PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PROPUESTA DE DESARROLLO Y COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO FONDO EMERGENTE PARA LA ADMINISTRADORA DEL BANCO DE GUAYAQUIL EN LA CIUDAD DE QUITO

DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

CARLOS PATRICIO ANDRADE BORJA

DIRECTOR: ING. FERNANDO ROSAS SALAS

QUITO, 2011

DIRECTOR DE DISERTACIÓN:

Ing. Fernando Rosas Salas

INFORMANTES:

Ing. Freddy Arévalo

Master. Paulina Mancheno

DEDICATORIA

A mis padres por todo el apoyo que me han brindado en el paso de vida tanto en lo personal como en la culminación de carrera profesional.

A mis sobrinos Samantha y Tomás quienes son mi inspiración y la razón para seguir adelante.

Carlos Patricio

AGRADECIMIENTO

Mi profundo agradecimiento a Dios por guiarme por el sendero correcto en todas las etapas de mi vida.

A mis padres y mi hermano por su apoyo incondicional en los buenos y malos momentos ya que sin sus consejos y cariño no hubiese logrado la culminación de mi carrera.

A mi primo Oswaldo Dávila quien me acompañó en tiempos difíciles en mi desarrollo estudiantil.

A mis profesores, los cuales me han guiado para poder culminar con éxito, gracias por compartir sus conocimientos y experiencias.

A todas aquellas personas, amigos, familiares, que de una u otra manera han puesto en mí un granito de arena y que son de gran trascendencia.

A una persona que es muy importante en mi vida, quien con su amor cambió muchas cosas en mí, y aunque ya no esté a mi lado siempre la llevaré en mi corazón. Gracias por darme el tiempo más maravilloso de mi vida.

Carlos Patricio

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN 1

1 ADMINISTRADORA DE FONDOS 3

1.1 ANTECEDENTES 3
1.2 BENEFICIOS 6
1.3 PRODUCTOS Y SERVICIOS 7
1.3.1 Fondos Largo Plazo 7
1.3.2 Fondos Corto Plazo 9
1.3.3 Fidecomisos 10
1.4 PLAN ESTRATÉGICO DE LA ADMINISTRADORA 11
1.4.1 Misión y Visión 11
1.4.1.1 Misión 11
1.4.1.2 Visión 12
1.5 EVOLUCIÓN DE INGRESOS 12
1.6 PRINCIPALES CATEGORÍAS DE CLIENTES 13
1.7 FORTALEZAS Y DEBILIDADES 14
1.7.1.1 Fortalezas 14
1.7.1.2 Debilidades 15
1.8 INFORMACIÓN CARTERA 16
1.8.1 Participantes 16
1.8.2 Inversiones 17

2 ANÁLISIS EXTERNO E INTERNO DE LA ADMINISTRADORA 19

2.1 MACROENTORNO 19
2.1.1 Económico 20
2.1.2 Social 23
2.1.3 Legal 28
2.2 ENTORNO COMPETITIVO 30
2.2.1 Proveedores 30
2.2.2 Competencia 32
2.2.3 Barreras de Entrada 34
2.2.4 Clientes 40
2.2.5 Oportunidades y Amenazas 41
2.2.5.1 Oportunidades 41
2.2.5.2 Amenazas 41
2.3 ANÁLISIS INTERNO DE LA ADMINISTRADORA 42
2.3.1 Infraestructura 42
2.3.2 Personal 43

3 ANÁLISIS DE MERCADO 45

3.1 ANÁLISIS MERCADO ECUATORIANO 45
3.1.1 Mercado Bancario 46
3.1.2 Mercado de Fondos 49
3.2 DEFINICIÓN Y CUANTIFICACIÓN DEL MERCADO DE REFERENCIA 50
3.3 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE REFERENCIA 52
3.3.1 Estudio Exploratorio 52
3.3.1.1 Formas de Investigación 54
3.3.1.2 Método de Investigación 55
3.3.2 Investigación Descriptiva del Mercado Objetivo 57
3.3.2.1 Técnicas de Muestreo 57
3.3.2.2 Muestreo 58
3.3.2.3 Calculo del Tamaño de Muestra 60
3.3.2.4 Matriz de Perfil de Segmento 84
3.3.2.5 Segmento Meta 100

4 PROPUESTA OPERATIVA DE MARKETING 102

4.1 MARKETING MIX 102
4.1.1 Producto 102
4.1.1.1 Fondo Emergente 102
4.1.2 Precio 106
4.1.2.1 Deposito Inicial 106
4.1.2.2 Incrementos y Montos Mínimos 106
4.1.2.3 Retiros Parciales o Totales 107
4.1.2.4 Formas de Pago 108
4.1.3 Plaza 109
4.1.3.1 Opciones Distribución 109
4.1.3.2 Estimulación al Canal de Distribución 110
4.1.3.3 Mapa de Sucursales 111
4.1.4 Promoción 114
4.1.4.1 Objetivo de Comunicación 114
4.1.4.2 Plan de Medios 115
4.1.4.3 Presupuesto Publicitario 120

5 ANÁLISIS FINANCIERO 122

5.1 INVERSIÓN CLIENTE 122
5.1.1 Tabla Anual en Base a Ingresos 122
5.1.2 Ahorro 123
5.2 BENEFICIOS CLIENTE 124
5.2.1 Valores Emergentes 124
5.2.2 Cuadro de Beneficios Anuales 125
5.3 INGRESOS ADMINISTRADORA 126
5.3.1 Rentabilidad de la Colocación de la Inversión 126
5.4 GASTOS 128
5.4.1 Gasto Personal 128
5.4.2 Gasto Publicidad 129
5.5 ESTADO DE RESULTADOS 129

5.6 INSTRUMENTOS FINANCIEROS 130
5.6.1 Gestión de Riesgo Financieros 130
5.6.2 Riesgo de Crédito o Contraparte 131
5.6.3 Riesgo de Liquidez 132
5.6.4 Riesgo Operativo 132
5.6.5 Riesgo de Capital 133
5.6.5.1 Categorías de Activos Financieros 134
5.7 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL PROYECTO 136
5.7.1 Pesimista 136
5.7.2 Probable 136
5.7.3 Optimista 136
5.8 VALOR ACTUAL NETO (VAN) 137
5.9 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) 138

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 139

6.1 CONCLUSIONES 139
6.2 RECOMENDACIONES 141

BIBLIOGRAFÍA 142

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad en nuestro país, el índice de desempleo es elevado comparado con otros países de la región, por problemas políticos, económicos, etc.

Por lo cual las personas que recientemente terminan su relación laboral con una empresa, pasan por distintos problemas financieros, la principal causa de esto es que la gente no ahorra, o con el sueldo que reciben le es imposible, ya que el sueldo no avanza para cubrir las necesidades del hogar.

Por lo cual se hace imprescindible que la gente empiece a pensar en el futuro y trate de ahorrar, y que mejor en un fondo que le brinde la estabilidad de mantener el mismo sueldo que tenia en la empresa por un tiempo definido, hasta encontrar un nuevo trabajo, o a su vez arreglar de mejor manera sus deudas y el aspecto financiero de su familia.

El grupo Financiero Banco de Guayaquil cuanta en la actualidad con la filial Administradora de Fondos y Fidecomisos BG, con una trayectoria de 15 años en el mercedo Ecuatoriano, y hasta el momento cuenta con mas de 31.000 participes, con un patrimonio administrado de 100 millones de dólares aproximadamente.

La Administradora de fondos de Inversión y fideicomisos BG, es una sociedad anónima, constituida bajo las leyes de la Republica del Ecuador y debidamente autorizada a

funcionar como tal mediante la Resolución numero 94-2-5-1-0002054, expedida por la Superintendencia de Compañías el 30 de Mayo del año 1994.

Para la tranquilidad de los participes la administradora no es sujeto de embargo, ya que los fondos son de patrimonios autónomos es decir cuentan con independencia jurídica.

El comité de calificación de Riesgo es sesión ordinaria del 11 de Septiembre del 2009, resolvió asignar a la Administradora de Fondos y Fidecomisos BG la categoría EA1, considerando que el estilo de la administración permite presumir fuertemente que en el periodo de evaluación la gestión de los fondos y fidecomisos se ha realizado en forma eficiente respetando los objetivos de los mismos y enmarcados dentro de los parámetros establecidos por la ley.

La Administradora cuanta con una adecuada gestión de riesgos operativos, el mismo que establece un modelo organizacional basado en procesos, incluyendo la documentación de manuales y flujo gramas de los procesos llevados a cabo dentro de la entidad.

Los ingresos de la Administradora de Fondos y Fidecomisos BG con relación a las empresas lideres en el mercado, registra el mayor crecimiento, de igual manera al comparar los activos y los gastos, se observa que mantiene un adecuado nivel de aprovechamiento de los recursos dentro del periodo evaluado.

El proyecto de FONDO EMERGENTE promete cubrir las expectativas en la problemática actual de nuestro país.

El nuevo producto sería considerado como un fondo a Corto plazo, el mismo contara con el respaldo de una de las instituciones financieras más grandes del Ecuador como es el Banco de Guayaquil, por lo que el fondo emergente podrá utilizar el mercado y del mismo, el cual como sabemos es muy amplio.

La característica principal del Fondo Emergente es la de ayudar a sus clientes en el aspecto monetario en los momentos más difíciles como es cuando una deja de trabajar o no le renovaron su contrato.

Este Fondo tiene como finalidad un ahorro acumulativo mensual, el mismo que ganara rentabilidad, y estará disponible inmediatamente si el cliente pierde su trabajo, para que el mismo no tenga problemas financieros hasta encontrar un nueva oportunidad laboral.

Lo que busca el Fondo Emergente es brindar el mismo salario que percibían en el trabajo, para que así pueda solventar los gastos diarios o deudas adquiridas con anterioridad, dependiendo del tiempo de ahorro se puede pagar desde un mes hasta tres meses, si el cliente no tiene el ahorro como para el pago de su mismo salario, sus ahorros en el Fondo Emergente servirán como garantía para un préstamo de 2 veces lo que tenga en el mismo.

El fondo emergente a diferencia del Fondo de Cesantía, será entregado de manera inmediata, y no tendrá ningún costo de comisión.

Es un fondo de Inversión a corto plazo con un plazo mínimo de permanecía de seis meses, en los cuales deberá realizar aportes mensuales según su sueldo.

INTRODUCCIÓN

La problemática social de desempleo y subempleo no es algo que podemos darle solución global pero podemos ser una alternativa, una opción, podemos darle a las personas la seguridad de contar con una Institución que respalda su ahorro con objetivos específicos de protección.

Puede existir una formula de captación de recursos capaz de permitirle al cliente aportar a su seguridad futura en el momento que su obligación laboral termine y pueda estar tranquilo al no afectar su ingreso mensual mientras consigue un nuevo empleo. Esta fórmula es la que ahora llamamos FONDO EMERGENTE.

El fondo Emergente es una idea inteligente para el ahorro de las personas, ya que primeramente estaríamos ahorrando un dinero para cualquier dificultad en el futuro, además este dinero también ganara una rentabilidad, y el fondo estará disponible en seguida cuando la persona lo necesite.

La principal novedad de este nuevo fondo es que se pagara inmediatamente después de que la persona sea despedida o no renovada en su cargo, pero el pago será el mismo valor que recibía como sueldo en su trabajo, lo cual dará un alivio a las personas ya que no deberán de preocuparse por sus deudas hasta conseguir un nuevo trabajo.

La mayoría de las personas en el Ecuador, no realiza un adecuado ahorro, esto es principalmente por falta de conocimiento y también porque el dinero del sueldo no avanza para los gastos del hogar.

Por lo cual al afrontar un despido o no renovación de contrato las personas caen en un problema, ya que mantienen deudas, gastos, los cuales deben ser solventados inmediatamente. Pero al no contar con ahorros, y tener que esperar por la liquidación o encontrar otra fuente de ingresos las personas tienen varias dificultades financieras.

