fuente: CONADIS Enero 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

**Gráfico 5 Carnet del CONADIS según el CONADIS**



Fuente: CONADIS Enero 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

El CONADIS a través de su departamento de estadística indica que el 84% de personas que tienen discapacidad directa poseen carnet, mientras que hay un promedio del 16% que aún no tiene el carnet a pesar de mantener una discapacidad

#### 4.- ¿SE ENCUENTRA LABORANDO?

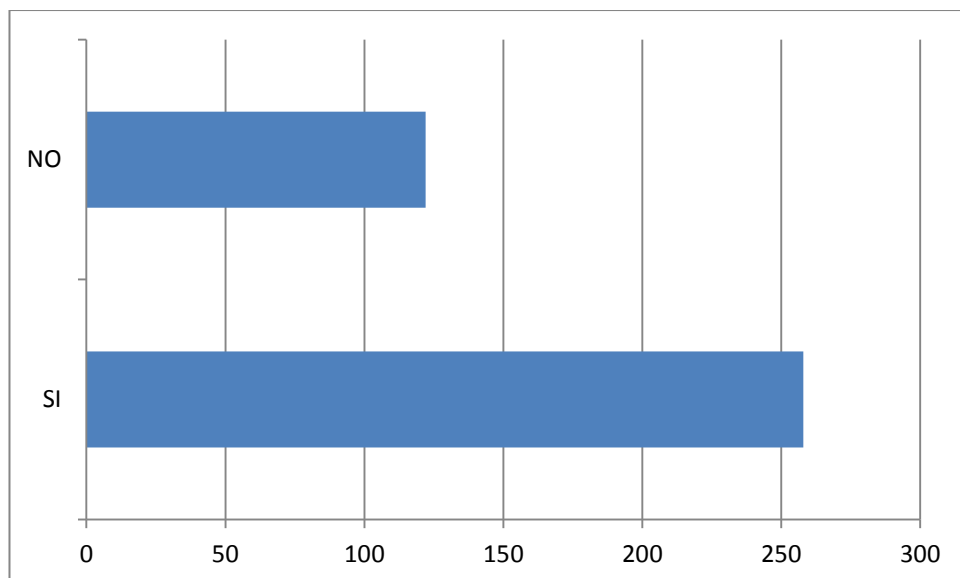
Tabla 7 Actualmente se encuentran laborando según el CONADIS

Descripción	Frecuencia	porcentaje
SI	258	68%
NO	122	32%
	380	100%

Fuente: CONADIS Enero 2014

Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

**Gráfico 6 Actualmente se encuentran laborando según el CONADIS**



Fuente: CONADIS Enero 2014

Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

El 68% de las personas que tienen un carnet por capacidades especiales, laboran en una entidad o empresa, sin embargo existe un 32% que no labora, e incluso a pesar de tener una capacidad especial imitada



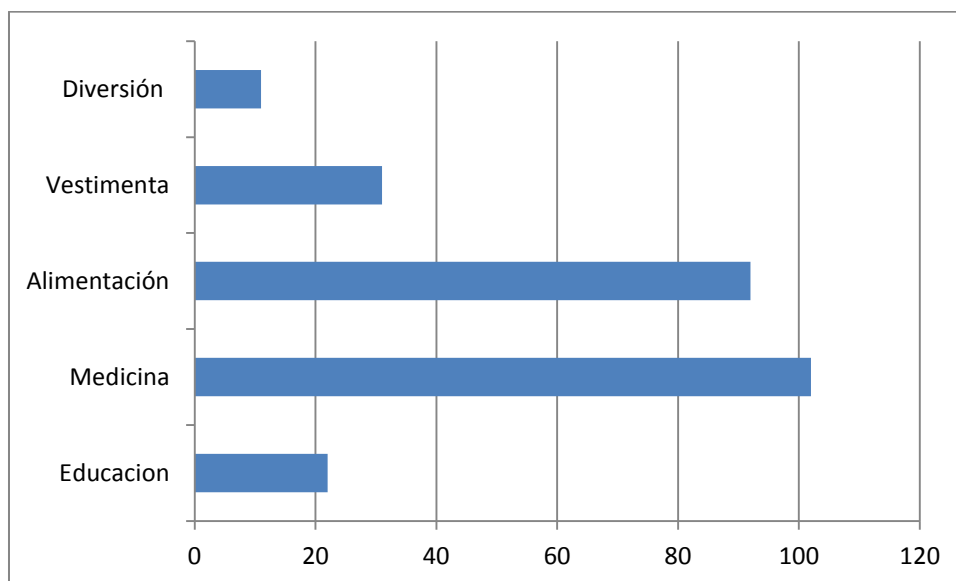
5.- ¿EN QUE GASTA O INVIERTE CON MAYOR FRECUENCIA SUS INGRESOS?

**Tabla 8 En que invierte los ingresos de su sueldo según el CONADIS**

descripción	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia acumulada
Educación	22	9%	22
Medicina	102	40%	124
Alimentación	92	36%	216
Vestimenta	31	12%	247
Diversión	11	4%	258
	258	100%	

Fuente: CONADIS Enero 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

**Gráfico 7 En que invierte los ingresos de su sueldo según el CONADIS**



Fuente: CONADIS Enero 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

Según estudios realizados por el CONADIS las personas que laboran gastan en un 40% el dinero en medicinas para su consumo directo, el 38% lo invierten en alimentación, con el fin de hacer esto una necesidad de todos los días, por lo que una tarjeta de crédito podría beneficiar en tiempo y dinero su consumo.

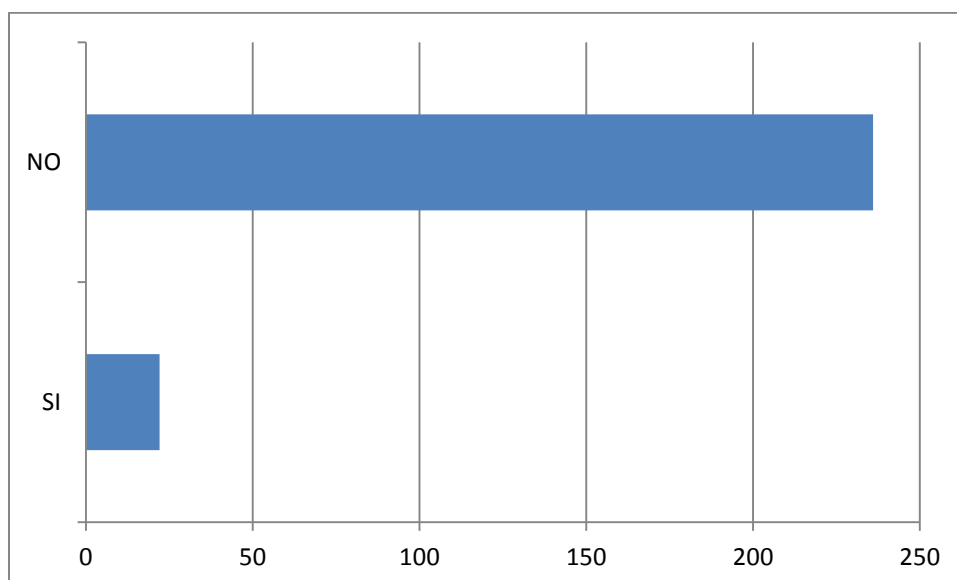
## 6.- ¿CUENTA CON TARJETA DE CRÉDITO?

**Tabla 9 Actualmente se cuenta con tarjeta de Crédito**

Descripción	Frecuencia	porcentaje
SI	22	9%
NO	236	91%
	258	100%

Fuente: CONADIS Enero 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

**Gráfico 8 Actualmente se cuenta con tarjeta de Crédito**



Fuente: CONADIS Enero 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

Según estudio realizados por el CONADIS manifiestan que el 91% no posee tarjeta de crédito y que se encuentra en condiciones para adquirirla, sin embargo apenas un 9% si posee tarjeta, quedando un mercado que puede ser utilizado directamente para el consumo de las personas con capacidades especiales.

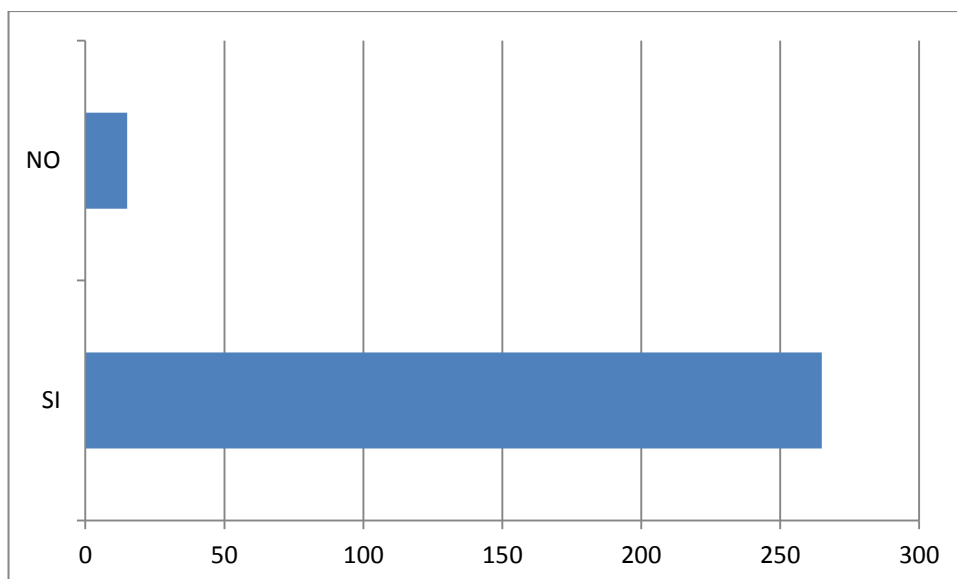
## 7.- ¿CONSIDERA NECESARIO CONTAR CON UNA TARJETA DE CRÉDITO?

**Tabla 10 según el CONADIS Numero de personas que cuentan con tarjeta de crédito**

Considera necesario contar con tarjeta de crédito		
Descripción	Frecuencia	porcentaje
SI	265	95%
NO	15	5%
	280	100%

Fuente: CONADIS Enero 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

**Gráfico 9 Número de personas que cuentan con tarjeta de crédito**



Fuente: CONADIS Enero 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

Según la base de dato y Estadísticas del CONADIS el 95 % de los encuestados en su estudio si desean tener una tarjeta de crédito, siendo representativo el interés o proyecto de creación de una tarjeta de crédito.

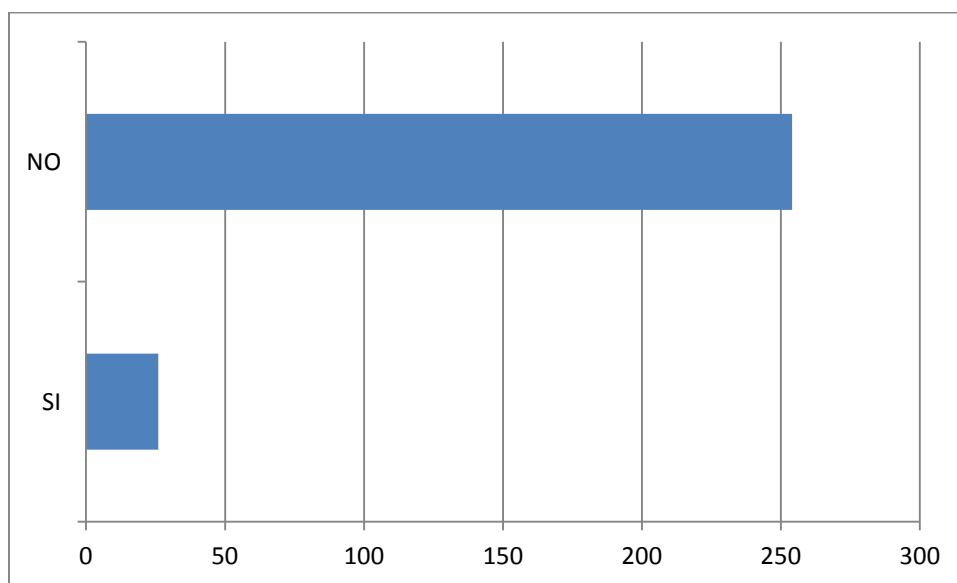
## 8.- ¿LE HAN OFRECIDO UNA TARJETA DE CRÉDITO?

**Tabla 11 según el CONADIS referente al ofrecimiento de tarjeta de crédito**

Descripción	Frecuencia	porcentaje
SI	26	9%
NO	254	91%
	280	100%

Fuente: CONADIS Enero 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

**Gráfico 10 según el CONADIS referente al ofrecimiento de tarjeta de crédito**



Fuente: CONADIS Enero 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

En la pregunta que manifiesta el ofrecimiento de una tarjeta de crédito indican que apenas el 9% ha obtenido su tarjeta sin existir oferta del producto, sin embargo es el 91% que no le han ofrecido y que podría querer utilizar una tarjeta de crédito que permita mantener seguridad económica en todo momento

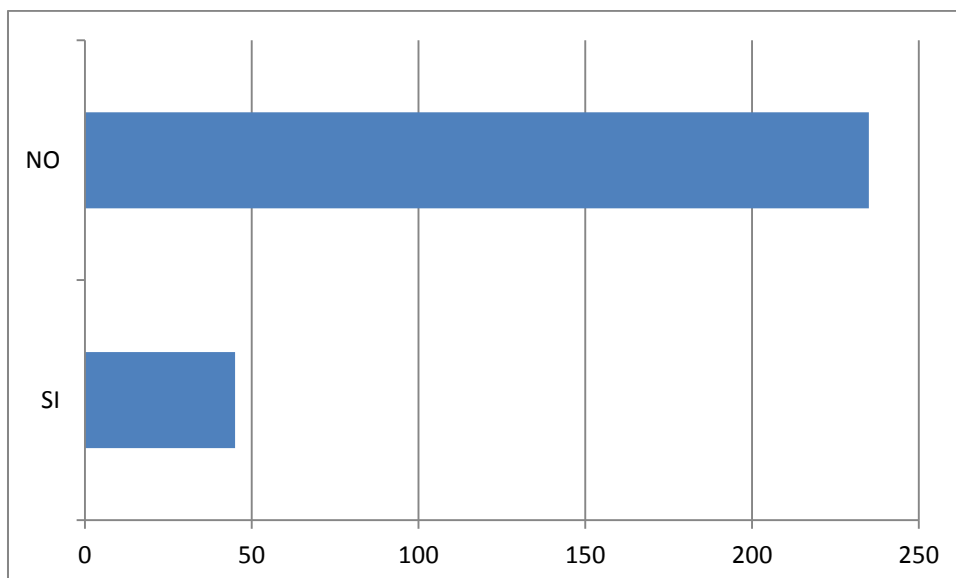
**9.- ¿SABE USTED QUE LA LEY DE DISCAPACIDADES Y EL CODIGO TRIBUTARIO LE PERMITE RECUPERAR EL IVA QUE USTED GASTA EN ADQUIRIR BIENES Y SERVICIO?**

**Tabla 12 según el CONADIS Usted recupera el IVA que gasta**

Descripción	Frecuencia	porcentaje
SI	45	16%
NO	235	84%
	280	100%

Fuente: CONADIS Enero 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

**Gráfico 11 según el CONADIS Usted recupera el IVA que gasta**



Fuente: CONADIS Enero 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

El 84% de las personas con discapacidad desconocen la excepción para con el IVA y el retiro de la retención al que están involucrado, pues en su mayoría desconocen el retorno de los valores cancelado, apenas el 16% se conocen la ley mediante la devolución de los impuestos

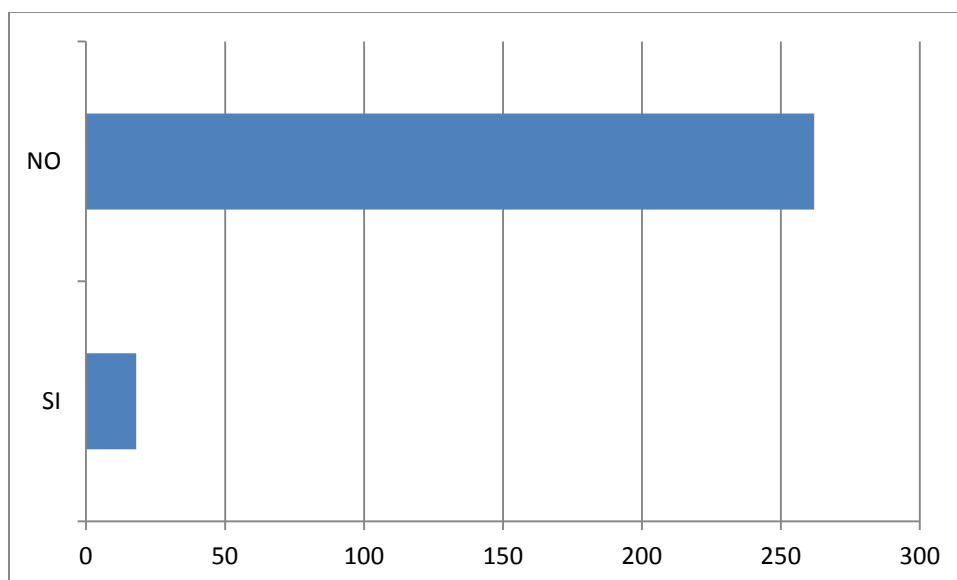
## 10.- ¿USTED HA REALIZADO LA SOLICITUD DE DEVOLUCIÓN DE IMPUESTO AL VALOR AGREGADO?

**Tabla 13 según el CONADIS ha recibido devoluciones del IVA**

Descripción	Frecuencia	porcentaje
SI	18	6%
NO	262	94%

Fuente: CONADIS Enero 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

**Gráfico 12 según el CONADIS ha recibido devoluciones del IVA**



Fuente: CONADIS Enero 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

EL 94% de los encuestado no conocen como reclamar sus haberes producto de pago de impuesto y retenciones, situación que amerita una inducción para los discapacitados dentro del CONADIS

## 2.6.2. GRUPO FOCAL Empresa ciudad de Guayaquil

**Tabla 14 Grupo Focal en la Empresa TVCABLE**

Empresa TV CABLE Del ECUADOR
Número de empleados con capacidad especial 24
Focus Group de 12 personas de tv cable del Ecuador

Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

Tv Cable, es una empresa dedicada al servicio de telefonía, televisión e internet, dando prioridad a múltiples instalaciones por lo que es necesaria la contratación de un grupo de operadores en las distintas áreas en un promedio de alrededor de 800 operadores directo y alrededor de 1000 subcontratados, es por ello que la empresa mantiene un staff de empleados con capacidades especiales que laboran en base a su competencia y por disposición del gobierno nacional que indica que el 4% debe de tener discapacidad es decir de cada 22 colaboradores uno posee algún tipo de inconveniente.

EL foco group ejemplo a considerar detalla a los colaboradores de tv cable, en donde con un promedio de 22 discapacitados se tomó una muestra de 12 personas que indicaron el interés y la necesidad de una tarjeta de crédito para ser utilizada para medicina, alimentación y vestimenta.

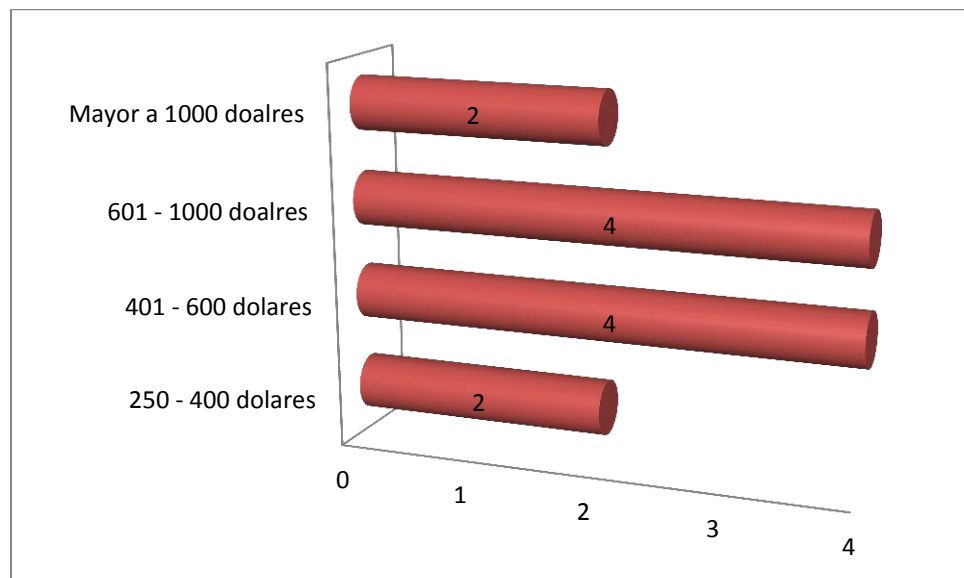
### 1.- Su sueldo está ubicado en el siguiente rango

**Tabla 15 Sueldo de los empleados con capacidades especiales**

Descripción	frecuencia	porcentaje
350 - 400 dólares	2	17%
401 - 600 dólares	4	33%
601 - 1000 dólares	4	33%
Mayor a 1000 dólares	2	17%
	12	100%

Fuente: Encuesta a Grupo Focal de empresa TVCABLE Julio 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

**Gráfico 13 Sueldo de los empleados con capacidades especiales**



Fuente: Encuesta a Grupo Focal de empresa TVCABLE Julio 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

En la empresa en mención se ofrece servicios de televisión y comunicación en donde toda la personal cuenta con un sueldo base e incentivo, además de los beneficios sociales de ley, esto implica que el personal con discapacidad tiene solvencia económica de consumo por lo que es viable la adquisición de una tarjeta de crédito para su uso



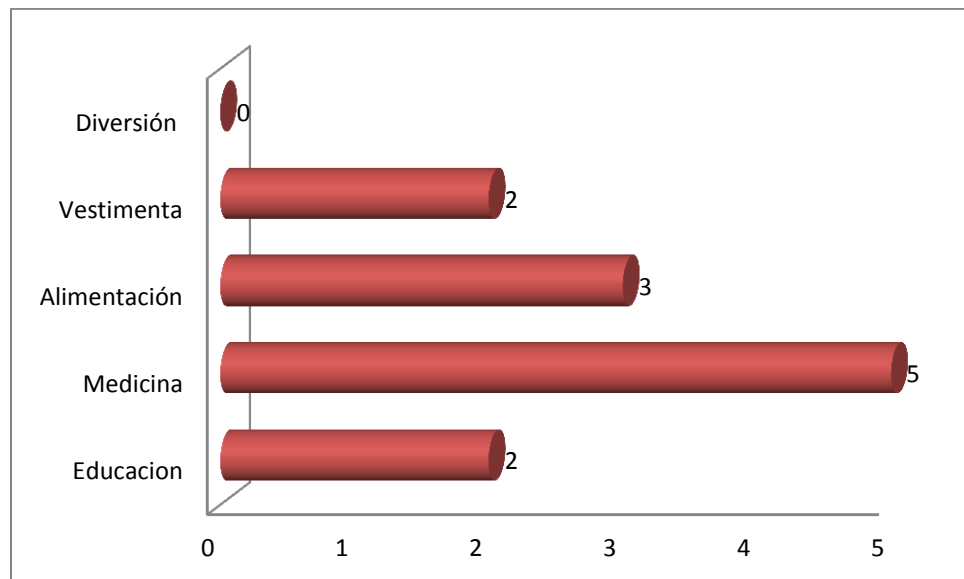
## 2.- La distribución de sueldo lo dedica a

**Tabla 16 A que dedica el sueldo en empleado especial en Tv Cable**

descripción	Frecuencia	Porcentaje
Educación	2	17%
Medicina	5	42%
Alimentación	3	25%
Vestimenta	2	17%
Diversión	0	0%
	12	100%

Fuente: Encuesta a Grupo Focal de empresa TVCABLE Julio 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

**Gráfico 14 A que dedica el sueldo en empleado especial en Tv Cable**



Fuente: Encuesta a Grupo Focal de empresa TVCABLE Julio 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

Medicina y alimentación son los principales elementos que consumen las personas que capacidades especiales, siendo de interés el saber que una tarjeta de crédito podría servirle con el simple hecho de mantener un monto asignado y la oportunidad de otorgar VISA CAES a todas las empresa grandes y medianas de la ciudad de Guayaquil

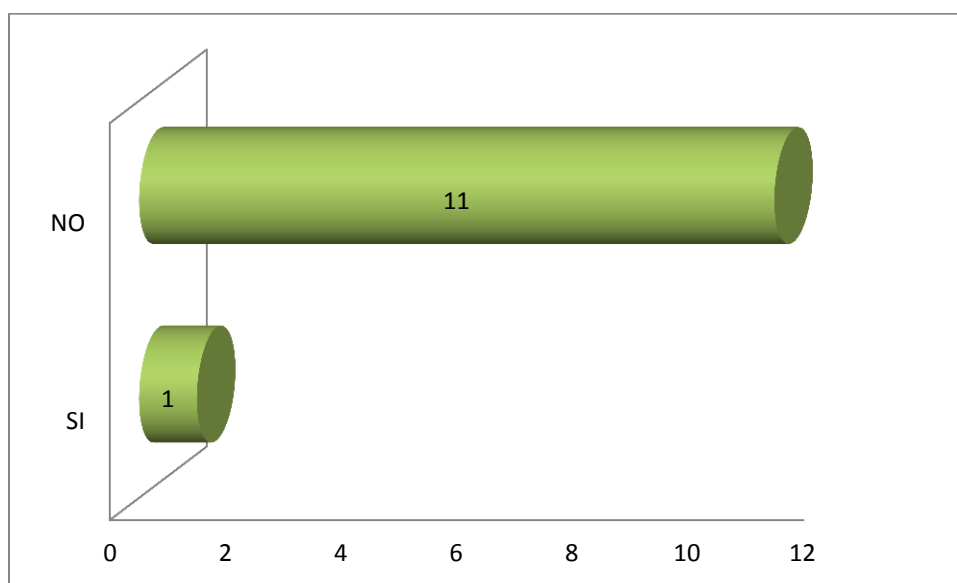
### 3.- Tiene tarjeta de crédito

**Tabla 17 Posee tarjeta de crédito el personal con capacidad especial**

Descripción	Frecuencia	porcentaje
SI	1	8%
NO	11	92%
	12	100%

Fuente: Encuesta a Grupo Focal de empresa TVCABLE Julio 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