Dentro de los productos como fondos bancarios, seguros, ahorros etc. no existe nada que pueda ayudar a las personas que por cualquier razón dejan de trabajar, y aunque hay un fondo de cesantía este no se puede cobrar hasta 6 meses después de no tener trabajo.

Planteo una propuesta de fondo emergente que proporcione seguridad, estabilidad e incluso salud porque la principal preocupación, ante el problema de desempleo, es el bienestar de las personas.

Inmediatamente después de terminar la relación laboral es muy difícil afrontar la situación, por lo cual un fondo de emergente para estos primeros meses seria un alivio y una gran ayuda para solventar los problemas hasta encontrar un nuevo trabajo.

1 ADMINISTRADORA DE FONDOS

1.1 ANTECEDENTES

El Banco de Guayaquil es una institución financiera de banca universal con base en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Esta institución inició actividades el 20 de diciembre de 1923, bajo la denominación de Sociedad Anónima Banco Italiano, y el 24 de septiembre de 1941, mediante una nueva escritura pública, se lo denomina con su nombre actual Banco de Guayaquil.

El 9 de mayo de 1984, el grupo de accionistas de Financiera del Sur S.A., mejor conocida como Finan Sur, adquirió la mayoría de las acciones del Banco de Guayaquil.

A partir de estos acontecimientos, la nueva administración del Banco de Guayaquil S.A. aplicó un enfoque moderno de banca, el cual adquirió equipos de computación más sofisticados del mercado y creó cuatro divisiones básicas para el desarrollo de sus Servicios, los cuales son: Banca Corporativa, Banca Personal, Banca de Inversiones y la División de tarjetas de crédito Visa BG.

En los próximos años se empezó un firme posicionamiento en el mercado nacional como el primer Multibanco del Ecuador, que ofrecía todos los servicios bancarios y financieros a través de una sola organización.

El 29 de marzo de 1995, la Junta de Accionistas del Banco de Guayaquil S.A., aprueba suscribir un convenio de responsabilidad con compañías subsidiarias tales como Guayaquil Bank, Administradora de Fondos BG, Casa de Valores Multivalores BG y Río Guayas Cía. de Seguros y Reaseguros.

Este convenio compromete el respaldo de las operaciones de dichas compañías hasta por el valor de sus propios activos, con el banco como propietario del 100% de las acciones y con derecho a voto en cada una de las subsidiarias.

En 1997 el Banco de Guayaquil se fusionó con el Banco Sociedad General y se convirtió en uno de los bancos más grandes del país, hasta la actualidad.

En abril del 2006, el Banco de Guayaquil mejoró su calificación de Riesgo, al pasar de AA+ a AAA-. Dos revisiones trimestrales posteriores por parte de la Calificadora de Riesgo, confirman la calificación AAA-, la más alta calificación otorgada para los bancos privados nacionales.

Esta calificación, es la máxima de la Banca Ecuatoriana concedida al esfuerzo institucional reflejado en su solidez, liquidez y rentabilidad, así como su excelente reputación en el medio financiero. Así mismo en el mercado de valores, con la emisión de obligaciones, tiene la más alta calificación AAA-, sobresaliendo por nuestros títulos en el mercado bursátil.

En el año 2007: El Banco de Guayaquil abre su primera oficina de Representación en Madrid – España. Y al año siguiente el Banco de Guayaquil se instala en Panamá

como Banco de Guayaquil Panamá. Un banco panameño con operaciones en Ecuador.

La administradora de Fondos de Inversión y Fidecomisos BG S.A. es una sociedad anónima perteneciente al Grupo Financiero Banco de Guayaquil, constituida bajo las leyes de la República del Ecuador y debidamente autorizada a funcionar como tal mediante Resolución No 94-2-5-1-0002054, expedida por la Superintendencia de Compañías el 30 de mayo del año 1994.

El comité de calificación de Riesgo es sesión ordinaria del 11 de Septiembre del 2009, resolvió asignar a la Administradora de Fondos y Fidecomisos BG la categoría EA1, considerando que el estilo de la administración permite presumir fuertemente que en el periodo de evaluación la gestión de los fondos y fidecomisos se ha realizado en forma eficiente respetando los objetivos de los mismos y enmarcados dentro de los parámetros establecidos por la ley.

La Administradora cuenta con una adecuada gestión de riesgos operativos, el mismo que establece un modelo organizacional basado en procesos, incluyendo la documentación de manuales y flujo gramas de los procesos llevados a cabo dentro de la entidad.

Los ingresos de la Administradora de Fondos y Fidecomisos BG con relación a las empresas líderes en el mercado, registra el mayor crecimiento, de igual manera al comparar los activos y los gastos, se observa que mantiene un adecuado nivel de aprovechamiento de los recursos dentro del periodo evaluado.

La Administradora de Fondos BG cuenta con una trayectoria de 15 años en el Mercado Ecuatoriano, en la actualidad tiene más de 31000 participes, con un patrimonio administrado de $100 millones de dólares aproximadamente.

1.2 BENEFICIOS

Uno de los principales beneficios que tiene la Administradora para sus clientes es que su dinero automáticamente obtiene diversificación y seguridad, ya que el mismo se invierte simultáneamente en las mejores instituciones del mercado, disminuyendo así cada vez el riesgo por concentración que tienen las inversiones tradicionales.

Para la tranquilidad y confianza nuestras inversiones son realizadas en papeles de renta fija y en empresas con calificación mínima A, reflejándose así una rentabilidad competitiva que nos permite ser siempre conservadores, en beneficio de los intereses de nuestros clientes.

Para mayor facilidad las inversiones no tiene vencimiento, así el cliente no debe realizar renovaciones periódicas, A diferencia de otras inversiones los Fondos permiten a sus cliente realizar incrementos en sus inversiones sin mayores complicaciones o papeleos.

La rentabilidad brindada en los distintos Fondos de Inversión son mayores que los que un cliente puede obtener en la libreta de ahorros, y a diferencia de la misma no tiene costos de mantenimiento, ni tarjetas, etc.

A diferencia de los certificados de depósitos, el rendimiento que le ofrecemos es neto, ya que los Fondos asumen el costo. La capitalización de los Fondos de Inversión es diaria.

1.3 PRODUCTOS Y SERVICIOS

La Administradora de Fondos y Fidecomisos BG, en la actualidad cuenta con varios productos para sus clientes, los mismos tiene como diferencia principal el tiempo de permanecía de sus inversiones, del capital que disponga para las mismas y para que necesita el dinero.

1.3.1 Fondos Largo Plazo

Los Fondos de Largo Plazo son aquellos que tienen una permanencia mínima de 3 años, con mensualidades mínimas de $14 dólares. Los más conocidos son:

Confianza: Es el Plan de ahorro enfocado en la Jubilación, el afiliado tiene la opción de escoger el plazo y el monto de aportación de acuerdo a su Capacidad Económica. El periodo mínimo de permanencia es de 3 años, ganando una rentabilidad variable hasta del 5% anual.

El aporte a este Fondo se realiza mensualmente mediante la opción que el cliente escoja puede ser del Rol de Pagos o Debito a la Cuenta.

Cesantía: Nuestros clientes cuentan con un respaldo económico en caso de perder su trabajo, puede retirar todo el dinero acumulado en el Fondo a partir de la primera aportación presentando la carta de finiquito laboral, sin ninguna comisión de salida.

Al momento de presentarse una emergencia económica, a partir del año de aportación, el afiliado puede realizar un retiro anticipado hasta del 70% del fondo, aunque no haya cumplido su periodo mínimo de permanencia.

Este retiro genera una comisión de salida máxima del 15% sobre el monto a retirar, por este motivo se lo recomienda utilizar como última alternativa.

El afiliado puede realizar depósitos adicionales desde $1 Dólar, luego de cumplir un periodo de permanencia de 30 Días, puede realizar el retiro de este ahorro ganando la misma rentabilidad del fondo.

Saber: Este fondo está destinado para la educación de sus seres queridos, mediante un aporte mensual, usted puede cubrir todos los costos académicos necesarios para el desarrollo profesional de sus hijos.

Le genera una rentabilidad variable del 3% al 4 % anual, a partir del año de aportación, usted puede retirar hasta el 100% del monto acumulado, presentando un justificativo de que utilizara el fondo para pagar los estudios de sus hijos.

Si el afiliado se quedara cesante, presentando el acta de finiquito laboral puede retirar el 100% del fondo sin comisión de salida.

1.3.2 Fondos Corto Plazo

Los Fondos a Corto plazo son aquellos que tienen una permanecía mínima de 5 a 30 días, los más conocidos son:

Rentable: Es un fondo que tiene permanencia mínima de 5 días, en los cuales el dinero no puede ser retirado, se apertura con un monto mínimo de $400, la rentabilidad la gana diariamente, y sus retiros deben ser avisados con 2 días de anticipación, si desean realizar incrementos con montos mayores a $200.

Fondocash: Al igual que el fondo Rentable tiene una permanencia mínima de 5 días, la diferencia es el monto de apertura que es de $1000.00, cabe recalcar que los fondos a corto plazo son de renta variable, pero este fondo tiene una mayor rentabilidad.

Caudal: Es un fondo que tiene como permanencia mínima 30 días, en los cuales no se puede retirar el dinero, se apertura con un monto de $80 dólares, y sus incrementos son de mínimo 50 dólares tiene una mayor rentabilidad que los fondos de permanencia 5 días.

Multifondo: Permanencia mínima 30 días, con un monto mínimo de apertura de $5000 dólares, e incrementos no menores a $100 dólares, es una de los fondos que mayor rentabilidad brinda a sus clientes.

1.3.3 Fidecomisos

Fideicomiso Mercantil: Es un acto de confianza en el cual una persona natural o jurídica (Denominada Constituyente) contrata a una Fiduciaria, para que ésta se encargue de ejecutar y atender determinadas instrucciones respecto de ciertos bienes, sea en beneficio del propietario de tales activos o de un tercero (denominado Beneficiario).

Fideicomiso de Administración: Es el contrato en virtud del cual el Constituyente transfiere dinero o bienes a un patrimonio autónomo, para que la Fiduciaria los administre y desarrolle la gestión encomendada y destine los rendimientos, si los hay, al cumplimiento de la finalidad señalada.

Fideicomiso de Garantía: Es el contrato a través del cual el Constituyente transfiere de manera irrevocable la propiedad de uno o varios bienes a un patrimonio autónomo, para garantizar con ellos y/o con su producto el cumplimiento de ciertas obligaciones de dicho Constituyente, designando como beneficiario al acreedor de éstas.

Fideicomiso Inmobiliario: Es el contrato en virtud del cual se transfieren bienes para que el fiduciario mercantil realice gestiones administrativas y legales con el fin de desarrollar proyectos inmobiliarios, todo en provecho de los beneficiarios instituidos en el contrato.

Fideicomiso de Inversión: Es el contrato en virtud del cual se transfiere a un Patrimonio autónomo, sumas de dinero para que la fiduciaria los invierta para beneficio propio o de terceros.

Encargo Fiduciario: Es el contrato en virtud del cual el Constituyente instruye con carácter temporal para que la fiduciaria cumpla diversas finalidades, tales como de gestión, inversión, tenencia, enajenación, con disposición a favor del propio constituyente o de un tercero. En el Encargo Fiduciario no existe conformación de patrimonio autónomo.

Titularización: A través de un Fideicomiso Mercantil se integran activos que existen o que se espera que existan, capaces de generar flujos de caja futuros o derechos de contenido económico; contra el cual se emiten valores susceptibles de ser colocados o negociados libremente en el Mercado Bursátil.

1.4 PLAN ESTRATÉGICO DE LA ADMINISTRADORA

1.4.1 Misión y Visión

1.4.1.1 Misión

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

Nos hemos posicionado como una compañía líder e innovadora en el sector. Preocupados siempre por la satisfacción y seguridad de nuestros

clientes, ofrecemos soluciones financieras altamente rentables para los inversionistas y accionistas de la compañía.

1.4.1.2 Visión

Nos vemos como la marca líder de servicios financieros de los Ecuatorianos. Estamos presentes en todos y cada uno de sus hogares y en todas y cada una de sus empresas.