**Gráfico 15 Posee tarjeta de crédito el personal con capacidad especial**



Fuente: Encuesta a Grupo Focal de empresa TVCABLE Julio 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

Según el focus group realizado en la empresa TV cable, la mayor parte de las personas con capacidades especiales no tienen tarjeta de crédito, sin embargo existe un mercado latente en calidad de servicio, es de importancia tanto para la entidad que presida la tarjeta como para el personal, el uso destino medicina y alimentación

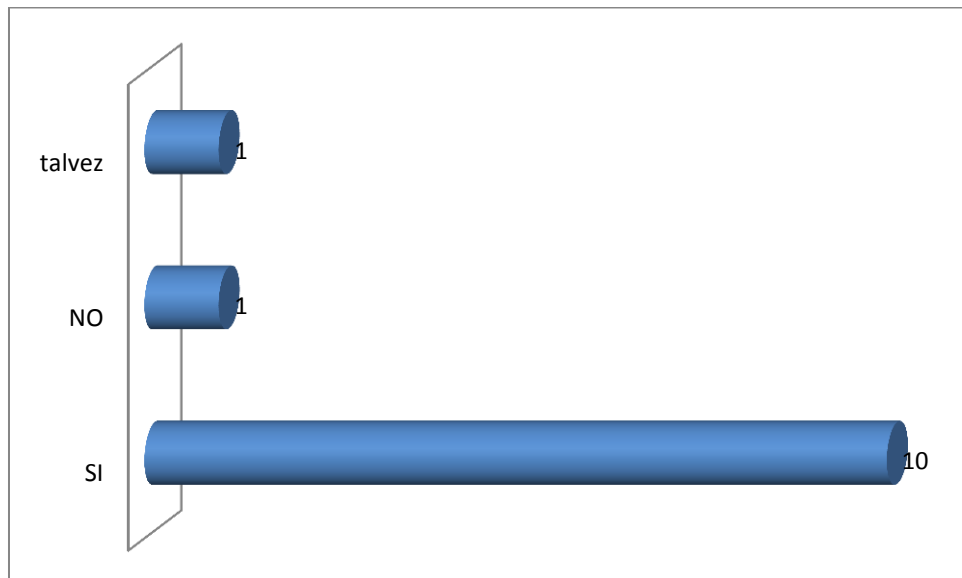
#### 4.- Le gustaría contar con una tarjeta de crédito

**Tabla 18 gusta de una tarjeta de crédito al personal con capacidad especial**

Le gustaría contar con una tarjeta de crédito			
Descripción	Frecuencia	porcentaje	
SI	10	83%	
NO	1	8%	
Tal vez	1	8%	
	12	100%	

Fuente: Encuesta a Grupo Focal de empresa TVCABLE Julio 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

**Gráfico 16 gusta de una tarjeta de crédito al personal con capacidad especial**



Fuente: Encuesta a Grupo Focal de empresa TVCABLE Julio 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

El 83% de los encuestado en la empresa TV cable manifiesta que es necesario una tarjeta de crédito, lo que implica que existe un mercado latente en disponer, por lo que las estrategias o convenios vertidos representan una oportunidad de negocio para mejorar la rentabilidad.

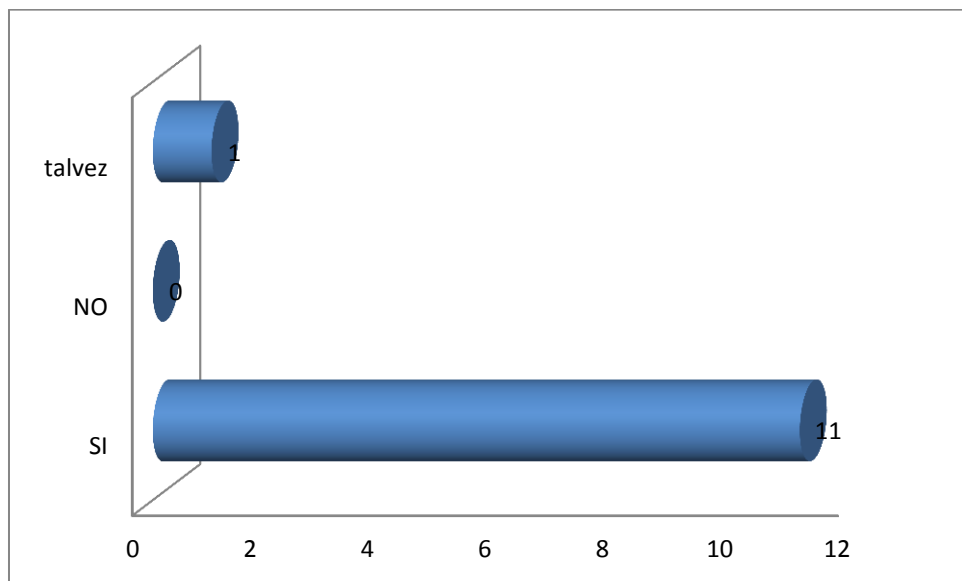
## 5.- Le agrada el nombre de VISA CAES

**Tabla 19 Le gustaría una Tarjeta VISA Caes**

Descripción	Frecuencia	porcentaje
SI	11	92%
NO	0	0%
Tal vez	1	8%
	12	100%

Fuente: Encuesta a Grupo Focal de empresa TVCABLE Julio 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

**Gráfico 17 Le gustaría una Tarjeta VISA Caes**



Fuente: Encuesta a Grupo Focal de empresa TVCABLE Julio 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

El crear una nueva tarjeta denominada VISA CAES es una oportunidad directa para identificar el mercado perenne en donde el nombre es aceptado por los colaboradores de la empresa, con el presente focus group se da un impulso a la marca y a la estrategia de la nueva línea a difundir para determinado segmento de mercado

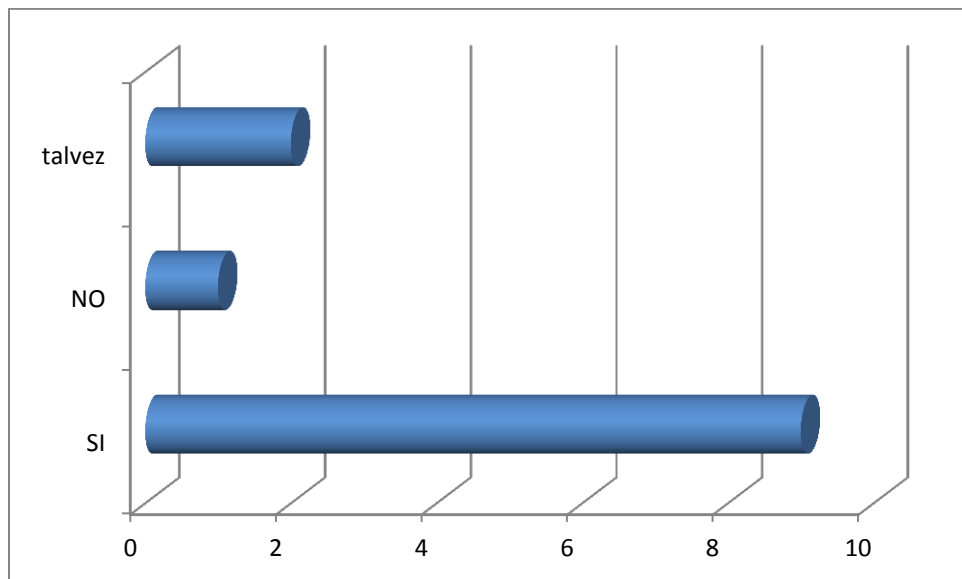
**6.- Estaría dispuesto a llenar la solicitud sin costo alguno y que se le entregue es su trabajo la tarjeta**

**Tabla 20 Le gustaría inmediatamente llenar la solicitud**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	9	75%
NO	1	8%
Tal vez	2	17%
	12	100%

Fuente: Encuesta a Grupo Focal de empresa TVCABLE Julio 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

**Gráfico 18 Le gustaría inmediatamente llenar la solicitud**



Fuente: Encuesta a Grupo Focal de empresa TVCABLE Julio 2014  
Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

En realidad todos quienes forman parte de una discapacidad y laboran en Tv cable requieren llenar la solicitud para que la tarjeta VISA CAES refleje interés y sea utilizada en las empresas grandes y pequeñas de la ciudad de Guayaquil como un producto innovador y necesario para aquellos que tienen un grado de discapacidad no mayor al 75%

## 2.7. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Los resultados vertidos en las diferentes preguntas realizadas en el focus Group representan el interés y la necesidad del mercado por adquirir tarjeta de crédito, según la investigación detallada del CONDIS muy poca personas acceden a este producto financieros, sin embargo las encuesta desarrollada por la entidad indica que es de beneficio para las personas que laboran el otorgarle la oportunidad de manejar una tarjeta de crédito}}

En la investigación además se concluye que uno de los gastos más importante que realizan de sus haberes es lo que se refiere al consumo de medicina, hecho que podríamos respaldar con el auspicio de un tarjeta VISA caes para todos los que tienen un nivel específico de incapacidad. Dentro del focus group encontrado de los doce colaboradores de tv cable, en su gran mayoría solicitan de manera oportuna el tener una tarjeta VISA, por la necesidad de uso en alimentos y medicina, y que mejor consumir a través de un producto específico.

A los interesados en el foco group realizado en la empresa TV cable en su mayoría decidieron que la tarjeta VISA Caes es una oportunidad importante, y que de establecer convenios para su elaboración uno de los principales clientes seria la empresa en estudio, la opinión referente al nombre de la tarjeta es de agrado por parte de los involucrados.

Es necesario que la tarjeta sea entregada de manera personal y gratuita para que los empleados del focus group tomados consideren que tienen un límite de crédito en efectivo y otro por avances de efectivos, es necesario considerar que la tarjeta se debe realizar y fusionar en base a convenio entre las entidades, dando un claro manejo del uso y la justificación en la adquisición.

## CAPÍTULO III.

### 3.EL PRODUCTO O SERVICIO

#### 3.1.CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO SERVICIO A OFRECER

##### Descripción

Producto:	Tarjeta de Crédito
Tipo:	Consumo
Marca:	VISA
Programa:	CAES
Mercado:	Empleados con capacidades especiales
Monto Asignación Inicial	1000 dólares
Tamaño	estándar
Color	Café oscuro y plomo claro
Código	1504 xxxx xxxx xxxx
Clave	caes xxx
Nombre:	Carlos Viejo Calle
Tipo de discapacidad:	Física
Grado de discapacidad:	75%
Fecha	05 12 2014
Caducidad:	05 2016
Firma del tarjeta habiente	xxx
Logotipo	



### **3.2. CADENA DE VALOR**

El producto tiene una fuente innovadora de calidad, existe un mercado latente y con ello una etapa de introducción a un mercado totalmente desbastecido, siendo prioridad un lanzamiento de la marca para todos aquellos empleados de las empresas públicas y privadas que tienen problemas de discapacidad. (Porter, 2011)

La introducción está dirigida para todas aquellas empresas que están con un promedio de 24 personas en donde uno debe de ser discapacitados, esta calidad especial hace que la persona sea un instrumento de consumo directo,

El impulso a la marca de tarjeta habiente VISA CAES se la realizara en base al registro de todas aquellas personas que tienen carnet de discapacidad emitido por el CONADIS, y se realizara en base a estas personas quienes estén registradas en el instituto ecuatoriano de seguro social, con la información cruzada se detallara el mercado global al que se dirigirán las nuevas estrategias de introducción y despegue de la cadena de valor del producto,



### 3.3. FODA

<p style="text-align: center;"><b>Fortalezas:</b></p> <p>Lineas de credito preferentes para adquirir bienes y servicios</p> <p>Mejorar condicion como sujeto de credito por el respaldo de tener la Tarjeta de Credito</p> <p>Pioneros en la responsabilidad social empresarial con beneficios para las personas con capacidades especiales</p> <p>Plan comunicacional Social multiplicador para la institucion financiera</p>	<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades:</b></p> <p>Alianzas estrategicas con entidades de control</p> <p>Uso de la línea de credito a nivel nacional como internacional</p> <p>Diferenciacion en costos de productos de primera necesidad</p> <p>Alianzas estrategicas con el sector empresarial</p> <p>Nuevas aplicación para creditos para consumos</p>
<p style="text-align: center;"><b>Debilidades:</b></p> <p>Reducido numero de empresas que se alineen a propuesta</p> <p>Regulaciones Gubernamentales, que modifiquen el porcentaje de beneficios por nivel de discapacidad</p> <p>Incremento de la cartera vencida</p>	<p style="text-align: center;"><b>Amenazas:</b></p> <p>Producto sustituto de los competidores</p> <p>Prohibicion importacion de bienes requeridos por parte del estado</p> <p>Uso de la tarjeta de forma inapropiada.</p> <p>Generacion de reporte financieros desfavorables (Morosidad)</p> <p>Cambios politcos e ideologicos de gobierno central</p>

Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

### **3.3.1. Fortalezas**

La principal fortaleza del plan de negocios, es contar con el respaldo de la marca de MasterCard, y tiene como principal objetivo mejorar la condición de sujeto de crédito a las personas que sufren de alguna carencia física, intelectual, visual, lenguaje o de algún otro tipo de discapacidad.