Somos una compañía diferenciada por la eficiencia y eficacia de su gestión, con un personal altamente calificado. Utilizamos la más avanzada tecnología, que nos ayuda a lograr una mayor productividad y facilita el contacto con los inversionistas.

1.5 EVOLUCIÓN DE INGRESOS

En los últimos años la administradora de Fondos Banco Guayaquil, a tenido un incremento tanto en sus ingresos, como en el numero de participes de los fondos y fidecomisos.

La Administradora de Fondos y Fideicomisos BG celebro el pasado 2 de mayo 16 años de su constitución siendo una de las pioneras en incursionar en el mercado de Valores.

En la actualidad cuanta con más de 31000 participes, con un patrimonio administrado de $100 millones de dólares aproximadamente, lo cual ha hecho de la administrado

de Fondos BG, una de las más grandes del País, además para la tranquilidad de los participes no es sujeto de embargo, ya que los fondos son patrimonio autónomo es decir con independencia Jurídica.

Los Resultados del Grupo Banco Guayaquil han mostrado el compromiso y la dedicación de sus directivos, así como del resto de funcionarios, en la consecuencia de las metas fijadas con el fin de garantizar su crecimiento permanente.

En lo que se refiere a Fondos de Corto Plazo cerro a Febrero del 2010 en $478 millones de dólares, con lo cual la administradora de fondos BG tuvo una participación del mercado del 21% ocupando el primer lugar en este segmento, comparado con todas las otras empresas.

1.6 PRINCIPALES CATEGORÍAS DE CLIENTES

La Administradora de Fondos y Fidecomisos BG, cuenta con un sin número de clientes los cuales en los últimos años han crecido en un alto porcentaje, llegando así en fondos a Corto Plazo a un total de 8517 participantes, los cuales han registrado un ahorro de $84.887.992 dólares, y en Fondos a Largo Plazo en la actualidad tiene 30910 participantes con un ahorro de $90541.253.

Dentro de la administradora se puede definir a sus clientes en varias formas, como por ejemplo de acuerdo al producto o servicio que tengan, así podemos definir 3 clases de clientes los de Fondo a Corto Plazo, Fondo a Largo Plazo y Fiduciario.

También se puede definir dentro de dos categorías que son clientes personas naturales y empresas, Cabe recalcar que los principales clientes que tiene la administradora provienen de las empresas, ya que en los últimos años se ha logrado que el personal de las mismas entre a un ahorro o corto o a largo plazo.

1.7 FORTALEZAS Y DEBILIDADES

1.7.1.1 Fortalezas

- Cuenta con todo el respaldo y la experiencia de una entidad que se ha caracterizado por su rentabilidad y confiabilidad para la seguridad de sus clientes.

- Los Fondos de Inversión BG tienen un patrimonio de 90.5 millones de dólares con un total de 30.910 partícipes.

- Ocupamos el segundo lugar por tamaño de patrimonio en el País.

- Tenemos cuatro fondos de inversión de Corto plazo con un mínimo de 5 días y un máximo de 30 días, y tres fondos de largo plazo de aportaciones periódicas de hasta 3 años.

- Tenemos un fondo colectivo cuyo propósito es la reactivación del sector empresarial.

- El dinero de los clientes automáticamente obtiene diversificación y seguridad.

- Las inversiones son realizadas en papeles de renta fija y en empresas con calificación mínima A, reflejándose así una rentabilidad competitiva

- La rentabilidad brindada en los distintos Fondos de Inversión son mayores que los que un cliente puede obtener en la libreta de ahorros.

- La capitalización de los Fondos de Inversión es diaria.

1.7.1.2 Debilidades

- No cuenta con Personal en todas las Agencias del Banco Guayaquil para la venta de los distintos productos o servicios que ofrece la Administradora de Fondos y Fidecomisos BG.

- Puede existir una confusión sobre los Fondos y otros productos ofrecidos por el Grupo Financiero BG.

- Los clientes no conocen todos los beneficios que tiene los distintos servicios de la Administradora.

- Los periodos de permanencia mínima son obligatorios, y si no se cumplen tienen un castigo de cierto porcentaje de sus ahorros.

- No se tiene el suficiente conocimiento sobre todos los tipos de Fondos que la Administradora posee.

1.8 INFORMACIÓN CARTERA

1.8.1 Participantes

La Administradora de Fondos cuanta en la actualidad con [1]30910 clientes, de los cuales 8.517 son participantes de Fondos a Corto plazo, y 22.393 participantes A Largo Plazo, los mismos que están divididos en los distintos Fondos detallados en el siguiente cuadro:

[1] ECUADOR. BANCO DE GUAYAQUIL. [http://www.bancoguayaquil.com/bg/administradora-fondo].

CUADRO Nº 1

FONDOS DE INVERSIÓN	
FONDOS CORTO PLAZO	**PARTICIPANTES**
CAUDAL	5586
MULTIFONDO	722
RENTABLE	1688
FONDCASH	521
SUMAN	8517
FONDOS LARGO PLAZO	**PARTICIPANTES**
CONFIANZA	13686
SABER	5246
VIVIENDA	3461
SUMAN	22393
TOTAL	30910

Fuente: Administradora Banco de Guayaquil
Elaborado por: Carlos Andrade

1.8.2 Inversiones

Dentro de lo que significa inversiones de la Administradora de Fondos, tenemos que recalcar que es una de las más grandes del País, en lo que respecta a las Administradoras, Cooperativas.

La inversión con la que cuenta es de un aproximado de [2]90541,253, de los cuales el 93.75% corresponde a Fondos de Corto Plazo, y el 6.25% restante a Fondos de Largo Plazo.

En el siguiente cuadro podremos observar las inversiones de acuerdo a los distintos tipos de fondos:

[2] ECUADOR. BANCO DE GUAYAQUIL. [http://www.bancoguayaquil.com/bg/administradora-fondo].

CUADRO Nº 2

FONDOS DE INVERSIÓN	
FONDOS CORTO PLAZO	**DOLARES**
CAUDAL	35948,288
MULTIFONDO	10133,74
RENTABLE	36680,67
FONDCASH	2125,295
SUMAN	84887,993
FONDOS LARGO PLAZO	**DÓLARES**
CONFIANZA	3835,233
SABER	1463,29
VIVIENDA	354,999
SUMAN	5653,522
TOTAL	90541,515

Fuente: Administradora Banco de Guayaquil
Elaborado por: Carlos Andrade

2 ANÁLISIS EXTERNO E INTERNO DE LA ADMINISTRADORA

2.1 MACROENTORNO

Por macroentorno se refiere al entorno general que rodea a la empresa y es común para las empresas de un mismo sector o país. Son un conjunto de factores del entorno que tienen una influencia no inmediata y afectan no solo a la actividad comercial sino a otras actividades.

El análisis del entorno generalmente se refiere a los datos macroeconómicos pero también puede incluir industria y análisis de la competencia, análisis del consumidor, innovaciones de producto y el entorno interno de la compañía.

Analizar estas variables del entorno para buscar amenazas y oportunidades requiere que cada epígrafe sea puntuado en dos dimensiones. En primer lugar, debe ser puntuado según su impacto potencial en la compañía y, en segundo, también la posibilidad de que dicho impacto ocurra.

Multiplicando el parámetro del impacto potencial por el valor de la posibilidad de que ocurra nos dará una buena indicación de su importancia para la empresa.

El macroentorno está compuesto por todas aquellas variables que influyen en la organización y que ésta no puede controlar, aunque, suelen ser muy poderosas y tienen un efecto decisivo sobre la organización.

A diferencia de los factores que forman el microentorno, los factores del macroentorno, teóricamente, no guardan una relación causa-efecto con la actividad empresarial. Son genéricos y existen con independencia de la compañía en el mercado.

Se refiere al medio externo que rodea a la organización desde una perspectiva genérica, es decir, a todo lo que rodea a la organización derivado del sistema socioeconómico en el que desarrolla su actividad.

Cada vez tiene una dimensión más amplia e intensa, debido en gran medida a la creciente internacionalización de la actividad económica.

2.1.1 Económico

Según el Boletín de Cuentas Nacionales Trimestrales No. 70 del Banco Central del Ecuador (BCE), el desempeño anual del 2009 de su economía fue positivo; muestra de ello es que el Producto Interno Bruto (PIB) alcanzó los US$24,120 millones, en términos reales, que representa un crecimiento de 0.36%; esto, gracias a que el último trimestre del año, se evidenció una recuperación, por efecto de las políticas económicas internas implementadas y disminución de las consecuencias de la crisis financiera mundial.

El VAB de la industria Manufacturera (excluye refinados de petróleo), siguió la misma línea, ya que presentó un incremento de 0.65% en el cuarto trimestre del 2009, al igual que el de la Intermediación Financiera que creció en 0.29% en el cuarto trimestre del 2009; recuperación económica del sistema financiero

ecuatoriano que en términos anuales fue positivo en 1.68%, incrementándose las Capacitaciones (Depósitos de Ahorro y a Plazo Fijo), así como las utilidades del Sector.

Es importante destacar, además el buen desempeño anual del sector de la Construcción, que presentó un incremento de 5.37%; no se quedan atrás Otros Elemento del PIB (impuestos directos menos subvenciones sobre los productos), que en el cuarto trimestre del 2009 presentaron un incremento de 3.98%, debido a una mejor gestión tributaria y al incremento de la actividad productiva.

Desde la óptica de la Oferta y Utilización de Bienes y Servicios, en el cuarto trimestre del 2009, el Consumo de la Administración Pública se incrementó en 1.10%; sumado a que en este trimestre la Formación Bruta de Capital Fijo (la Inversión) creció en 0.90% mientras que el Consumo de los Hogares aumentó en 1.03%; no así las Exportaciones que decrecieron en 3.24%, tendencia que no siguieron las Importaciones pues presentaron un incremento de 5.92% en el cuarto trimestre del 2009, aunque en el año mostraron una caída 11.57%.

La actividad de la industria Electricidad y Agua también se redujo en 30.95% en el último trimestre del 2009; de igual manera, experimentó un decrecimiento anual de 12.15%, debido a la reducción de la producción eléctrica, originada en el fuerte estiaje (reducción de los niveles de lluvia en las represas hidroeléctricas) presentado en el último trimestre del año anterior; asimismo, por el mayor consumo de Derivados (diesel, fuel oil, bunker, gas, nafta) utilizados en la generación termoeléctrica.

El Banco Central Del Ecuador prevé que para el año 2010, el producto Interno Bruto alcanzaría una tasa de 2%- 4% sustentado básicamente en un mayor dinamismo de la inversión pública, especialmente en los sectores petroleros y de infraestructura.

El primer trimestre del año 2010, la inflación anual (marzo 2009-marzo2010) fue de 3.35%.En marzo del 2010 se registro una variación en la inflación mensual de 0.16% y la acumulada de 1.34%.

El comportamiento de la inflación se encuentra estrechamente vinculado a los incrementos mensuales del IPC como consecuencia del incremento de precios de la canasta de bienes y servicios, en especial de los productos agrícolas, debido a la sequía que se viene acentuando desde finales del 2009.

En cuanto al mercado Laboral, al cerrar el año 2009, el desempleo fue mayor que el nivel alcanzado en el año anterior (7.9% frente 7.3%) debido principalmente a los efectos de la crisis Internacional que ha golpeado al mercado laboral, mostrando una ligera tendencia al alza en los niveles de desempleo. Por su parte el subempleo también fue mayor (50.5% frente a 48.8% en el 2008), sin embargo se observa una tendencia a la baja.

El riesgo país que es el indicador promedio de la inversiones realizadas en nuestro país, al mes de marzo del 2010 se sitúo en 817, si bien es inferior al indicador de marzo 2009 que fue den 3568, el mismo continua siendo superior al promedio de América Latina.

La reserva Internacional de Libre Disponibilidad (RILD) Del Ecuador se ubica para el mes de marzo en USD 4.007.10 MM lo que representa un aumento del 24% con respecto al saldo del 30 de marzo USD 3.244.07 MM.