Conceder líneas de créditos preferentes para la adquisición de bienes y/o servicios mejorando su calidad de vida.

La aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial que debe poseer los proyectos dirigidos a los grupos vulnerables de la sociedad, se considera en este Plan de Negocio ser el pionero al implementar la tarjeta de crédito que otorgue beneficios como fue descrito en nuestros objetivos.

### **3.3.2. Oportunidades**

Capacidad de crecimiento, en el sector financiero, puesto que buscamos incrementar el número de tarjetahabientes, por medio de nuestro modelo de negocio que busca un nuevo nicho de mercado con las personas con capacidades especiales.

Una de las principales alianzas estratégicas, con la que cuenta la propuesta de negocio, son con las entidades de control; como por ejemplo el SRI, con quienes realizaremos convenios para que los tramites de sus devoluciones del IVA; sean acreditado a la cuenta del tarjetahabiente y de esta manera disminuya su deuda total

En el sector empresarial, se busca crear alianzas que se alienen a nuestro modelo de negocio, a través de la cámara de comercio de

Guayaquil, puesto que la mayoría de las empresas se encuentran afiliadas a este ente.

### **3.3.3. Debilidades**

Como una posible debilidad, sería las regulaciones gubernamentales que modifiquen el porcentaje de beneficios por nivel de discapacidad, los que nos reduciría una porción de nuestro mercado objetivo.

Otra debilidad sería que las empresas del sector empresarial, no se alineen a la propuesta de negocio, por el temor al incremento de la cartera vencida

### **3.3.4. Amenazas**

El cambio político e ideológico de un nuevo gobierno central que establezca prohibiciones gubernamentales de los bienes requeridos, para cada usuario se vean afectadas con políticas o normas a las importaciones que mitiguen la Ley de Discapacidad generándose en engorrosos trámites desanimando a la persona con discapacidad y genere mala señal o promulgación entre las personas que deseen efectuar alguna importación.

Y el uso indebido de las personas, no controlen sus consumos ya que llevaran a cabo la generación de reportes crediticios desfavorables que no son el objetivo primordial de este plan de negocios.

### 3.3.5. MATRIZ FO FA DO DA

Matriz FO FA DO DA	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<p><b>Oportunidades</b></p> <p>O1 Reducido número de empresas</p> <p>O2 Diferenciación en costos de productos</p> <p>O3 Alianzas estratégicas</p> <p>O4 Aplicación para créditos</p>	<p>F1 Líneas de crédito</p> <p>F2 Mejorar condición como sujeto</p> <p>F3 Plan comunicacional Social</p> <p>F1 O3 Estrategias es de realizar convenios con empresas medianas y grandes para obsequiar la tarjeta CAES a todo el personal con problema de capacidad especial.</p> <p>F3 O4 Realización de actividades sociales que beneficien a los días capacitados con descuentos y ventajas</p>	<p>D1 Reducido numero de empresas</p> <p>D2 Regulaciones Gubernamentales</p> <p>D3 Incremento de la cartera vencida</p> <p>D1 O2 específicamente las empresas con empleados discapacitados buscan disminuir costos en base a promociones y rebajas en las compras</p>
<p><b>Amenazas</b></p> <p>A1 Producto sustituto</p> <p>A2 Prohibición importación de bienes</p> <p>A3 tarjeta de forma inapropiada</p> <p>A4 Cambios políticos e ideológicos</p>	<p>F3 A4 Realizando un proyecto de comunicación en medios se respaldara a todos los empleados con discapacidad.</p> <p>F2 A4 Leyes condicionadas por el actual gobierno en donde todo proyecto social respalda la gestión.</p>	<p>D2 A4 Acciones relacionadas al desarrollo de actividades de vinculación en la comunidad</p>

## **CAPÍTULO IV.**

### **4.PLAN ESTRATÉGICO**

#### **4.1.PLAN DE VENTAS**

El plan de venta estará dirigido a ubicar un sector muy importante dentro de la población económicamente activa, como es el mercado global de los empleados de empresas públicas y privadas que mantienen un determinado grado de incapacidad que son seleccionados en base a leyes gubernamentales que exige la cesión de trabajo. La Tarjeta de Crédito Según (Roxana Escoto Leiva, 2001)

“Para administrar las tarjetas de crédito, los bancos disponen de oficinas especializadas en donde se lleva la contabilidad, se controla el proceso de liquidación, se analizan los créditos, se liquidan facturas y se da servicio al cliente”.

De igual forma es necesario mantener especializada una oficina directa para la tarjeta VISA CAES, con el objetivo de dar todas las opciones estratégicas para la consecución de los objetivos trazados.

Para (Maria Cristina Walker de Tuler, 2006) manifiesta referente a una nueva opción o producto de crédito directo.

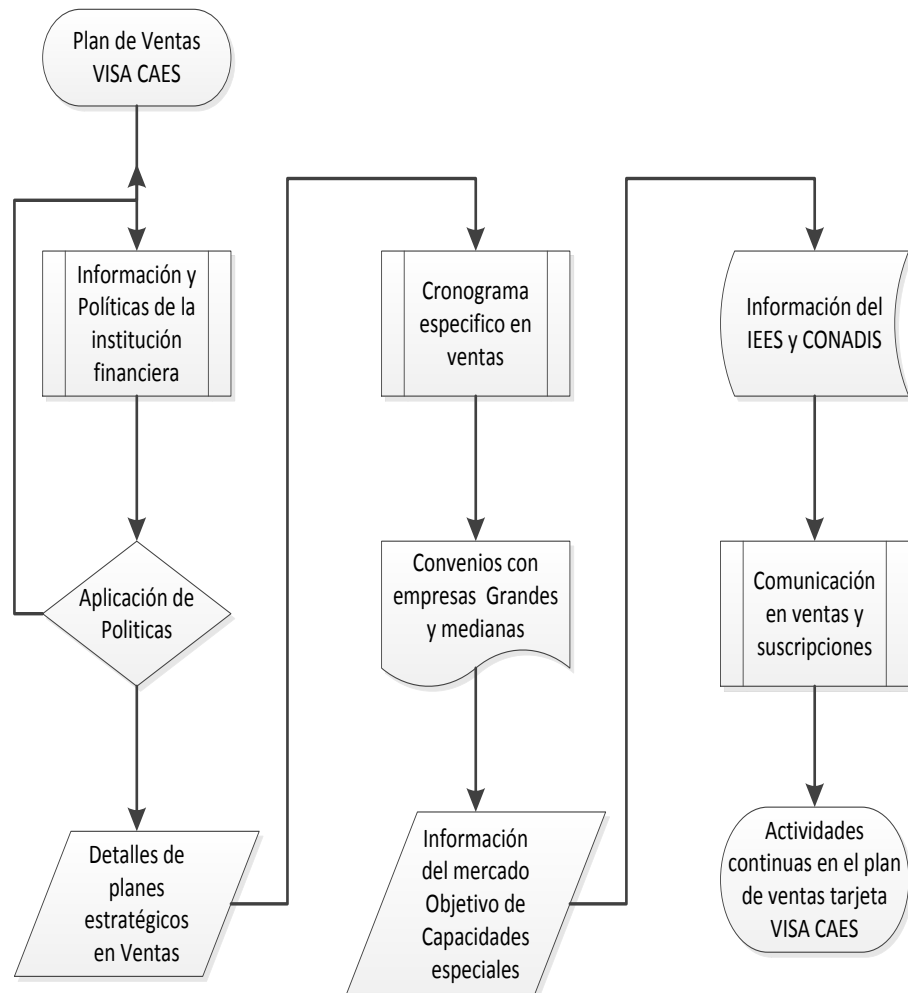
“La tarjeta de crédito como instituto propio del Derecho Comercial ha merecido especial atención por parte de la doctrina especializada, tanto nacional como extranjera, como también de la jurisprudencia”.

El plan de venta a realizarse para el mercado objetivo de personal con capacidad especial, se lo realiza en convenio con las entidades del estado y las empresas privadas, descrita en el IEES y en el Conadis, siendo elemento base para distribución de la nueva tarjeta habiente VISA CAES.

Se considerara el siguiente plan de venta, detallado a continuación

- Elaboración de publicidad POP para difundir en todas las empresas en los centro de asistencia de personal, medios de comunicación y entidades gubernamentales para detectar a quienes desean la aplicación de la tarjeta
- Desplegar una amplia comunicación por vía telefónica e internet para difundir el programa o convenio realizado con el fin de conocer donde se encuentra el futuro tarjeta habiente de VISA CAES.
- Se procederá a visitar cada empresa grande en donde las exigencias de empleados con discapacidad es preferente y existe la oportunidad a través del área de recurso humano para conocer la cantidad de mercado objetivo a desplegar la solicitud.
- La situación de conocer el mercado de tarjeta habiente de la VISA CAES será difundida directamente por la declaración de ser empleado y percibir un sueldo. Dentro de plan de venta está la incorporación de cinco nuevo ejecutivos adicionales para dedicarse a difundir un monto adicional de 20 tarjetas promedio por cada ejecutivo,
- El monto objetivo dentro del plan de venta es de comercializar un promedio de 10 tarjetas promedios diarias entre los cinco ejecutivos, dando un total de promedio de tarjetas en el mes de 200 tarjeta

habiente,, siendo un promedio de emisión de 2000 tarjetas VISA CAES,



El plan de venta es el objetivo en donde cada tarjeta tendrá un promedio de 200 dólares mensuales, en donde los costos de operación de la tarjeta equivale a un porcentaje equitativo de uso de tarjeta por el consumo de abordando un promedio mensual de 400000, cifra mensual que en el año equivale a cifras de 4800000 dólares, solamente en consumo por parte de los discapacitado siendo el promedio de costo de servicio , mantenimiento e intereses equivalente al 2% más interés, generando ingresos adicionales de 96000 dólares, siendo a simple vista objetivos viables de aplicar en el presente plan de venta

## **4.2. FUERZA DE VENTAS**

Dentro de la nueva línea de tarjeta ambiente de la institución financiera se procederá a la incorporación de 5 personas dedicadas exclusivamente a la comercialización de tarjetas para personas con capacidades especiales, siendo de interés el solo compromiso de hacer las actividades basadas en el mercado objetivo vinculado con la atención directa al seguro social y la incorporación de los trabajadores que poseen el carnet del CONADIS, solo así tendrá acceso exclusivo a una tarjeta VISA CAES.

La fuerza de venta recibirá un valor producto del transporte a las diferentes empresas con el fin de acoplarse al horario de los trabajadores, y se les procederá un valor adicional de 50 dólares mensuales como política de transporte, además de 100 dólares mensuales como viáticos para la alimentación y viaje.

El perfil de la fuerza de ventas, serán estudiantes, egresados o profesionales en el área de ventas y afines, en donde la política de contratación señala con experiencia y además gozara de un sueldo básico, comisiones, transporte y viáticos, por lo que se le asigna un monto promedio de comercialización, además se les brindara capacitación y la inducción necesaria para que el mercado sea optimizado con eficiencia y con un criterio amplio de consolidación de la nueva marca exclusiva para discapacitados



### 4.3. PROMOCIONES DE VENTAS

Las promociones en las ventas están relacionadas a la participación directa del personal con capacidades especiales, llenando la inscripción y como promoción la entrega inmediata de la tarjeta, además de vincularlo con la cotización gratuita de los reportes y mantenimiento en el primer año

El Impulso de Marca en Tarjeta de Crédito en el plan de venta según (Salvador Mercado, 1997) indica

**“Si el tipo o marca que desea se vende en varios establecimientos, tendrá que escoger de cuál de ellos hacerse cliente, la decisión acerca del o de la marca es lo que llamamos el motivo de selección la compra de impulso es una decisión espontánea, momentánea para comprar un producto”.**

Otras promociones radica en ofrecer la compra y pago con tarjeta al otorgarle el interés de 0% por el uso diferido a 12 meses, esta promoción se la realiza en determinadas tiendas y locales afiliadas como establecimiento dentro del producto VISA CAES.