La inflación acumulada entre enero y junio del 2010 llego a 1.87%, cifra inferior al 2.86% registrado en el primer semestre del año 2009, El indicador de inflación anual (junio 2009-junio 2010) fue de 3.30% también por debajo del 4.54% registrado el año anterior. Con respecto a la inflación mensual, la misma obtuvo una reducción del 0.01%.

2.1.2 Social

La internacionalización de las personas en el mundo y la globalización de la economía han obligado a los países del tercer mundo como Ecuador, a insertarse por sí mismos en un proceso de implementación de políticas neoliberales.

Esto juntado al problema de la deuda externa ha provocado la reducción en los servicios sociales causando sufrimiento a los pobres en la sociedad, además de la privatización de empresas públicas, que están generando consecuencias impredecibles para la mayoría de ecuatorianos. Este modelo de desarrollo esta polarizando a los ricos y a los pobres, un 3% por ciento de la población económicamente activa (PEA) toma el 43.7% de la producción nacional bruta, mientras el 53.8% de la (PEA) recibe ingresos que representan el 10.5% de la riqueza.

Por muchos años Ecuador sigue siendo considerado uno de los países de mayor pobreza y desigualdad en América Latina, con problemas graves en la actual sociedad y tendencias mundiales (tecnología, conocimiento, etc.), El desempleo en los jóvenes es cada vez mayor, por lo que las expectativas de un país mejor y enmarcado en el mundo global es cada vez más difícil.

Desde la crisis económica de finales del siglo anterior, el desempleo en el país creció estrepitosamente, la migración asomó como única solución a la falta de empleo, a los jóvenes en la actualidad les es más difícil conseguir empleo que hace diez años.

Mientras que las empresas privadas por otra parte, se han visto severamente afectadas por la crisis y su falta de visión y competitividad les ha llevado a entrar en procesos rigurosos de ajuste de sus plantas de personal para ganar competitividad en una economía abierta, por lo que la tendencia para volver a "reclutar" al personal despedido y generar empleo es moderada y en la primera fase de la reactivación los esfuerzos se orientan a profundizar el uso de la capacidad instalada.

Los problemas de la sociedad se dimensionan con más fuerza y toman más sentido desde una valoración política. La labor consiste sencillamente en puntualizar situaciones sociales y hacer planos de tratamientos, teniendo en cuenta cierta cordura del pensar sobre la realidad social del Ecuador.

Puedo decir en forma general que los problemas sociales se entienden como el conjunto de males que aflige a ciertos sectores de la sociedad, los remedios

para ponerle término y la paz que solucione la lucha de clases entre pobres y ricos.

Esto se da por la evolución y el crecimiento de la sociedad, por lo que se dan conflictos entre quienes poco o nada tienen y aquellos que cuentan con algo o mucho más.

De esta pugna de intereses y poderes surge los que se denomina como Cuestión Social o Problema Social, en la cual existen diferencias, oposiciones, rivalidades, conflictos y choques de carácter económico, político y hasta cultural.

Se pueden numerar un sinnúmero de problemas, por muy pequeños que sean, pero problemas son, y por lo tanto afectan a toda persona, y por ende a la sociedad.

Los malos gobiernos, que por la mezquindad y ambición de ser ricos y más ricos, dan como resultado:

El desempleo. La delincuencia. La Prostitución. Las violaciones. Los asaltos.

Los asesinatos. El alcoholismo; y, La pobreza.

Todo este sinnúmero de problemas se dan por la manera desigual de distribuir la riqueza; si llegara un poquito de esta riqueza a todos los rincones de la patria (País), tendríamos una mejor manera de vida.

Se puede solucionar, si todos los gobiernos, todos los partidos políticos y todo aquél opositor, y por supuesto, todo el pueblo en general, nos uniéramos, para dar soluciones de felicidad y progreso en todo lo bueno que deba aplicarse para el buen desarrollo del país.

De ahí parte toda esta desigualdad, esta forma tan equivocada de repartir las riquezas de nuestro país; muchas veces, mejor dicho, nunca llega el presupuesto a su destino, sino más bien al bolsillo de unos cuantos sabidos que nos gobiernan; hemos perdido un valor ético muy importante: La Moral.

Ya no existe esta palabra, no importa el dolor humano, el sufrimiento de nuestros hermanos que desfallecen por un pedazo de pan que no tienen para llevarse a la boca. Ya sea porque no hay trabajo, y como no lo hay, muchos se dedican a delinquir, y las mujeres a prostituirse.

Si todos tuviéramos un trabajo, pero lamentablemente no lo hay, y la falta de trabajo y la desesperación dan como resultado: La delincuencia, porque de algo se tiene que vivir; y más aún, a veces se tiene que vender lo poco que se tiene para emigrar a otros lugares en donde se va a ganar un poco más, pero a cambio de sacrificios, por dejar su familia, de ser maltratados, y de aguantar humillaciones de personas que no piensan y sienten la discriminación de diferencias de razas y de lengua, como es la herencia que dejo Hitler en Europa el racismo, y que se extendió a todo el mundo. Por la falta de motivaciones y de querer ser auténticos, muchas veces nos dejamos influenciar por ideas que vienen desde afuera, y las ponemos en práctica en nuestro medio. Esto da

como resultado que aprendamos, o mejor dicho que seamos unos verdaderos copiones de la invasión extranjera.

Claro está que hay muchas cosas buenas, pero que en definitiva no nos ayudan a nada, porque las interpretamos mal, y como resultado lo hacemos mal, de acuerdo a como pensamos.

Una de las causas de mayor renombre es la falta de empleo; esto da como resultado todas aquellas cosas malas que muchas veces uno no quiere hacerlas, pero termina haciéndolas, ya sea por la desesperación de no tener donde trabajar.

De la armonía de todas las clases sociales que se proyecten a un buen fin, depende la felicidad social.

La delincuencia en nuestro medio y en estos tiempos, requiere de un estudio muy profundo y sistematizado, ya que son muchos los problemas que agravan los aspectos patológicos infantiles, seguido de factores psicológicos que con mucha frecuencia son descuidados por nuestra sociedad, y poco nos importa la mente de un niño, porque es ahí donde se comienza a resquebrajar este miembro de la sociedad, sin ni siquiera darle la oportunidad de llegar a ser miembro eficaz y productivo, que contribuya a la tarea común.

Aunque en la actualidad tenemos cierta estabilidad política, lo cual hace que la sociedad y sobre todo la inversión extranjera se sienta más confiada y por ende desarrollarse de mejor manera.

Dentro de la sociedad Ecuatoriana existen varios problemas los principales son el racismo, el desempleo, la delincuencia, la migración, este último es uno de los más graves problemas de la sociedad Ecuatoriana ya que 2 de cada 3 familias, tiene o ha tenido un familiar que ha viajado al exterior a buscar un mejor futuro para él y toda su familia.

2.1.3 Legal

Que mediante Ley 107 publicada en el Registro Oficial No. 367 de 23 de julio de 1998, el Honorable Congreso Nacional del Ecuador expidió la Ley de Mercado de Valores;

Que el numeral cuarto del artículo 9 de la Ley de Mercado de Valores, faculta al Consejo Nacional de Valores, a expedir las normas complementarias y las resoluciones administrativas de carácter general necesarias para la aplicación de la citada ley;

Que el Capítulo II del Título XIV de la Ley de Mercado de Valores, trata de los fondos de inversión;

Que el manejo de los fondos de inversión deben efectuarse dentro de un marco de eficiencia económica y de protección a los inversionistas, en el que las normas deben ser claras y estables, tendentes a preservar la confianza en el Mercado de Valores; y, En uso de sus facultades legales y reglamentarias.

Dentro del Reglamento para los Fondos de Inversión, cabe recalcar algunos de los artículos más importantes como:

Art. 3.- Ingresos y egresos del fondo.- En las cuentas bancarias de cada fondo deberá acreditarse la totalidad de los aportes, el producto de las inversiones y todos los demás ingresos percibidos a nombre del fondo.

Art 3.- De las cuentas bancarias del fondo sólo podrán efectuarse retiros destinados a la adquisición de valores y demás inversiones que se realicen a nombre del fondo, al pago de rescates, comisiones, impuestos y a los demás gastos establecidos en el reglamento interno del fondo.

Art. 5.- Responsabilidad del administrador.- Los bienes, dineros o valores que constituyen el patrimonio del fondo, cualquiera que este fuere, podrán ser administrados por la sociedad administradora, en la forma que estimare más conveniente, dentro de los objetivos señalados en su reglamento interno y en función de lograr el mejor desempeño y atención de su encargo. Sin embargo, éstos no responderán ni serán embargables por deudas de sus inversionistas aportantes. La sociedad administradora de fondos responderá de cualquier pérdida que fuere ocasionada por su culpa en el manejo y atención del patrimonio del fondo.

Art. 6.- Tipos de fondos: Los fondos administrados de inversión pueden ser, según su objetivo, educacionales, de vivienda, pensiones, cesantía y otros que sean autorizados por el CNV mediante resolución.

Fondos de inversión educacionales, de vivienda, pensiones, cesantía y otros similares que sean autorizados por el CNV, tendrán como característica principal invertir en activos y valores, de acuerdo al artículo 87 de la Ley de Mercado de Valores.

2.2 ENTORNO COMPETITIVO

2.2.1 Proveedores

El Grupo Financiero BG, por su trabajo con las distintas Filiales cuanta con un sin número de proveedores, para poder brindar un servicio de calidad a los clientes, estos nos entregan varios productos de excelente calidad y de última tecnología. Entre los más reconocidos tenemos:

SENEFELDER: Es la empresa que provee con lo que se refiere a documentos de seguridad al Grupo Financiero BG. Como por ejemplo cheques, pagares, etc.

Artes Gráficas Senefelder C.A. es una empresa ecuatoriana que proporciona a sus clientes una amplia gama de impresos y servicios.

Desde 1921, ha mantenido altos estándares de calidad en las principales categorías de productos. Lidera en la mayoría de los segmentos incluyendo revistas, insertos, libros, catálogos, impresiones especiales, envases pagables, para cajas de camarón, laminado en cartón, valores y formas continuas.

Cuenta con más de 300 colaboradores, manteniendo su compromiso con el recurso humano y tecnológico, para satisfacer las expectativas de los mercados en que compite.

CAVES: La empresa Caves es la encargada de entregar los almuerzos a todo el personal del Grupo Financiero BG.

Es una empresa de Servicios de Catering y afines, caracterizada por satisfacer las expectativas de sus clientes en cuanto a la calidad de sus productos y servicios**.**

Se incluyen los servicios de preparación de alimentos y transporte de los mismos desde su planta de producción hasta el consumidor final, según la necesidad del cliente, abarcan además una amplia gama de servicios adicionales entre los que se incluyen, pero no limitan a camarería, lavandería y servicios generales de mantenimiento de campamentos.

SEGUEN: Esta empresa es la que brinda seguridad al Grupo Financiero BG. La empresa fue creada como una respuesta lógica y concreta a un entorno de inseguridad creciente e incontrolable en el país, tiene su oficina matriz en la ciudad de Guayaquil, con oficinas en Quito, Machala, Quevedo, Milagro y Salinas.

Cuenta con profesionales que combinan sus conocimientos con la experiencia adquirida durante el tiempo que estuvieron al servicio de Instituciones de Seguridad Nacional e Inteligencia Militar del Estado Ecuatoriano; esto les

permite garantizar que los servicios que proveemos sean desarrollados con óptima calidad, elevada solvencia y confidencialidad.

Tienes experiencia (17 años) en el mercado nos permite garantizar que el éxito de la seguridad depende directamente de la anticipación con que se evalúen las amenazas reales o potenciales, para diseñar de una manera solvente un sistema de seguridad que permita minimizar la vulnerabilidad expuesta, y realizar un efectivo control de riesgos.

2.2.2 Competencia

Los principales competidores de la administradora de Fondos BG, son otros bancos, cooperativas, y otras administradoras. Entre este gran grupo de competidores existe uno que sobresale de los demás que es Génesis Administradora de Fondos.