#### **4.4. POLÍTICA DE PEDIDOS**

Con el despliegue de información en medios de comunicación, la información con material POP, la comunicación en radio y la aplicación de correo directo a través de mailling y redes sociales, harán que los empleados con capacidades especiales busque el producto VISA CAEs, con el objetivo de obtención a la vez el boca a boca será unos de los principales elementos de estrategias para comercializar el producto y difundirlos en diferentes sectores.

#### **4.5. POLÍTICAS DE CRÉDITO Y COBRANZAS**

Se establecen las políticas similares ala diferentes tarjetas habiente existente en el mercado, además el producto VISA CAES tendrá las misma opciones de políticas de crédito establecidas por la institución bancaria, dando prioridad siempre a que las tarjetas sean ¿más fácil su adquisición por estar dirigidas a colaboradores que tiende a mantener una cultura de trabajo y tendencia dentro de las organizaciones.

Las cobranzas se las realizaran en base al pago de la tarjeta en una fecha de corte determinada, en donde la tarjeta ambiente, en labores con contrato en capacidad especiales, tendrá un día de pago directo a través de la cuenta de ahorro o corriente identificado por el banco.

#### **4.6. GARANTÍAS**

La garantía de los empleados con capacidad especial es que su trabajo está garantizado por la constitución y esto es requisitos básicos para que mantenga sus ingresos y a la vez coordinar sus pagos directamente a través de la tarjeta bien correspondida.

La tarjeta garantiza el uso de la misma en diferente instituciones, además del adelanto de dinero en efectivo y más aun el crédito inmediato de efectivo para poder producirlo o utilizarlo en el consumo directo en los diferentes centros de abasto, comercios y malles de la ciudad de <Guayaquil

#### **4.7. POLÍTICAS DE VENTAS INTERNAS**

- Se le entregara la personal que tiene discapacidad en un grado máximo del 75%
- El personal debe tener al menos 1 años de actividades dentro de la empresa.
- Optar por tener responsabilidad propia directa en familiares
- Nivel de estudio acorde a una aprendizaje mínimo de enseñanza superior
- Estar debidamente enrolado al seguir social de la ciudad o gobierno}
- Estar con los parámetros establecidos básicos en la central de riesgo o súper intendencia de banco y seguros

- No tener compromiso con la banca cerrada
- Gozar de los principio básicos de ciudadanía
- Ser ecuatoriano de nacimiento

## 4.8. RELACIÓN CON LA MERCADOTECNIA

### 4.8.1. Producto

La tarjeta de crédito visa mantiene estrategias en todo momento y una de las principales será el dotar de tarjeta de crédito a los colaboradores institucionales que mantengan discapacidad en un porcentaje de hasta el 75%, respectivamente considerando las políticas y estrategias en el lanzamiento promocional de un nuevo mercado cautivo en la necesidad de servicio de la tarjeta habiente.

Ilustración 3 Tarjeta Habiente Visa, Una de las más utilizadas en el mundo



Fuente: Google Imágenes 2014

La nueva tarjeta estará distribuido con exclusividad para el personal con capacidades especiales dentro dela empresa, siendo esta elaborada acorde

al mercado objetivo al que se está dirigiendo, considerando la siguiente Ilustración respectiva a distribuir a todos el personal activo.

Ilustración 4 Tarjeta VISA CAES, Producto creado con estrategia nacional respaldando el Buen vivir de los discapacitados



Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

Ilustración 5 Seguridad en el reverso con código y cuenta del afiliado a VISA CAES



Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

La difusión de tarjeta VISA Caes está destinada a un mercado objetivo de personas con discapacidad que mantienen una posición aceptable con sueldo base dentro de las empresas públicas y privadas de la ciudad de Guayaquil, garantizando el consumo y pago del mismo terminado el mes. La tarjeta además cuenta con hasta dos tarjetas adicionales, y un descuento especial en locales comerciales afiliados a la institución financiera.

#### 4.8.2. Precio

El precio directamente está relacionado con todos los servicios adicionales desde el mantenimiento de la cuenta hasta el interés por crédito diferido en pagos

Tabla 21 Principales servicios de la Tarjeta de Crédito VISA CAES

Unidades Vendidas al Mes		150
Consumo promedio mensual	\$	200,00
Mantenimiento de tarjeta	\$	675,00
Emisión de adicionales	\$	3.750,00
Intereses ganados	\$	1.500,00
Otros ganados de VISA CAES	\$	3.000,00

Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

La tarjeta mantiene ingreso relacionado al uso de la misma, dando descuentos adicionales por el uso en servicio rotativo o diferido, creando un ingreso por el interés en la prestación de dinero, además de ser diferido un incremento porcentual mensual de pago de interés, adicional a ello las promociones de locales nuevos afiliados que darán un preámbulo de excepción para acaparar la atención de un mercado cautivo y no explotado, siendo el establecimiento afiliado de descontarle un valor promedio del 10 % de consumo de los discapacitados.

Tabla 22 Modelo de costos incurridos en el uso, mantenimiento y emisión de Tarjeta VISA CAES

Material Directo por unidad		150,00
precio por unidad		196,00
costo por Mantenimiento de tarjeta		2,00
costo de Emisión de adicionales	\$	750,00
Intereses por deudas	\$	1,00
Otros gastos de VISA CAES	\$	150,00

Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

#### 4.8.3. Plaza

La plaza está conformada por el instituto de seguridad social IEES y los ciudadanos que forman parte de la población económicamente activa en donde con este resumen se recopilara la información para poner en la plaza el producto derivado de la comercialización de tarjeta VISA CAES.

Ilustración 6 Principales Clientes de la Tarjeta VISA CAES afiliados al seguros social y al CONADIS



Todos los afiliados en el seguro social del Ecuador, son clientes potenciales, en especial aquellos que están directamente relacionados con todos los

afiliados con capacidades especiales, siendo el cliente cautivo directo de la plaza de mercado a seguir para entregar la tarjeta de crédito.

Ilustración 7 diferente capacidades especiales con derecho a laborar y a obtener una tarjeta habiente VISA CAES.



La plaza directa a distribuir la Tarjeta de crédito VISA CAES esta dirigido a todos aquellos empleados que tengan un grado de discapacidad de hasta el 75% y que perciban un sueldo directo además de estar afiliado en el seguro social y acogido al ordenamiento institucional y gubernamental que preside la ley en la contratación.

#### **4.8.4. Promoción**

Entre las promociones a realizar y estrategias se consideran las siguientes:



1. Realizar convenios con las empresas grandes para que los colaboradores con capacidades especiales pueden obtener la tarjeta de manera gratuita
2. Visitar al personal discapacitado en la misma empresa, dirigiendola simplemente a entregar, es decir previa revisión de los datos y viabilizar el monto y crédito otorgado en la emisión de la tarjeta
3. Facilidad de débito directamente del rol o pago por banco debitando de la cuenta
4. Dar promociones mensuales en los centros socio establecimiento para el consumo masivo en el uso de la tarjeta habiente
5. Asistencia y seguro en vehículo, traslado de grúa y direccionamiento en necesidades de la empresa u hogar
6. Participación masiva de involucrados con el fin de cobertura inmediata en base de accidente e inconveniente en la tranquilidad
7. Promoción de entrega inmediata y gratuita de tarjetas adicionales en la entrega a familiares y conocidos.

Ilustración 8 Promoción de la Tarjeta de Crédito VISACAES



**DATOS PERSONALES**

Cédula identidad

Nombres

Apellidos

Fecha nacimiento

Grado de discapacidad

Número de carnet

Dirección

Teléfono domicilio

**VENTAJAS**

- DESCUENTOS ESPECIALES**  
Alimentación, vivienda, transporte, educación y vestimenta
- CRÉDITOS DIFERENCIADOS**  
desde 1.000 hasta 5.000
- SERVICIOS PREFERENTES**
- ASISTENCIA AL HOGAR**  
Asistencia gasfitero, electricista, plomero
- ASISTENCIA LEGAL**  
Asesoría Jurídica
- ASISTENCIA VIAL**  
Servicio de Grúas y asistencia mecánica

**ACTIVIDAD Y FUENTES DE INGRESO**

Nombre empresa

Actividad empresa

Antigüedad laboral

Ingresos Mensuales

300-400  400-800  Más de 800

**BENEFICIOS**

-  DESCUENTOS EN PLANES DE SALUD
-  20% DESCUENTO EN SUPERMERCADOS
-  DESCUENTOS EN TIENDAS DEPORTIVAS
-  2 X1 EN CINES
-  DESCUENTOS EN TALLERES AUTOMOTRIZ
-  5% DESCUENTO EN PAQUETES TURISTICOS

**CONTACTENOS**

CARLOS VILLEGAS      0939938606

[visacaes@gmail.com](mailto:visacaes@gmail.com)

"En la vida todos somos iguales y tenemos derecho a utilizar



Elaborado por Alexandra Villavicencio y Carlos Villegas

## CAPÍTULO V.

### 5. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

#### 5.1. DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial abarca simplemente la incorporación de una nueva línea de producto en tarjeta de crédito en donde utilizando la misma infraestructura se procede a realizar las respectivas acciones para la implementación de este nuevo producto.

ACTIVO NO CORRIENTE	Cantidad	Valor Unitario	Valor con IVA Total
<b>ÁREA DE PRODUCCIÓN TARJETA VISA CAES</b>			
EQUIPO COMPUTO	5	\$ 450,00	\$ 2.250,00
SUMINISTRO	12	\$ 50,00	\$ 600,00
AIRE CONDICIONADO	2	\$ 950,00	\$ 1.900,00
ACCESORIOS	1	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 5.250,00</b>
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA VISA CAES</b>			
Computadores	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Muebles y Enseres	2	\$ 400,00	\$ 800,00
Impresora Multifuncional	5	\$ 140,00	\$ 700,00
Teléfonos	5	\$ 100,00	\$ 500,00
Archivadores	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Acondicionares de Aire	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Otros equipos administrativos	5	\$ 200,00	\$ 1.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 5.140,00</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA</b>			<b>\$ 10.390,00</b>

Los gastos pre operacionales abarcan la incorporación de valores pre adelantado como es la marca VISA CAES que se impulsará al mercado objetivo de personal con discapacidades especiales.

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Año 1	
COSTO DE VENTA	\$ 66.024,87
GASTOS ADM.	\$ 52.514,64
GASTOS VENTA	\$ 22.155,00
<b>CAO</b>	<b>\$ 140.694,51</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 11.724,54</b>

<b>GASTOS PRE-OPERATIVOS</b>		<b>Valor Total</b>
Registro de Marca VISA CAES		\$ 180,00
Registro Sanitario		\$ 100,00
Gastos de Imagen VISACAES		\$ 250,00
Gastos de Investigación de Mercado		\$ 300,00
<b>TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES</b>		<b>\$ 830,00</b>
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>		<b>Valor Total</b>
TOTAL INVERSIÓN FIJA		\$ 10.390,00
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES		\$ 830,00
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 11.724,54
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>		<b>\$ 22.944,54</b>

## 5.2. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

La inversión fija es equivalente a 10000 dólares para una nueva línea de tarjeta que será distribuida entre las personas con capacidades especiales que laboran en diferente organismo públicos y privados

Tabla 23 Amortización de crédito directo de institución bancaria VISA CAES

No.A77	Principal	Intereses	Pago	Amort. Prést.
0			\$ 415,17	\$ 20.000,00
1	\$ 265,17	\$ 150,00	\$ 415,17	\$ 19.734,83
2	\$ 267,16	\$ 148,01	\$ 415,17	\$ 19.467,68
3	\$ 269,16	\$ 146,01	\$ 415,17	\$ 19.198,52
4	\$ 271,18	\$ 143,99	\$ 415,17	\$ 18.927,34
5	\$ 273,21	\$ 141,96	\$ 415,17	\$ 18.654,13
6	\$ 275,26	\$ 139,91	\$ 415,17	\$ 18.378,87
7	\$ 277,33	\$ 137,84	\$ 415,17	\$ 18.101,54
8	\$ 279,41	\$ 135,76	\$ 415,17	\$ 17.822,13
9	\$ 281,50	\$ 133,67	\$ 415,17	\$ 17.540,63
10	\$ 283,61	\$ 131,55	\$ 415,17	\$ 17.257,02
11	\$ 285,74	\$ 129,43	\$ 415,17	\$ 16.971,28
12	\$ 287,88	\$ 127,28	\$ 415,17	\$ 16.683,40
13	\$ 290,04	\$ 125,13	\$ 415,17	\$ 16.393,36
14	\$ 292,22	\$ 122,95	\$ 415,17	\$ 16.101,14
15	\$ 294,41	\$ 120,76	\$ 415,17	\$ 15.806,73
16	\$ 296,62	\$ 118,55	\$ 415,17	\$ 15.510,12
17	\$ 298,84	\$ 116,33	\$ 415,17	\$ 15.211,27
18	\$ 301,08	\$ 114,08	\$ 415,17	\$ 14.910,19
19	\$ 303,34	\$ 111,83	\$ 415,17	\$ 14.606,85
20	\$ 305,62	\$ 109,55	\$ 415,17	\$ 14.301,24
21	\$ 307,91	\$ 107,26	\$ 415,17	\$ 13.993,33
22	\$ 310,22	\$ 104,95	\$ 415,17	\$ 13.683,11
23	\$ 312,54	\$ 102,62	\$ 415,17	\$ 13.370,57
24	\$ 314,89	\$ 100,28	\$ 415,17	\$ 13.055,68
25	\$ 317,25	\$ 97,92	\$ 415,17	\$ 12.738,43
26	\$ 319,63	\$ 95,54	\$ 415,17	\$ 12.418,80
27	\$ 322,03	\$ 93,14	\$ 415,17	\$ 12.096,77
28	\$ 324,44	\$ 90,73	\$ 415,17	\$ 11.772,33
29	\$ 326,87	\$ 88,29	\$ 415,17	\$ 11.445,46
30	\$ 329,33	\$ 85,84	\$ 415,17	\$ 11.116,13
31	\$ 331,80	\$ 83,37	\$ 415,17	\$ 10.784,34
32	\$ 334,28	\$ 80,88	\$ 415,17	\$ 10.450,05