Génesis es una Administradora de Fondos de AFP Próvida de Chile, que a su vez pertenece al Banco Bilbao Vizcaya Argentaria de España, uno de los grupos Financieros más importantes del mundo, con presencia en 31 países y con 47 millones de clientes en América, Europa, Asia y Oceanía.

Son reconocidos como los pioneros y líderes en el desarrollo y administración de Fondos para Retiro Laboral en el Ecuador, y como especialistas en la administración de Fondos de Inversión ofrecemos también Fondos a Corto Plazo.

Este grupo financiero cuenta con un modelo de gestión innovador, orientado al cliente y alineado con la sociedad, que tiene como características claves la innovación, el crecimiento y la entrega de resultados; y que se apoya en equipos profesionales, principios éticos y en la tecnología. El objetivo es unir todas las fortalezas para establecer relaciones duraderas con clientes cada día más satisfechos.

Dicha empresa compite con la Administradora de Fondos BG por el primer lugar en el Ecuador, sin olvidar que otras instituciones Bancarias o cooperativas también representan competencia para nuestra empresa.

En el Ecuador no todas las personas realizan un adecuado ahorro, esto principalmente porque el sueldo o salario, solo les permite cumplir con sus obligaciones diarias o mensuales.

Mucha gente no tiene el conocimiento sobre el ahorro, y no conocen acerca de los beneficios y rentabilidad de las administradoras, esto se da principalmente por el temor a perder su dinero, o porque no existe mucha confianza en el sistema financiero de nuestro país.

Del pequeño porcentaje de personas que ahorran en el Ecuador, la Administradora de Fondos BG, y Génesis Administradora de Fondos, tienen el porcentaje más alto, entre las dos empresas se supera el 60%, las demás empresas compiten por entre ellas por el 40% restante.

Existe un grupo de personas que realizan un ahorro y prefieren realizarlo en el exterior o con bancos o entidades del extranjero, lo cual no representa en si una competencia para nuestra empresa, ya que primeramente como ya dijimos es un grupo muy reducido, además la mayoría del mercado Ecuatoriano prefiere que sus ahorros estén en un lugar donde se lo pueda controlar por su seguridad y tranquilidad.

2.2.3 Barreras de Entrada

Dentro de lo que respecta a la barreras de entrada debemos citar a Michel Porter, profesor de la cátedra Roland Christensen de administración de la Harvard Business School, dice que las herramientas operativas como ser “la calidad total”, “la reingeniería” y “la organización que aprende”, son herramientas muy valiosas para las organizaciones, especialmente para Latinoamérica.

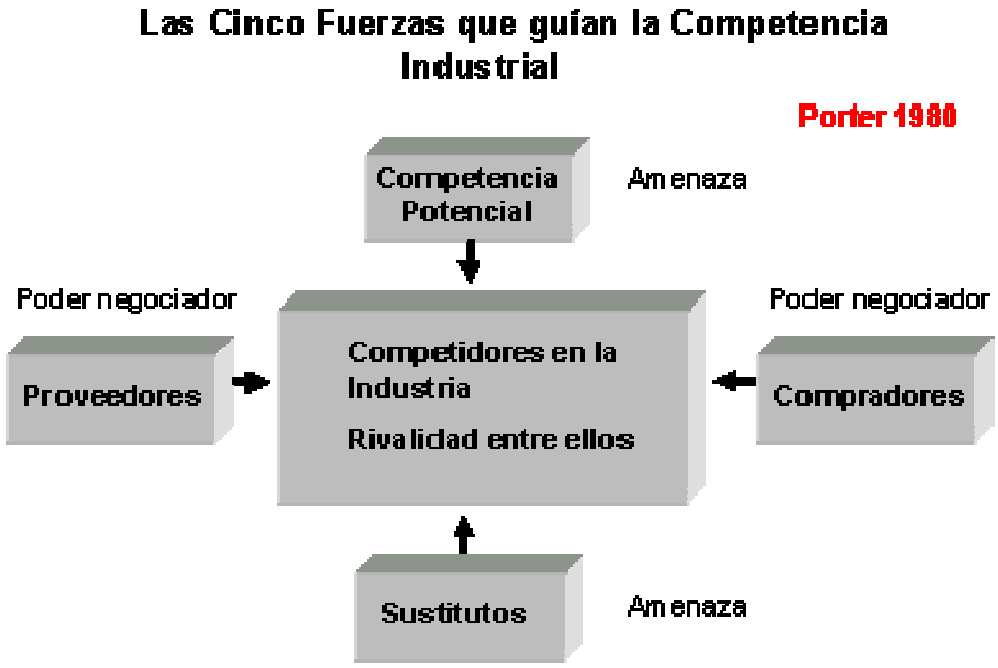
Pero que con esto no basta, sino que hay que tener una estrategia bien definida. Las herramientas operativas son cosas que todas las empresas deben aplicar, pero la estrategia es aquello que hace diferente a una empresa en particular. Cualquier compañía que no tenga una estrategia es muy vulnerable y puede ser derribada por los vientos de la competencia.

Las barrieras de entrada son elementos de protección para las empresas que pertenecen a un sector dado”, Michel Porter, expuso el concepto de barreras de entrada en su libro Estrategia competitiva (1980). En el fondo, cualquier

barrera de entrada a un sector, lo que hace es que el competidor potencial tenga que realizar esfuerzos (en inversiones) para entrar al sector. Cuantos mayores sean los costos por asumir, mayores serán las barreras de ingreso para estos competidores.

Uno de los elementos a tener en cuenta en la lucha competitiva lo constituyen las ventajas estratégicas derivadas de colocar altas barreras de ingreso al mercado. Con ello se protege el segmento en forma más segura y la obtención de barreras resulta más importante que el mero conocimiento de estar en una posición de privilegio o de contar con una "estrella" o con "una vaca lechera" en términos de la matriz B.C.G.

GRÁFICO Nº 1



Fuente: M. PORTER. ***Las cinco fuerzas de Porter.***
Elaborado por: M. PORTER

Amenaza de entrada de nuevos competidores

El mercado o el segmento no es atractivo dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

Dentro de la Administradora de Fondos BG, la entrada de nuevos competidores es una amenaza constante ya que un nuevo competidor puede entrar a cualquier momento, debido a la gran cantidad de entidades financieras y cooperativas que existen en el Ecuador.

Otra de las amenazas en este sector es la entrada de nuevos competidores internacionales, es decir empresas multinacionales con grandes inversiones, que vengan al Ecuador para competir con nuestra empresa por el marcado.

La rivalidad entre los competidores

Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

La Administradora de Fondos BG, tiene como principal competidor a Génesis, con la cual compite por el mayor número de participantes al igual que por la mayor cantidad de ahorros.

No hay que olvidar a las distintas cooperativas o entidades Financiera, que no tienen un mayor mercado, pero para ganar clientes brindan mayores rentabilidades, accesibilidad y periodos de permanecía.

Poder de negociación de los proveedores

Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido.

La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. La situación será aun más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia delante (comprando o aumentando el control sobre sus canales de distribución).

Dentro de la negociación con los proveedores la Administradora de Fondos BG no tiene mayores problemas, ya que los mismos también lo son de todo el Grupo Financiero BG y estos siempre han cumplido con las expectativas.

Como ya nombramos antes todos los proveedores del Grupo Financiero cuentan con un excelente servicio, y tiene ya varios años en el mercado,

además la calidad de sus productos o servicios es no solo reconocida por nuestra empresa sino por varias as a nivel nacional e internacional.

Poder de negociación de los compradores

Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo.

A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad.

La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente integrarse hacia atrás (comprando ó aumentando el control sobre sus fuentes de suministro).

En el Ecuador no muchas personas logran realizar un ahorro adecuado, pero del grupo que lo hace ha visto en nuestra Administradora, un gran potencial en sus productos y servicios, ya que cuenta con servicios innovadores y muy rentables comparado Con la competencia.

La mayoría de la gente no ahorra por el desconocimiento de los servicios, beneficios y la rentabilidad que nos puede dar una administradora, por lo cual a

mi forma de ver la principal negociación con los compradores es dar a conocer no solo el FONDO EMERGENTE sino también todos los fondos a corto y largo plazo, para que así el cliente pueda decidir por el que más le convenga.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

Los Fondos a corto y largo plazo tienen como principales productos sustitutos a lo que son las pólizas y las cuantas de ahorros, también hay que tomar en cuenta que muchas de estas instituciones financieras o cooperativas tienen varios planes de ahorros acumulativos.

Las pólizas de Acumulación son un producto sustituto para los fondos, ya que rienda una mayor rentabilidad, pero hay que tomar en cuenta que si se deposita el dinero en Pólizas el mismo no estará disponible hasta la fecha de vencimiento, a pesar de esto hay un gran porcentaje de personas que prefieren las pólizas a los fondos de acumulación.

Las cuentas de Ahorros son otro producto sustituto, y aunque brinden una rentabilidad menor en muchos de los casos, la gente se siente más segura teniendo su dinero en la cuenta que en los fondos, por la desconfianza en los mismos.

2.2.4 Clientes

Los clientes de la Administradora de Fondos BG, son aquellos que tienen la posibilidad económica de ahorrar un porcentaje de su sueldo o salario, es decir sus consumos son menores a lo que recibe por el pago de su trabajo.

En la Administradora de Fondos BG los principales cliente son personas naturales, aunque también tiene varios convenios con empresas alrededor de todo el país, principalmente en Quito y Guayaquil.

Hay que mencionar que en muchas de las empresas, los asesores comerciales de la Administradora, logran que el personal o la mayoría del mismo aperturen fondos a corto o largo plazo.

En lo que respecta a Fondos a corto Plazo la Administradora de Fondos BG, ocupa el primer lugar en el Marcado Ecuatoriano, ya que tiene una participación del 21%, siendo la más reconocida por los clientes.

El Mercado de Fondos de Corto Plazo cerro a Febrero 2010 en $478 millones de dólares con más de 8000 participes a nivel nacional.

La mayoría de los clientes son de Fondos a Corto Plazo, pero también cuenta con un gran número de clientes de Fondos a Largo Plazo, y Fidecomisos, los cuales desde el año 2009 han tenido un incremento progresivo.

2.2.5 Oportunidades y Amenazas

2.2.5.1 Oportunidades

- El Sueldo Básico aumento lo cual puede hacer que las personas puedan ahorrar, y Fondos es una de las mejores alternativas.

- Muchas personas que tienen trabajos temporales, que se preocupan por el futuro familiar pueden ahorrar en Fondos a corto o largo Plazo.

- Muchas de las personas reciben remesas del exterior de algún familiar, dinero que en la mayoría de casos va al ahorro. Lo cual es una gran oportunidad para la administradora de dar a conocer nuestros productos.

2.2.5.2 Amenazas

- Una de las principales amenazas que se evidencia es la Competencia ya que en la actualidad existe un gran número de Entidades Bancarias o Cooperativas, las cuales brindan servicios de ahorro como los nuestros.

- El gobierno al impedir la salida de valores fomenta que exista una centralización en la circulación de capitales, lo que ocasiona una baja en las tasas de interés.

- La mayoría de la gente en nuestro País, no ahorra, además desconoce los beneficios de los Fondos.

- En la actualidad muchos de los trabajos privados o públicos, están realizando ahorros para sus empleados, lo cual es una amenaza ya que nos retira cierto mercado de la Administradora de Fondos BG.

2.3 ANÁLISIS INTERNO DE LA ADMINISTRADORA

2.3.1 Infraestructura

La Administradora de Fondos y Fidecomisos Banco de Guayaquil, tiene sus principales oficinas tanto en la agencia matriz en Guayaquil, y en la Sucursal Mayor en Quito, pero también se puede adquirir Fondos a Corto y Largo plazo en cualquier agencia del Banco de Guayaquil.

El Banco Guayaquil cuenta con una extensa red de sucursales alrededor de todo el país por lo cual se puede comercializar los distintos productos de la Administradora en todos ellos, esto se da debido a que tanto el Banco Guayaquil como la Administradora tienen el convenio de mutua ayuda.