33	\$	336,79	\$	78,38	\$	415,17	\$	10.113,26
34	\$	339,32	\$	75,85	\$	415,17	\$	9.773,94
35	\$	341,86	\$	73,30	\$	415,17	\$	9.432,08
36	\$	344,43	\$	70,74	\$	415,17	\$	9.087,65
37	\$	347,01	\$	68,16	\$	415,17	\$	8.740,64
38	\$	349,61	\$	65,55	\$	415,17	\$	8.391,03
39	\$	352,23	\$	62,93	\$	415,17	\$	8.038,80
40	\$	354,88	\$	60,29	\$	415,17	\$	7.683,92
41	\$	357,54	\$	57,63	\$	415,17	\$	7.326,38
42	\$	360,22	\$	54,95	\$	415,17	\$	6.966,16
43	\$	362,92	\$	52,25	\$	415,17	\$	6.603,24
44	\$	365,64	\$	49,52	\$	415,17	\$	6.237,60
45	\$	368,39	\$	46,78	\$	415,17	\$	5.869,22
46	\$	371,15	\$	44,02	\$	415,17	\$	5.498,07
47	\$	373,93	\$	41,24	\$	415,17	\$	5.124,14
48	\$	376,74	\$	38,43	\$	415,17	\$	4.747,40
49	\$	379,56	\$	35,61	\$	415,17	\$	4.367,84
50	\$	382,41	\$	32,76	\$	415,17	\$	3.985,43
51	\$	385,28	\$	29,89	\$	415,17	\$	3.600,15
52	\$	388,17	\$	27,00	\$	415,17	\$	3.211,99
53	\$	391,08	\$	24,09	\$	415,17	\$	2.820,91
54	\$	394,01	\$	21,16	\$	415,17	\$	2.426,90
55	\$	396,97	\$	18,20	\$	415,17	\$	2.029,93
56	\$	399,94	\$	15,22	\$	415,17	\$	1.629,99
57	\$	402,94	\$	12,22	\$	415,17	\$	1.227,05
58	\$	405,96	\$	9,20	\$	415,17	\$	821,09
59	\$	409,01	\$	6,16	\$	415,17	\$	412,08
60	\$	412,08	\$	3,09	\$	415,17	\$	(0,00)

El monto mensual descontado por la nueva línea de tarjeta de crédito es de 207 dólares mensuales que con una tasa mínima representa un promedio de recuperación pronta de la inversión de los 10000 dólares realizada.

Años	Principal	Intereses
1er.	\$ 3.316,60	\$ 1.665,40
2do.	\$ 3.627,72	\$ 1.354,28
3er.	\$ 3.968,03	\$ 1.013,98
4to.	\$ 4.340,25	\$ 641,75
5to.	\$ 4.747,40	\$ 234,61
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 20.000,00</b>	<b>\$ 4.910,03</b>

### 5.3. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades Vendidas al Mes	150	153	156	159	162
Consumo promedio mensua	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Mantenimiento de tarjeta	\$ 675,00	\$ 688,50	\$ 702,27	\$ 716,32	\$ 730,64
Emision de adicionales	\$ 750,00	\$ 765,00	\$ 780,30	\$ 795,91	\$ 811,82
Intereses generados	\$ 1.500,00	\$ 1.530,00	\$ 1.560,60	\$ 1.591,81	\$ 1.623,65
Otros ganados por mora VIS	\$ 9.000,00	\$ 9.180,00	\$ 9.363,60	\$ 9.550,87	\$ 9.741,89
Ingresos Mensuales	\$ 11.925,00	\$ 12.163,50	\$ 12.406,77	\$ 12.654,91	\$ 12.908,00
<b>INGRESOS ANUALES</b>	<b>\$ 143.100,00</b>	<b>\$ 145.962,00</b>	<b>\$ 148.881,24</b>	<b>\$ 151.858,86</b>	<b>\$ 154.896,04</b>

<b>COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS</b>					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material Directo por unidad	150,00	153,00	156,06	159,18	162,36
precio por unidad	196,00	190,00	190,00	190,00	190,00
costo por Mantenimiento de tarjeta	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
costo de Emision de adicionales	\$ 750,00	\$ 765,00	\$ 780,30	\$ 795,91	\$ 811,82
Intereses por deudas	\$ 750,00	\$ 765,00	\$ 780,30	\$ 795,91	\$ 811,82
Otros gastos por cobro de mora	\$ 1.350,00	\$ 1.377,00	\$ 1.404,54	\$ 1.432,63	\$ 1.461,28
Ingresos Mensuales	\$ 3.150,00	\$ 3.213,00	\$ 3.277,26	\$ 3.342,81	\$ 3.409,66
<b>Costo Material Directo / Año</b>	<b>\$ 37.800,00</b>	<b>\$ 38.556,00</b>	<b>\$ 39.327,12</b>	<b>\$ 40.113,66</b>	<b>\$ 40.915,94</b>

<b>MANO DE OBRA DIRECTA (FUA)</b>	<b>No. de personal</b>	<b>Sueldo mensual Bruto</b>	<b>Remuneración mensual</b>	<b>% Beneficios sociales</b>	<b>Costo MOD mensual</b>
Operadores mecanicos y mantenimiento	3	\$ 420,00	\$ 1.260,00	22,6%	1.544,76
Supervisor de talleres reparacion mecanica	1	\$ 520,00	\$ 520,00	22,6%	637,52
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>		<b>1.780,00</b>		<b>2.182,28</b>

<b>COSTO TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo MOD / mes	\$ 2.182,28	\$ 2.182,28	\$ 2.182,28	\$ 2.182,28	\$ 2.182,28
<b>Costo MOD / Año</b>	<b>\$ 26.187,36</b>	<b>\$ 26.187,36</b>	<b>\$ 26.187,36</b>	<b>\$ 26.187,36</b>	<b>\$ 26.187,36</b>

<b>PRESUPUESTO EN COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía Eléctrica para Prod.	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Instaciones de perchas de motos	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00
Repuestos y accesorio motos	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00
Mantenimiento de equipos de taller	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Depreciación PP&E	\$ 9,79	\$ 9,79	\$ 9,79	\$ 9,79	\$ 9,79
CIF Mensuales	\$ 169,79	\$ 169,79	\$ 169,79	\$ 169,79	\$ 169,79
<b>CIF ANUALES</b>	<b>\$ 2.037,51</b>	<b>\$ 2.037,51</b>	<b>\$ 2.037,51</b>	<b>\$ 2.037,51</b>	<b>\$ 2.037,51</b>



<b>COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL</b>					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Material Directo / Año	\$ 37.800,00	\$ 38.556,00	\$ 39.327,12	\$ 40.113,66	\$ 40.915,94
Costo MOD / Año	\$ 26.187,36	\$ 26.187,36	\$ 26.187,36	\$ 26.187,36	\$ 26.187,36
CIF ANUALES	\$ 2.037,51	\$ 2.037,51	\$ 2.037,51	\$ 2.037,51	\$ 2.037,51
<b>COSTO PRODUCCIÓN TOTAL</b>	<b>\$ 66.024,87</b>	<b>\$ 66.780,87</b>	<b>\$ 67.551,99</b>	<b>\$ 68.338,53</b>	<b>\$ 69.140,80</b>

<b>Sueldos y Salarios</b>	<b>No. de personal</b>	<b>Sueldo mensual Bruto</b>	<b>Valor Horas Extras</b>	<b>Remuneración mensual</b>	<b>% Beneficios sociales</b>	<b>Gasto Total Sueldos y Salarios</b>
Gerente Ventas	1	\$ 600,00	\$ -	\$ 600,00	26,5%	759,00
asistente vendedora	5	\$ 440,00	\$ -	\$ 2.200,00	26,5%	2.783,00
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>			<b>\$ 2.800,00</b>		<b>\$ 3.542,00</b>

#### **Presupuesto de SUELDOS y SALARIOS**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios / mes	\$ 3.542,00	\$ 3.542,00	\$ 3.542,00	\$ 3.542,00	\$ 3.542,00
<b>Sueldos y Salarios / año</b>	<b>\$ 42.504,00</b>	<b>\$ 42.504,00</b>	<b>\$ 42.504,00</b>	<b>\$ 42.504,00</b>	<b>\$ 42.504,00</b>

#### **Presupuesto de Servicios Básicos para la Administración**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Serv. Básicos / mes	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
<b>Serv. Básicos / año</b>	<b>\$ 960,00</b>	<b>\$ 960,00</b>	<b>\$ 960,00</b>	<b>\$ 960,00</b>	<b>\$ 960,00</b>

#### **Presupuesto de Suministros de Oficina**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros al mes	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
<b>Suministros al año</b>	<b>\$ 720,00</b>	<b>\$ 720,00</b>	<b>\$ 720,00</b>	<b>\$ 720,00</b>	<b>\$ 720,00</b>

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios / año	\$ 42.504,00	\$ 42.504,00	\$ 42.504,00	\$ 42.504,00	\$ 42.504,00
Serv. Básicos / año	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00
Suministros al año	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00
Asesoría / año	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Internet y Celular	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00
Permisos / año	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Deprec. Área Adm. / año	\$ 708,64	\$ 708,64	\$ 708,64	\$ 708,64	\$ 708,64
Mant. Vehículo / año	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos Pre-operacionales	\$ 830,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL GASTOS ADM.</b>	<b>\$ 46.442,64</b>	<b>\$ 45.612,64</b>	<b>\$ 45.612,64</b>	<b>\$ 45.612,64</b>	<b>\$ 45.612,64</b>

<b>Presupuesto de Transporte para Comercialización</b>					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Transp. - Com. / mes	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Transp. - Com. / año	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00

<b>Presupuesto de Comisión en Ventas</b>					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Comisiones anuales	\$ 7.155,00	\$ 7.298,10	\$ 7.444,06	\$ 7.592,94	\$ 7.744,80

<b>Presupuesto de Publicidad</b>					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad / mes	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Publicidad anual	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00

<b>GASTOS DE VENTAS</b>					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Transp. - Com. / año	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Comisiones anuales	\$ 7.155,00	\$ 7.298,10	\$ 7.444,06	\$ 7.592,94	\$ 7.744,80
Publicidad anual	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00
<b>TOTAL G. VENTAS</b>	<b>\$ 22.155,00</b>	<b>\$ 22.298,10</b>	<b>\$ 22.444,06</b>	<b>\$ 22.592,94</b>	<b>\$ 22.744,80</b>

## Estados financieros

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 143.100,00	\$ 145.962,00	\$ 148.881,24	\$ 151.858,86	\$ 154.896,04
(-) Costo de Venta		\$ (66.024,87)	\$ (66.780,87)	\$ (67.551,99)	\$ (68.338,53)	\$ (69.140,80)
(=) Utilidad Bruta		\$ 77.075,13	\$ 79.181,13	\$ 81.329,25	\$ 83.520,34	\$ 85.755,24
(-) Gastos Administrativos		\$ (46.442,64)	\$ (45.612,64)	\$ (45.612,64)	\$ (45.612,64)	\$ (45.612,64)
(-) Gastos de Ventas		\$ (22.155,00)	\$ (22.298,10)	\$ (22.444,06)	\$ (22.592,94)	\$ (22.744,80)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 8.477,49	\$ 11.270,39	\$ 13.272,55	\$ 15.314,75	\$ 17.397,80
(-) Gastos Financieros		\$ (1.665,40)	\$ (1.354,28)	\$ (1.013,98)	\$ (641,75)	\$ (234,61)
(=) UAIT		\$ 6.812,09	\$ 9.916,11	\$ 12.258,57	\$ 14.673,00	\$ 17.163,19
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (1.021,81)	\$ (1.487,42)	\$ (1.838,79)	\$ (2.200,95)	\$ (2.574,48)
(-) Impuesto a la Renta	25%	\$ (1.447,57)	\$ (2.107,17)	\$ (2.604,95)	\$ (3.118,01)	\$ (3.647,18)
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>\$ 4.342,71</b>	<b>\$ 6.321,52</b>	<b>\$ 7.814,84</b>	<b>\$ 9.354,04</b>	<b>\$ 10.941,54</b>