Cuenta con sucursales en todas las provincias del Ecuador, siendo uno de las as grandes redes a nivel nacional, también cuanta con sucursales a nivel internacional en países como Panamá y España.

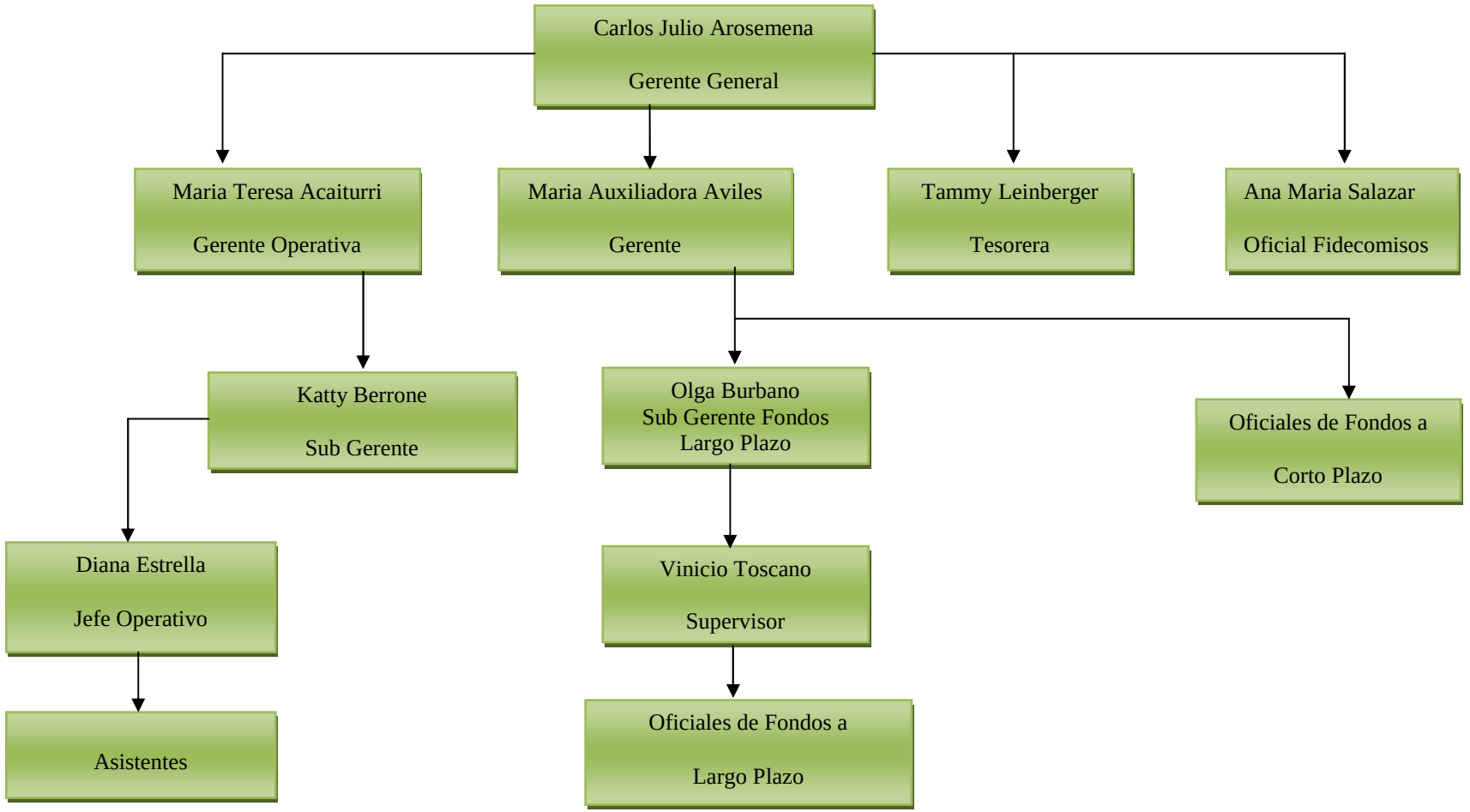
2.3.2 Personal

La Administradora de Fondos BG, tiene como Gerente General a Señor **Carlos Julio Arosemena, quien se desempeña en este cargo desde inicios del año 2010, cabe recalcar que antes de llegar a la administradora, desempeñaba el cargo de Gerente General** Casa de Valores Multivalores BG S.A., otra subsidiaria del Grupo Financiero Banco Guayaquil.

El personal de la Administradora es muy extenso alrededor de unas 70 personas, además cuenta para las ventas con el personal de Gestores de Gran Publico del Banco Guayaquil.

A continuación presento el organigrama de la Administradora de Fondos Banco de Guayaquil:

GRÁFICO Nº 2



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

3 ANÁLISIS DE MERCADO

3.1 ANÁLISIS MERCADO ECUATORIANO

El mercado Ecuatoriano ha cambiado en los últimos años, pero a pesar de estos todavía sigue teniendo los mismos problemas, como el desempleo, delincuencia, migración etc.

Lo que se está buscando en la actualidad es una transformación social y económica que privilegie al ser humano, a las mujeres, niños, jóvenes y ancianos, indígenas y afro ecuatorianos, en suma a los hombres y mujeres trabajadoras que crean riqueza con sus manos, con su creatividad y su capacidad: obreros, empresarios, campesinos y artesanos.

Lo que se pretende es que no siga emigrando nuestra gente impulsada por el desempleo, la pobreza, la desestructuración social y productiva, así como por la falta de confianza. Es necesario que todos los ecuatorianos sean parte de la construcción del progreso y desarrollo de nuestro país, pero trabajando en nuestra propia tierra, en nuestra propia patria.

La sociedad ecuatoriana reclama respuestas concretas para generar suficiente empleo de calidad. Nuestra economía exige salarios dignos para su reactivación y para la constitución de un amplio y sólido mercado interno.

Se busca fomentar la inversión privada y también publica en sectores con alto potencial de generación de empleo y enlaces productivos internos, así como la inversión social, que fortalezca, entre otros, las capacidades de empleabilidad y emprendibilidad de nuestra fuerza laboral, plantearon una verdadera revolución educativa, para favorecer la capacidad de desarrollar un trabajo independiente, articulando todos los avances tecnológicos que ahora hacen más accesible la información y el conocimiento.

3.1.1 Mercado Bancario

Ecuador, como un mercado emergente, ofrece excelente potencial de crecimiento. Sin embargo, tiene algunos problemas de la banca que no debemos ignorar.

En una economía global, cuando se vive en Ecuador, también puede optar por invertir en el banco y que es mejor para usted.

Las economías emergentes y los mercados de valores han realizado a las principales economías y los mercados de más de una década, sin mayor riesgo.

Los mercados de acciones han sido impulsados. Esto dio como resultado en el aumento de los mercados de renta variable a nivel mundial.

El Fondo Monetario Internacional (FMI) aumentó sus estimaciones para el crecimiento económico mundial en 2010 del 4,2% al 4,6%. La revisión al alza

se basa en un mayor crecimiento en las naciones de mercados emergentes, que se estima en un 6% por año.

Sin embargo, en el mismo informe, el FMI redujo sus estimaciones para los países desarrollados y espera que las tasas de crecimiento a bajar del 3% en el primer semestre del año al 2% en el segundo semestre de 2010.

Ecuador desde el punto de vista de la inversión tiene una ventaja como un mercado emergente. Sin embargo existe la preocupación de la banca de los cuales debe tener en cuenta.

En primer lugar, los bancos de Ecuador no van a abrir una cuenta de Corrientes a menos quesea residente en el Ecuador**.** Sin embargo, muchos bancos de EE.UU. no le proporcionarán una cuenta bancaria a menos que tenga una dirección en EE.UU.

Ecuador busca fortalecer el blanqueo de dinero y las leyes contra la financiación del terrorismo después de ser colocado en una lista de negro en febrero de 2010 por el Grupo de Acción Financiera, una agencia europea.

El país fue retirado de la lista después de una delegación ecuatoriana viajó a Europa y se reunió con los miembros del grupo. Ser colocado en la lista de mayores costos de los bancos ecuatorianos transacciones financieras debido a un mayor escrutinio exterior.

Esperar que los bancos Ecuador a crecer cada vez más cautelosos acerca de quiénes abrir cuentas bancarias y cómo supervisar la actividad bancaria.

En segundo lugar, los bancos de Ecuador no son muy seguros. Los costos adicionales de la lista negra a agudizar la presión sobre los bancos ecuatorianos. Además los bancos rara vez son más seguros que los gobiernos que las respaldan y Ecuador ha tenido un alto riesgo soberano.

En tercer lugar, Ecuador Perspectivas de la economía actual no es fuerte.

El extracto siguiente de un artículo de Business Week 04 2010 titulado "Ecuador Economía restringida por la garantía limitada de crédito, disminución de la producción de petróleo" por Nathan Gill señala que las perspectivas no son buenas. Dice: “la economía de Ecuador se ve limitada por el acceso limitado al crédito y la disminución de la producción de petróleo aún cuando el precio de la mayor exportación del país ha aumentado”. El analista de Fitch Ratings, dijo Erich Arispe: “El presidente Rafael Correa necesita al menos US $ 2.5 mil millones para conectar un estimado de $ 4.200,000,000 déficit presupuestario este año y podría incumplir los pronósticos de crecimiento económico de 6.8 por ciento.” Arizpe, director de calificaciones soberanas de Fitch, dijo hoy en una entrevista telefónica desde Nueva York. Producto interno bruto de Ecuador es probablemente aumentará un 2,3 por ciento en 2010, dijo Arispe.

> A pesar de una recuperación en los precios del petróleo, no ha habido un repunte en la economía como la que hemos visto en otros países de la

> región", dijo Arispe. Ecuador "necesita una fuente importante de financiación desde el extranjero para financiar el presupuesto de ese año esta brecha. No está claro dónde van a encontrar esto.

La desaceleración de la economía Ecuador hace más atractivo para quienes visitan o viven en Ecuador, pero no ganan o mantienen sus ahorros en el Ecuador.

3.1.2 Mercado de Fondos

Fondo de inversión es el patrimonio común, integrado por aportes de varios inversionistas, personas naturales o jurídicas y, las asociaciones de empleados legalmente reconocidas, para su inversión en los valores, bienes y demás activos que esta Ley permite, correspondiendo la gestión del mismo a una compañía administradora de fondos y fideicomisos, la que actuará por cuenta y riesgo de sus aportantes o partícipes.

La Asociación de Administradoras de Fondos y Fideicomisos del Ecuador - AAFFE -, fue creada mediante Acuerdo Ministerial Número 0783, emitido por el Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad el 11 de Diciembre de 1995, es la encargada de salvaguardar los ahorros de los clientes.

Hasta ahora hay más de 270 000 clientes que ya apuestan a los fondos en el mercado, existen 11 administradoras de fondos para ahorros de corto y largo plazos. En la lista están.

Génesis, Fondos Pichincha, Administradores de Fondos BG, Latin Trust, Fondos Bolivariano, Admunifondos, Produfondos y demás.

Según la Superintendencia de Compañías, en el 2009 se registraron fondos administrados por USD 530,7 millones distribuidos entre 313 771 clientes. De ellos 270000 son ahorradores de largo plazo.

Los fondos privados de pensiones salieron de la crisis que golpeó a los aportes en el año 2008 y no solo se han recuperado, sino que han alcanzado su pico histórico de rentabilidad desde su creación, anunció la Asociación de AFP.

Sin embargo, Alejandro Pérez-Reyes, gerente de Inversiones de AFP Prima, explicó que las empresas administradoras también vienen invirtiendo en empresas que no cotizan en la bolsa, pero que tienen buenas perspectivas de crecimiento. Asimismo, dijo que el 2% del fondo está invertido en bienes raíces (terrenos, inmuebles, etc.).