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA*	\$ (10.390,00)					
CAJAL		\$ 6.812,09	\$ 9.916,11	\$ 12.258,57	\$ 14.673,00	\$ 17.163,19
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (1.021,81)	\$ (1.487,42)	\$ (1.838,79)	\$ (2.200,95)
Pago de IR		\$ -	\$ (1.447,57)	\$ (2.107,17)	\$ (2.604,95)	\$ (3.118,01)
EFFECTIVO NETO		\$ 6.812,09	\$ 7.446,73	\$ 8.663,98	\$ 10.229,27	\$ 11.844,23
+) Deprec. Área Prod.		\$ 367,51	\$ 367,51	\$ 367,51	\$ 367,51	\$ 367,51
+) Deprec. Área Adm.		\$ 708,64	\$ 708,64	\$ 708,64	\$ 708,64	\$ 708,64
+) Aporte Accionistas	\$ 3.000,00					
+) Préstamo concedido	\$ 20.000,00	\$ (3.316,60)	\$ (3.627,72)	\$ (3.968,03)	\$ (4.340,25)	\$ (4.747,40)
<b>FLUJO NETO DEL PERIODO</b>	<b>\$ 12.610,00</b>	<b>\$ 4.571,63</b>	<b>\$ 4.895,15</b>	<b>\$ 5.772,10</b>	<b>\$ 6.965,16</b>	<b>\$ 8.172,98</b>
+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 12.610,00	\$ 17.181,63	\$ 22.076,79	\$ 27.848,89	\$ 34.814,05
<b>(-) FLUJO ACUMULADO</b>	<b>\$ 12.610,00</b>	<b>\$ 17.181,63</b>	<b>\$ 22.076,79</b>	<b>\$ 27.848,89</b>	<b>\$ 34.814,05</b>	<b>\$ 42.987,03</b>

**ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADOS**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVOS</b>						
<b>A. CORRIENTE</b>						
Efectivo	\$ 12.610,00	\$ 17.181,63	\$ 22.076,79	\$ 27.848,89	\$ 34.814,05	\$ 42.987,03
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$ 12.610,00</b>	<b>\$ 17.181,63</b>	<b>\$ 22.076,79</b>	<b>\$ 27.848,89</b>	<b>\$ 34.814,05</b>	<b>\$ 42.987,03</b>
<b>A. NO CORRIENTE</b>						
EQUIPO COMPUTO	\$ 2.250,00	\$ 2.250,00	\$ 2.250,00	\$ 2.250,00	\$ 2.250,00	\$ 2.250,00
ACCESORIOS	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Deprec. Acum. Área Prod.	\$ -	\$ (367,51)	\$ (735,01)	\$ (1.102,52)	\$ (1.470,03)	\$ (1.837,53)
Computadores	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
Muebles y Enseres	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Impresora Multifuncional	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
Teléfonos	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Archivadores	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Acondicionares de Aire	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Otros equipos administrativos	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
(-) Deprec. Acum. Área Adm.	\$ -	\$ (708,64)	\$ (1.417,28)	\$ (2.125,92)	\$ (2.834,55)	\$ (3.543,19)
<b>Total Activo NO Corriente</b>	<b>\$ 10.390,00</b>	<b>\$ 9.313,85</b>	<b>\$ 8.237,71</b>	<b>\$ 7.161,56</b>	<b>\$ 6.085,42</b>	<b>\$ 5.009,27</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 23.000,00</b>	<b>\$ 26.495,49</b>	<b>\$ 30.314,50</b>	<b>\$ 35.010,45</b>	<b>\$ 40.899,47</b>	<b>\$ 47.996,30</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
Porción Corriente de la Deuda	\$ 3.316,60	\$ 3.627,72	\$ 3.968,03	\$ 4.340,25	\$ 4.747,40	\$ -
Particip. De Trab. Por Pagar	\$ -	\$ 1.021,81	\$ 1.487,42	\$ 1.838,79	\$ 2.200,95	\$ 2.574,48
Imp. A la Renta por Pagar	\$ -	\$ 1.447,57	\$ 2.107,17	\$ 2.604,95	\$ 3.118,01	\$ 3.647,18
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>\$ 3.316,60</b>	<b>\$ 6.097,10</b>	<b>\$ 7.562,62</b>	<b>\$ 8.783,99</b>	<b>\$ 10.066,36</b>	<b>\$ 6.221,66</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>						
Deuda a Largo Plazo	\$ 16.683,40	\$ 13.055,68	\$ 9.087,65	\$ 4.747,40	\$ -	\$ -
<b>Total Pasivo NO Corriente</b>	<b>\$ 16.683,40</b>	<b>\$ 13.055,68</b>	<b>\$ 9.087,65</b>	<b>\$ 4.747,40</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>Total PASIVO</b>	<b>\$ 20.000,00</b>	<b>\$ 19.152,78</b>	<b>\$ 16.650,27</b>	<b>\$ 13.531,39</b>	<b>\$ 10.066,36</b>	<b>\$ 6.221,66</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Utilidad Retenidas	\$ -	\$ 4.342,71	\$ 10.664,23	\$ 18.479,07	\$ 27.833,11	\$ 38.774,64
<b>Total PATRIMONIO</b>	<b>\$ 3.000,00</b>	<b>\$ 7.342,71</b>	<b>\$ 13.664,23</b>	<b>\$ 21.479,07</b>	<b>\$ 30.833,11</b>	<b>\$ 41.774,64</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 23.000,00</b>	<b>\$ 26.495,49</b>	<b>\$ 30.314,50</b>	<b>\$ 35.010,45</b>	<b>\$ 40.899,47</b>	<b>\$ 47.996,30</b>



## 5.5. FACTIBILIDAD FINANCIERA

INDICES DE RENTABILIDAD					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROS	3,03%	4,33%	5,25%	6,16%	7,06%
ROA	18,88%	23,86%	25,78%	26,72%	26,75%
ROE	59,14%	46,26%	36,38%	30,34%	26,19%
ROI	144,76%	210,72%	260,49%	311,80%	364,72%

## 5.6. Valor Actual Neto (VAN) y tasa interna de retorno TIR

CÁLCULO DE TIR Y VAN						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (22.438,54)					
UAIT		\$ 6.812,09	\$ 9.916,11	\$ 12.258,57	\$ 14.673,00	\$ 17.163,19
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (1.021,81)	\$ (1.487,42)	\$ (1.838,79)	\$ (2.200,95)
Pago de IR		\$ -	\$ (1.447,57)	\$ (2.107,17)	\$ (2.604,95)	\$ (3.118,01)
EFFECTIVO NETO		\$ 6.812,09	\$ 7.446,73	\$ 8.663,98	\$ 10.229,27	\$ 11.844,23
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 367,51	\$ 367,51	\$ 367,51	\$ 367,51	\$ 367,51
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 708,64	\$ 708,64	\$ 708,64	\$ 708,64	\$ 708,64
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 5.009,27
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 11.218,54
(+) Préstamo concedido		\$ (3.316,60)	\$ (3.627,72)	\$ (3.968,03)	\$ (4.340,25)	\$ (4.747,40)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (22.438,54)	\$ 4.571,63	\$ 4.895,15	\$ 5.772,10	\$ 6.965,16	\$ 24.400,79
TIR	22%					
VAN	\$1.276,00					

Las ventas que se proyectan equivalen a 143100, cifra que al ofrecer tarjeta habiente a los colaboradores con capacidades especiales, se obtienen ingresos definidos por los servicios ofrecidos de la tarjeta, además del impacto social y económico que provoca su distribución, los costos de la tarjeta y el personal involucrado acarrearán un gasto promedio en donde se obtiene un

flujo neto de 990,64 durante el primer año, posteriormente aumenta a 3213, 40 en el siguiente periodo y así sucesivamente, dando una TIR promedio del 22% y una VAN positiva aceptable de 1276, siendo los indicadores viables en el presente proyecto social.

## 5.7. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (22.438,54)					
VENTAS		\$ 150.255,00	\$ 153.260,10	\$ 156.325,30	\$ 159.451,81	\$ 162.640,84
(-) Costo de Venta		\$ (69.326,11)	\$ (70.119,91)	\$ (70.929,59)	\$ (71.755,46)	\$ (72.597,84)
(=) Utilidad Bruta		\$ 80.928,89	\$ 83.140,19	\$ 85.395,72	\$ 87.696,35	\$ 90.043,00
(-) Gastos Administrativos		\$ (46.442,64)	\$ (45.612,64)	\$ (45.612,64)	\$ (45.612,64)	\$ (45.612,64)
(-) Gastos de Ventas		\$ (22.155,00)	\$ (22.298,10)	\$ (22.444,06)	\$ (22.592,94)	\$ (22.744,80)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 12.331,25	\$ 15.229,45	\$ 17.339,02	\$ 19.490,77	\$ 21.685,56
(-) Gastos Financieros		\$ (1.665,40)	\$ (1.354,28)	\$ (1.013,98)	\$ (641,75)	\$ (234,61)
(=) UAIT		\$ 10.665,85	\$ 13.875,17	\$ 16.325,04	\$ 18.849,02	\$ 21.450,96
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (1.599,88)	\$ (2.081,27)	\$ (2.448,76)	\$ (2.827,35)
Pago de IR		\$ -	\$ (2.266,49)	\$ (2.948,47)	\$ (3.469,07)	\$ (4.005,42)
EFFECTIVO NETO		\$ 10.665,85	\$ 10.008,80	\$ 11.295,29	\$ 12.931,19	\$ 14.618,19
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 367,51	\$ 367,51	\$ 367,51	\$ 367,51	\$ 367,51
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 708,64	\$ 708,64	\$ 708,64	\$ 708,64	\$ 708,64
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 5.009,27
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 11.218,54
(+) Préstamo concedido		\$ (3.316,60)	\$ (3.627,72)	\$ (3.968,03)	\$ (4.340,25)	\$ (4.747,40)
<b>FLUJO NETO DEL PERIODO</b>	<b>\$ (22.438,54)</b>	<b>\$ 8.425,39</b>	<b>\$ 7.457,22</b>	<b>\$ 8.403,41</b>	<b>\$ 9.667,09</b>	<b>\$ 27.174,75</b>
TIR	35,57%	EXTREMADAMENTE SENSIBLE A CAMBIOS EN LOS INGRESOS				
VAN	\$ 10.207,23	SEAN POR PRECIO O CANTIDADES				

## CAPÍTULO VI.

### 6.RESponsABILIDAD SOCIAL

#### 6.1. BASE LEGAL

La superintendencia de bancos y seguro mediante la resolución de la junta bancaria, estipulo que los únicos que pueden dedicarse a la comercialización del producto financiero tarjeta habiente son las entidades bancarias y franquicias en el Ecuador, siendo estos los emisores y operadores de las actividades que en país se refleje, motivo por la que la tarjeta VISA CAES debe estar vinculada directamente por la autorización del ente fiscalizador.

La junta monetaria presenta el ente fiscalizador de la emisión de tarjetas o dinero electrónico mediante el cual un país permite la incursión de tarjeta habiente para su comercialización en el mercado financiero, respectivamente, permitiendo la misión de VISA CAES para que se le permita comprar en establecimiento comerciales dirigidos a los discapacitados específicamente. Según información vertida por el diario HOY (2012) ***"Quienes infrinjan esta disposición serán sancionadas conforme a lo previsto en el artículo 121 de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero"***, Esto implica que la tarjeta estará ejecutándose directamente mediante autorización. El organismo del sistema financiero podrá efectuar cobros en servicios financieros que constan en tarifas que rigen en productos corrientes, consultas, reposición, renovación, emisión de TC, establecimientos, crédito directo en inmediato, pagos de salud y colegiatura. Además manifiesta que los servicios relacionados con la entrega de estados financieros, estados de cuentas, afiliaciones, renovaciones no tendrán valor alguno adicional.



## **6.2. MEDIO AMBIENTE**

La emisión de respaldo de una nueva línea de tarjeta habiente VISA CAES tendrá una repercusión directa al consumo de papel, al desplegar acciones de manera directa con pagos en redes y el uso de dinero en base al uso de la tarjeta en el nuevo segmento de mercado incurrido de personas con capacidades especiales.

Además de una actitud directa con mensajes de respeto a la comunidad en el buen uso de los recursos renovables, sirviendo de respaldo el uso debido de la tarjeta. La aplicación abarca mensajes directos en estado de cuentas digitales, la impresión de reportaje a través de correo personalizado, la comunicación de inconvenientes o mensajes a través de llamadas personalizadas, realizando una actitud de trabajo y organización en base a cero papel en todo momento.