AFP están evaluando invertir en cuatro o cinco proyectos de infraestructura que forman parte de la lista de obras priorizadas por parte de Proinversión. Precisó que el valor de inversión de dichos procesos va entre los US$1,000 millones y los US$1,500 millones.

3.2 DEFINICIÓN Y CUANTIFICACIÓN DEL MERCADO DE REFERENCIA

El mercado de referencia combina el mercado de productos y el mercado geográfico, que se definen de la siguiente manera:

Un mercado de productos de referencia comprende todos los productos y/o servicios que el consumidor considere intercambiables o sustituibles debido a sus características, su precio y el uso al que se destinan.

Un mercado geográfico de referencia comprende el territorio en el cual las empresas de referencia son contratadas para la oferta de bienes y servicios en cuestión y en el cual las condiciones de competencia son suficientemente homogéneas.

Durante estos últimos años, se definió algunos criterios que podían ayudar a analizar los comportamientos de las empresas en el mercado así como las condiciones específicas del mercado de referencia. No obstante, la aplicación de este método puede conducir a resultados diferentes según la naturaleza del problema de competencia de que se trate. Aunque estructurado, el análisis debe ajustarse a cada caso.

Una vez el mercado de productos y el mercado geográfico delimitados, empieza un análisis más en profundidad basado en el concepto del carácter sustituible. Las empresas sujetas a un sistema competitivo deben en efecto respetar dos grandes limitaciones: el carácter sustituible de la demanda y el de la oferta. Un mercado es competitivo si el cliente tiene la posibilidad de elegir entre una gama más o menos extensa de productos con características similares y si el proveedor no encuentra obstáculos al suministro de productos o servicios en un determinado mercado.

El criterio de sustitución permite orientar el campo de las investigaciones a los posibles productos de sustitución para llegar a continuación a determinar con más certeza el mercado de los productos así como el mercado geográfico de referencia.

La definición de mercado de referencia, tanto en lo relativo a los productos como en su dimensión geográfica, permiten saber cuáles son los operadores (proveedores, clientes, consumidores) en este mercado. Sobre esta base, es posible calcular, para cada uno de los proveedores, el tamaño total del mercado y las cuotas de mercado que detentan sobre la base del volumen de negocios correspondiente a los productos en cuestión vendidos en el territorio de referencia.

Las estimaciones de las empresas, los estudios encargados a las sociedades de consultoría o a las asociaciones profesionales o el volumen de negocios de las empresas en cuestión contribuyen a calcular el tamaño total del mercado y las cuotas de mercado que detentan cada uno de los operadores.

Si las ventas son generalmente la referencia para calcular las cuotas de mercado, existen sin embargo otras referencias, según los productos o la industria específica en cuestión, que pueden ofrecer información útil sobre la capacidad, el número de operadores en la oferta de los mercados, etc.

3.3 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE REFERENCIA

3.3.1 Estudio Exploratorio

Los estudios exploratorios nos permiten aproximarnos a fenómenos desconocidos, con el fin de aumentar el grado de familiaridad y contribuyen con ideas respecto a la forma correcta de abordar una investigación en particular.

Con el propósito de que estos estudios no se constituyan en pérdida de tiempo y recursos, es indispensable aproximarnos a ellos, con una adecuada revisión de la literatura. En pocas ocasiones constituyen un fin en sí mismos, establecen el tono para investigaciones posteriores y se caracterizan por ser más flexibles en su metodología, son más amplios y dispersos, implican un mayor riesgo y requieren de paciencia, serenidad y receptividad por parte del investigador.

El primer nivel de conocimiento científico sobre un problema de investigación se logra a través de estudios de tipo exploratorio; tienen por objetivo, la formulación de un problema para posibilitar una investigación más precisa o el desarrollo de una hipótesis. Permite al investigador formular hipótesis de primero y segundo grados,

Debemos tener claridad acerca del nivel de conocimiento científico desarrollado previamente por otros trabajos e investigadores, así como la información no escrita que posean las personas que por su relato puedan ayudar a reunir y sintetizar sus experiencias. Ha de especificarse las razones por las que el estudio propuesto es exploratorio o formulativo.

Cuando el investigador construye un marco de referencia teórico y práctico puede decirse que este primer nivel de conocimiento es exploratorio, el cual puede complementarse con el descriptivo, según lo que quiera o no el investigador.

Tienen por objeto esencial familiarizarnos con un tema desconocido, novedoso o escasamente estudiado. Son el punto de partida para estudios posteriores de mayor profundidad.

3.3.1.1 Formas de Investigación

Existen dos formas de investigación:

La Investigación Pura: Es la que se apoya dentro de un contexto teórico y su propósito es desarrollar teorías mediante el descubrimiento de principios.

También conocida corno investigación básica o fundamental, es la que desarrolla una teoría mediante el descubrimiento de amplias generalizaciones con miras a formulaciones hipotéticas de posible aplicación posterior.

La Investigación Aplicada: Es la que se apoya en la solución de problemas específicos para mejor la calidad de vida de las sociedades, dicha investigación es vinculada a la pura; ya que depende de los aportes teóricos de la mismo.

Es el estudio y aplicación de la investigación a problemas concretos. Depende de los descubrimientos tecnológicos, y su propósito fundamental es el de la investigación pura, buscando su aplicación inmediata y confrontar la teoría con la realidad.

Al igual que hay dos formas existen tres tipos de investigación que son:

Investigación Documental: Es la investigación que es realizada en los distintos tipos de escrituras tales como libros, resistas entre otras.

Investigación de Campo: Es la investigación que se realiza en el lugar de los hechos es decir donde ocurre los fenómenos estudiados.

Investigación de Laboratorio: Es donde el investigador debe presentar por escrito los conocimientos ya publicados sobre el tema, validados por la bibliografía existente.

3.3.1.2 Método de Investigación

La metodología es el instrumento que enlaza el sujeto con el objeto de la investigación, Sin la metodología es casi imposible llegar a la lógica que conduce al conocimiento científico.

La palabra método se deriva del griego meta: hacia, a lo largo, y odos que significa camino, por lo que podemos deducir que método significa el camino más adecuado para lograr un fin.

También podemos decir que el método es el conjunto de procedimientos lógicos a través de los cuales se plantean los problemas científicos y se ponen a prueba las hipótesis y los instrumentos de trabajo investigados.

El método es un elemento necesario en la ciencia; ya que sin él no sería fácil demostrar si un argumento es válido.

Existen varios métodos entre los cuales los más conocidos son:

El método deductivo: Es aquel que parte de datos generales aceptados como validos para llegar a una conclusión de tipo particular.

El método inductivo: Es aquel que parte de los datos particulares para llegar a conclusiones generales.

El método científico: El método científico es el camino planeado o la estrategia que se sigue para descubrir las propiedades del objeto de estudio.

El método científico: es un proceso de razonamiento que intenta no solamente describir los hechos sino también explicarlos. Conjuga la inducción y la deducción es decir el pensamiento reflexivo, para resolver dicho problema tenemos que cruzar; por las siguientes cinco etapas:

Percepción de una dificultad: Es donde el individuo encuentra algún problema que le preocupe.

Identificación y definición de la dificultad: Es donde el individuo observa para definir la dificultad del problema.

Solución propuesta para el problema: Es donde el individuo busca las posibilidades de solución para los problemas mediante previos estudios de los hechos.

Deducción de las consecuencias de las hipótesis: es donde el individuo llega a la conclusión de que si su hipótesis es verdadera, le seguirán ciertas consecuencias.

Verificación de la hipótesis: mediante acción: aquí el individuo prueba cada hipótesis buscando hechos ya observados que pruebe que dicha consecuencia sea verdadera para así hallar la solución más confiable.

3.3.2 Investigación Descriptiva del Mercado Objetivo

3.3.2.1 Técnicas de Muestreo

Muestreo no probabilístico: No se usa el azar, sino el criterio del investigador.

Muestreo probabilístico o aleatorio:

Muestreo aleatorio simple: Se asigna un número a cada uno de los individuos de la población, y seguidamente se van eligiendo al azar los componentes de la muestra.

La elección de un individuo no debe afectar a la del siguiente, por tanto debe reemplazarse el nº, una vez extraído.

Muestreo sistemático: Se ordenan previamente los individuos de la población, después se elige uno al azar y a continuación, a intervalos constantes, se eligen todos los demás hasta completar la muestra.

Muestreo estratificado: Se divide la población total en clases homogéneas (estratos). La muestra se escoge aleatoriamente en número proporcional al de los componentes de cada estrato

3.3.2.2 Muestreo

Es el proceso por el cual se seleccionan los individuos que formarán una muestra. Es la actividad por la cual se toman ciertas muestras de una población de elementos de los cuales vamos a tomar ciertos criterios de decisión, el muestreo es importante porque a través de él podemos hacer análisis de situaciones de una empresa o de algún campo de la sociedad.

Para que se puedan obtener conclusiones fiables para la población a partir de la muestra, es importante tanto su tamaño como el modo en que han sido seleccionados los individuos que la componen.

El tamaño de la muestra depende de la precisión que se quiera conseguir en la estimación que se realice a partir de ella. Para su determinación se

requieren técnicas estadísticas superiores, pero resulta sorprendente cómo, con muestras notablemente pequeñas, se pueden conseguir resultados suficientemente precisos.

Para seleccionar los individuos de la muestra es fundamental proceder aleatoriamente, es decir, decidir al azar qué individuos de entre toda la población forma parte de la muestra.

El diseño no especifica la forma de recolectar o medir los datos reales. Especifica únicamente el método de recolección de los objetos que contienen la información requerida. Estos objetos se llaman elementos.

Los elementos pueden ocurrir individualmente o en grupos en la población. Un grupo de elementos, como una familia o una caja de cerillos se llaman unidad de muestreo.

Las unidades de muestreo son colecciones disjuntas de elementos de la población. En algunos casos una unidad muestral está constituida por un solo elemento.

Para seleccionar una muestra aleatoria de unidades de elementos muéstrales, es necesaria una lista de todas las unidades muéstrales contenidas en la población. Esta lista se le denomina marco muestral.

3.3.2.3 Calculo del Tamaño de Muestra

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

N: Es el tamaño de la población o universo.

k: Es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos.

El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95,5 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 4,5%.

CUADRO Nº 3

Los valores k más utilizados y sus niveles de confianza son:

K	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,5%	99%

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

e: Es el error muestral deseado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella.

p: Es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que p=q=0.5 que es la opción más segura.

q: Es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es 1-p.

n: Es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

N: 9000

k: 1.28

e: 5.16 %

p: 0.5

q: 0.5

n: 151 Es el tamaño de la muestra

El numero de encuestas que se va a realizar es de 151 personas, las cuales se las va a tomar de manera aleatoria, a personas entre 21 a 40 años, en la ciudad de quito.

La muestra tomada será utilizada para sacar conclusiones sobre el Fondo Emergente, también verificar el posicionamiento tanto del Banco de Guayaquil como de su filial la Administradora de fondos.

La encuesta que se va a realizar va a constar con 10 preguntas, las mismas serán sobre el tiempo de trabajo y las preferencias que las personas tienen al momento de decidir en donde y como ahorrar.

Resultado Encuestas

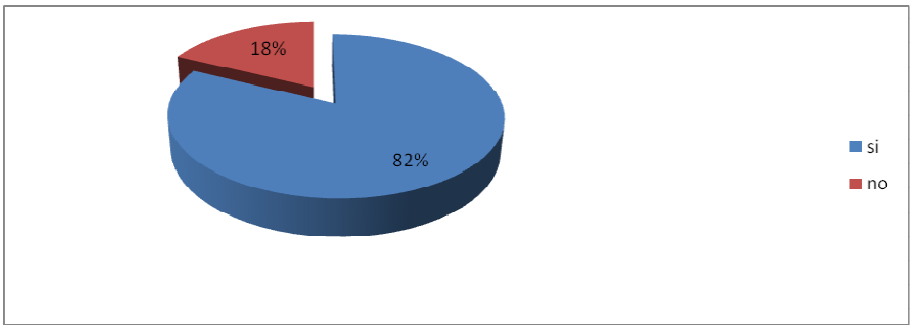
1. Actualmente mantiene un trabajo estable por más de seis meses?