## **6.3. BENEFICIARIOS DIRECTOS E INDIRECTOS DE ACUERDO AL PLAN DEL BUEN VIVIR**

El Ecuador, un país soberano con raíces milenarias, con su naturaleza en la Pacha Mama, que, *invocando* a Dios y la religiosidad, sabiduría, culturas y sociedades, *una correcta* liberación de los principios de reciprocidad e igualdad en el presente y futuro de las comunidades.

El buen vivir dentro de los tarjeta habiente mantiene la diversidad para con la naturaleza, y así busca el buen vivir con dignidad en todas las comunidades de personas con capacidades especiales dentro del ambiente laboral y la comunidad. Entre los principales artículos a detallar el buen vivir de los discapacitados. Considerando en el artículo No 14 considerando un

ambiente sano y equilibrado, que viabilice el buen vivir. Existe participación directa y de interés público el cuidado al medio ambiente.

EL **Art. 26.-** manifiesta que la educación es un área prioritaria de igualdad y condición para el ***buen vivir***.

El **Art. 32.-** también señala que la salud es de interiores prioritario para la obtención del ***buen vivir***,

Además el **Art. 74 indica que las** personas buscan riquezas naturales susceptibles al aprovechamiento y el buen vivir de las comunidades.

## **CAPITULO VII.**

### **7.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **7.1. CONCLUSIONES**

El mercado de tarjeta habiente VISA CAES, representa una entidad directa de agrado y atracción para todas aquellas personas que tienen capacidades especiales, existiendo un mercado urgente y palpable que está en el devenir de acciones y estrategias pronta para su aplicación.

Las tenencias de una tarjeta de crédito es viable para todos aquellos que sufren de capacidades especiales según las encuestas impulsadas por el presente estudio, en donde la empresa tomada como muestras todos desean el producto, haciéndolo viable para su ejecución y aplicación de estrategias correspondiente

La viabilidad de la aplicación de una tarjeta habiente implica la seguridad y persistencia de consumo por parte del personal de las empresas con problemas en la salud e inconvenientes físico, psicológicos, y de salud, respectivamente siendo prioridad el uso en especial para la compra de medicamentos en los centros farmacéuticos de la ciudad

El impacto de la participación de VISA CAES especula un interés directo y creciente para todo el mercado de personas con capacidades especiales que laboran en la ciudad de Guayaquil, dando beneficio a las familias en procura de alcanzar el buen vivir de sus familiares y comunidades en general

El plan de negocio de la implementación de una nueva línea de tarjeta de crédito optimiza los recursos y da prioridad a una nueva oportunidad de empleo, además de obtener resultados viables financieramente por obtener un VAN positiva y una TIR de 22%, respectivamente, manteniendo latente el pronóstico de trabajo durante los próximos 5 años en el mejoramiento de la salud de las personas con Discapacidad o Movilidad Reducida.

## **7.2. RECOMENDACIONES**

Aplicar estrategias persuasivas que influyan en la adaptación directa de programas de difusión del uso de tarjetas de crédito directo para personas con capacidades especiales,

La implementación de VISA CAES debe realizar convenios con las empresas grandes, medianas y pequeña con el fin de ampliar mercados, además inducir a los discapacitados a una nueva opción para utilizar las tarjetas de crédito.

Ampliar el mercado con los jubilados que perciben su mensual, siendo también un mercado cautivo que no está explotado en el país

Requerir información del CONADIS sobre nuevos afiliados que laboren dentro de las instituciones privadas y públicas, respectivamente

## BIBLIOGRAFIA

### Bibliografía

- Acosta. (2009). *El buen vivir. Una vía para el desarrollo*. Santiago de Chile: Editorial Universidad Bolivariana, Santiago, 2009.
- Adarve Corporación Jurídica. (2003). *Medios de pago*. FC Editorial. Página de créditos. .
- Aguilar, C. (2011). *MARCO TEORICO 5 FUERZAS DE PORTER*. NY: Recuperado el 08 de marzo del 2011. .
- Ávalos, C. (. (2010). *La marca: identidad y estrategia*. Buenos Aires:: La Crujía.
- CARTY, D. (2001). *Desarrollo de un plan estrategico* . New York: Ediciones Pacifico del este.
- CONADIS. (2012). *Aspecto laboral*. Quito Ecuador: Centro de copiados y ediciones.
- Delgado, M. (2008 Pag.44). *Los metodos de la Investigacion cientifica*. Mexico: Edicciones Person.
- Guarín, N. (2010). *Estadística aplicada, Capitulo 11.6 El tamaño de la muestra* .
- Hernandez, Z. A. (2010). *Estrategia de MArketing BTL*. Ciudad de mAdrid: Madrid editores.
- HOY, D. (12 de JULIO de 2012). Instituciones financieras serán las únicas autorizadas para emitir tarjetas de crédito. *Diario Hoy*.
- Ildefonso Grande Esteban. (2005). *Marketing de los servicios*. ESIC Editorial.
- INEC, I. N. (2010). *Poblacion proyectada de la ciudad de GUayaquil*. Guayaquil Ecuador: INEC.
- Josep Alet. (2007). *Marketing Directo E Interactivo - Página 438*. ESIC Editorial. .
- Kotler, & Armstrong. (2008). *Precios y estrategias*. NY: KA.
- Kotler, F., & Armstrong, A. (2012). La especialidad del MArketing Directo. En E. MACAS, *Estrategias del MArketing Interactivo* (pág. 34). Mexico: Edicones Multipacifico S.A.
- López, C. R. (2010). *Estrategias de marketing que permitan aumentar las ventas de la empresa*.

- Maria Cristina Walker de Tuler. (2006). *Contratos Bancarios*. Santa Fe - Argentina: Universidad Nac. del Litoral. Página de créditos. .
- Porter, M. (2011). *LA Cadena de Valor*. New York: Ediciones de Harvard 1979.
- Roxana Escoto Leiva. (2001). *Banca comercial - Página 93*. EUNED. Página de créditos. .
- Salvador Mercado. (1997). *Mercadotecnia programada: principios y aplicaciones para orientar la empresa*. Editorial Limusa. Página de créditos. .

## ANEXOS

### Entrevista a discapacitado

*Ilustración 9 Discapacitado Vladimir Foyain Entrevistado y de acuerdo con adquirir una tarjeta de crédito*



Foto Tomada por Carlos Villegas Julio 2014

Ilustración 10 Discapacitado Jhon Bailon Entrevistado y de acuerdo con adquirir una tarjeta de crédito



Foto Tomada por Alexandra Villavicencio Julio 2014

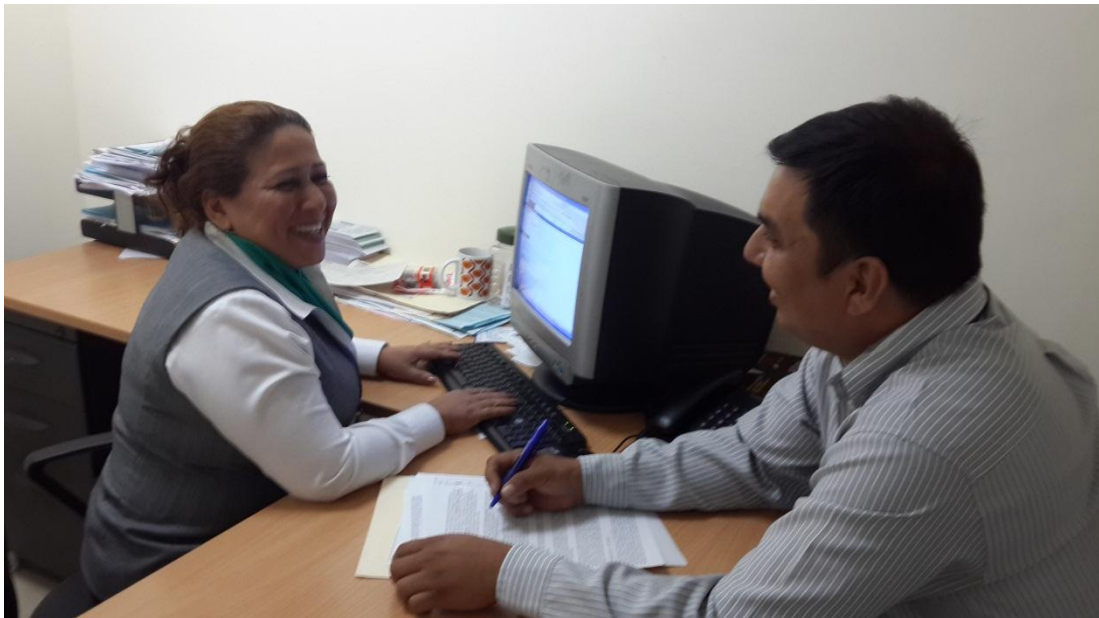


Ilustración 11 Discapacitado Jefferson Suarez Entrevistado desea adquirir una tarjeta de crédito



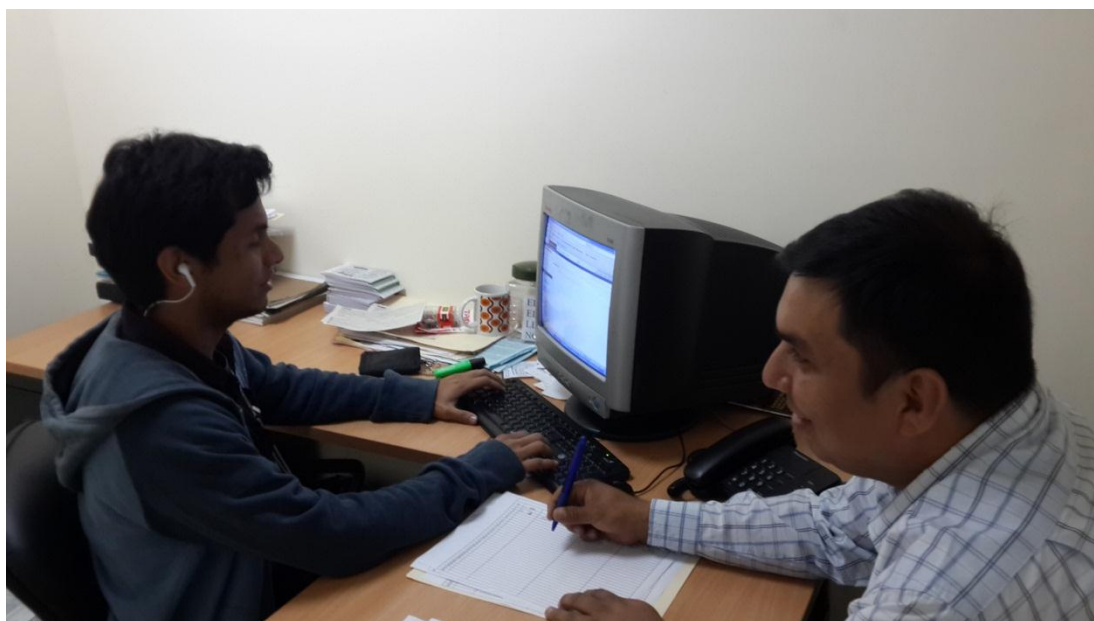
Foto Tomada por Alexandra Villavicencio Julio 2014

**Ilustración 12 Discapacitado Mercedes Gavilanes desea adquirir una tarjeta de crédito**



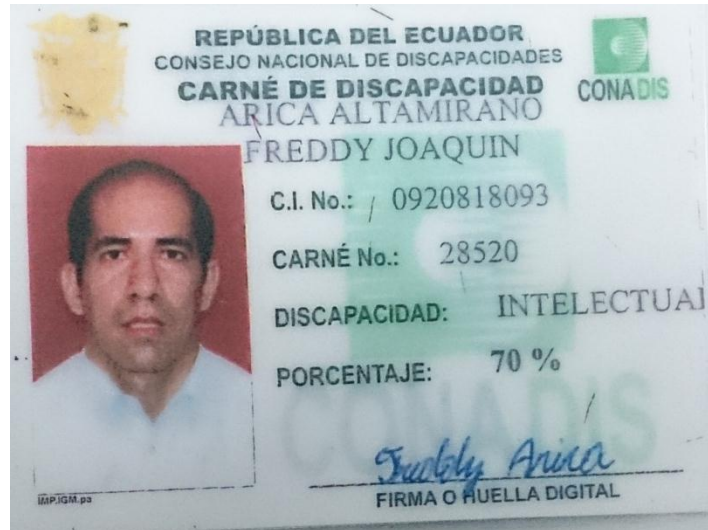
**Foto Tomada por Alexandra Villavicencio Julio 2014**

**Ilustración 13 Discapacitado Carlos Alejandro Bustos con necesidad de una tarjeta de crédito**



**Foto Tomada por Alexandra Villavicencio Julio 2014**

**Ilustración 14 Discapacitado Freddy Arica buscando obtener una tarjeta de crédito**



**Foto Tomada por Carlos Villegas Julio 2014**

**Ilustración 15 Discapacitada Eleodora Sánchez trabaja y desea obtener tarjeta de crédito**



**Foto Tomada por Carlos Villegas Julio 2014**