CUADRO Nº 4

	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	82,00%	124
NO	18,00%	27
TOTAL	**100%**	**151**

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

GRÁFICO Nº 3

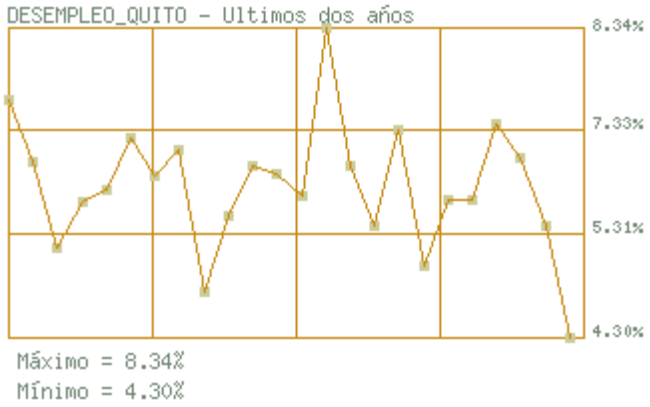


Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

Como podemos ver de las encuestas realizadas la mayoría de los encuestados (82%) afirman que tienen un trabajo estable por más de seis meses o más.

Un porcentaje menor (12%) no tiene trabajo o simplemente no tiene estabilidad de seis meses en su trabajo todavía.

GRÁFICO Nº 4



Fuente: http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo
Elaborado por: Carlos Andrade

El desempleo se redujo levemente en los últimos tres meses, según cifras presentadas ayer por el Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (INEC).

Este porcentaje revela que 382.371 ecuatorianos de una Población Económicamente Activa (PEA) total de 4'582.177 no tienen empleo en el país.

El índice se redujo en 0,3% ya que a marzo del 2009 llegó al 8,6% con 391.685 personas desocupadas. Sin embargo, las tasas de subempleo y ocupación plena también bajaron. La cifra de subempleados llegó al 51,6% entre abril y junio pasados, mientras que en enero y marzo se ubicó en 51,9%.

Los ocupados plenos llegaron al 38,4% de la PEA, en tanto que en el primer trimestre llegaron al 38,8%.

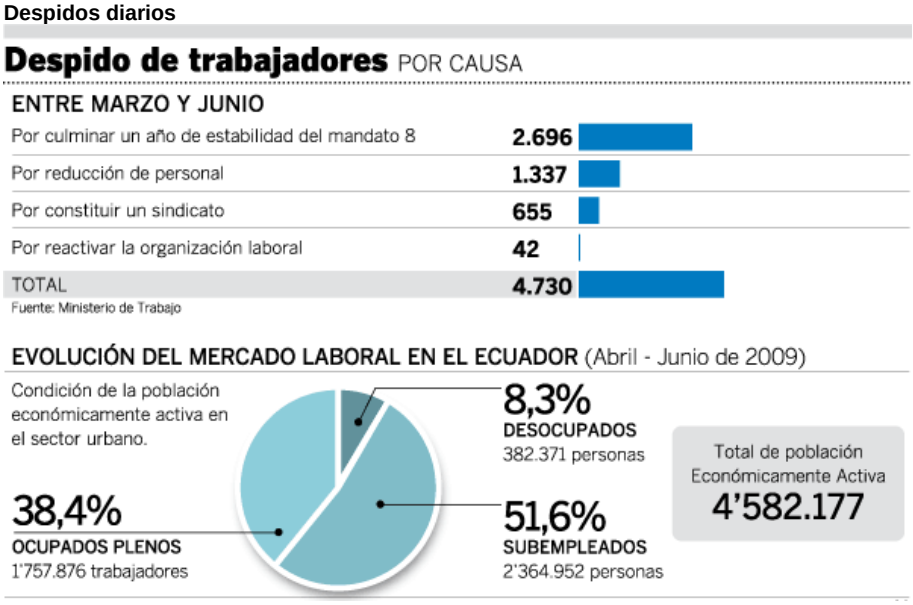
Adicionalmente, el Ministerio de Trabajo dio a conocer ayer que entre el 1 de marzo y el 30 de junio registró 4.730 denuncias de trabajadores despedidos, 1.911 pertenecían al sector público y 2.819 al privado.

Sin embargo, estas denuncias no reflejan el número real de trabajadores despedidos, ya que en algunos casos los empleados llegan a acuerdos con sus patronos. Agregó que 837 trabajadores despedidos fueron reintegrados a sus puestos luego de las denuncias presentadas en el Ministerio de Trabajo.

En las inspectorías de Trabajo en Quito se forman colas de más de diez personas para presentar demandas y reclamos por despido intempestivo.

GRÁFICO Nº 5

Detalles: Cifras
Despidos diarios



Fuente: INEC
Elaborado por: ECUADOR. DIARIO EL UNIVERSO.

Según datos del Ministerio de Trabajo, un promedio de 40 trabajadores fue despedido diariamente en todo el país en los últimos cuatro meses.

Tasa por ciudad

Según el INEC, la tasa de desempleo se redujo en Quito del 7% (marzo) al 5,2% (junio); en Guayaquil pasó del 14% (primer trimestre) al 12,6%; y en Cuenca del 4,9% (marzo) al 4,5% (segundo trimestre). En Machala subió del 9,6% (primer trimestre) al 10,9% (junio).

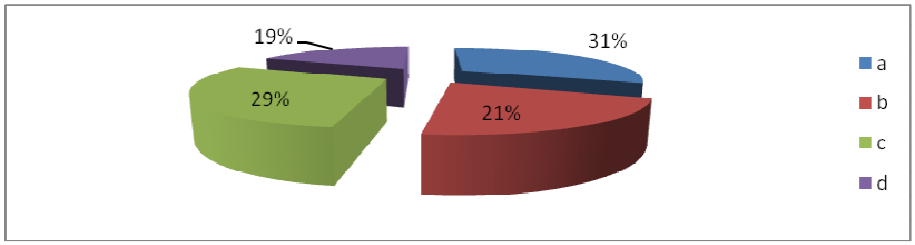
2. De su remuneración que porcentaje va dirigido al ahorro?

CUADRO Nº 5

	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
MENOS DEL 15%	31,00%	47
MENOS DEL 25%	21,00%	32
MAS DEL 25%	29,00%	44
NINGUNO	19,00%	28
TOTAL	**100,00%**	**151**

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

GRÁFICO Nº 6



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

Lo que podemos sacar de conclusión es que un 19% de los encuestados no realizan ninguna clase de ahorro, lo cual se debe principalmente a que el sueldo o salario recibido mensualmente, no les permite, en la mayoría de casos, pero existe un porcentaje de estas personas que no realizan ahorro debido a que no conocen la manera correcta de hacerlo.

El ahorro como sabemos es Aquella parte de dinero que no se consume y que se guarda para prevenir necesidades futuras. Técnicamente se considera que el ahorro es la base del capital, es decir, de las inversiones para conseguir rendimientos futuros.

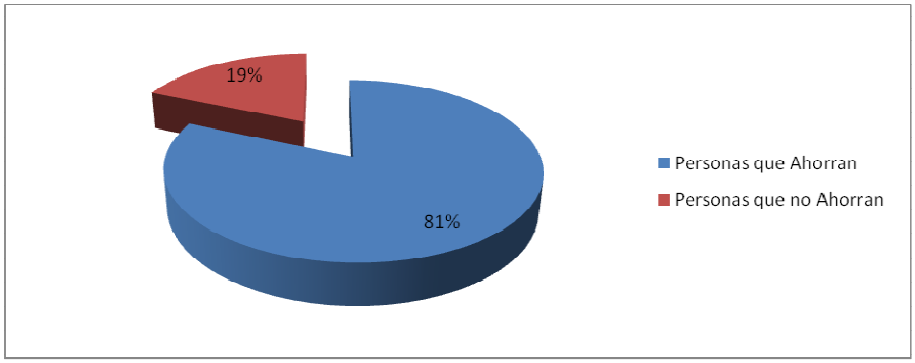
Por lo cual es importante concienciar a las personas que no gasten todo el dinero que reciben, al ahorrar piensan en el futuro no solo personal, sino de su familia también.

De las encuestas realizadas un 29% ahorran más del 25% de su sueldo, podemos concluir que una persona que recibe un sueldo de

$300 dólares, destina al ahorro 75 dólares, mucho más que lo que se necesita para abrir el Fondo Emergente.

Existe personas que realizan un ahorro en menor cantidad, pero lo importante es que la realizan, de las encuestas realizadas un 81% realizan ahorro, lo cual nos indica que el mercado para nuestro servicio es amplio.

GRÁFICO Nº 7



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

El Fondo Emergente esta creado para un ahorro del 15% del sueldo, ya que como sabemos el sueldo mínimo es de 265 dólares, por lo cual el ahorro seria de 40 dólares aproximadamente.

El fondo Emergente se podrá aperturar con un valor mínimo de 40 dólares, lo que buscamos es hacer una cultura de ahorro programado, y que las personas sientan que tienen un respaldo.

Recordemos que ahorrar ahora establece una reserva para el futuro, con el ahorro se puede proveer la autosuficiencia económica para

conformar un capital, que por pequeño que sea, cubrirá compromisos futuros, como educación, jubilación, imprevistos etc.

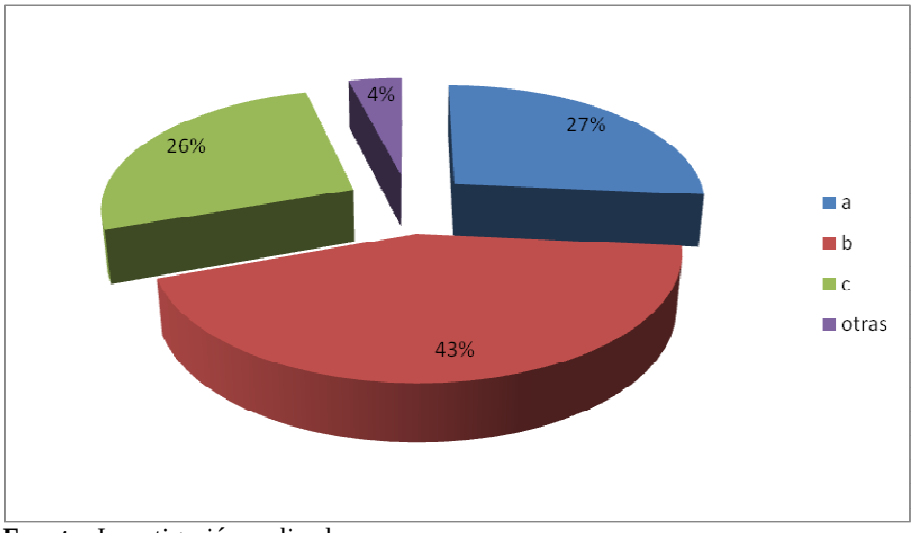
3. **Cuál de las siguientes opciones piensa Ud. que es la mejor para ahorrar?**

CUADRO Nº 6

	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
PÓLIZAS	27,00%	40
FONDOS INVERSIÓN	43,00%	65
LIBRETA AHORROS	26,00%	40
OTROS	4,00%	6
TOTAL	**100,00%**	**151**

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

GRÁFICO Nº 8



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

Como vemos en el gráfico las opciones más utilizadas para ahorrar están los fondos de inversión y las pólizas.

La gente escoge la opción de los Fondos de Inversión, primeramente por el tiempo de permanencia, ya que la mayoría de fondos de las instituciones Financieras la permanencia es de 5 a 30 Días. Los Fondos de inversión tienen una rentabilidad variable.

Las personas que eligen las pólizas, lo hacen por la razón de que reciben mayor rentabilidad por su inversión, pero hay que recalcar que el dinero no puede ser retirado o aumentado, y solo se puede cambiar el día de vencimiento de la misma, a diferencia de los Fondos de Inversión, los cuales se puede realizar aumentos diarios, mensuales, etc.

La libreta de ahorros es una opción para mantener su dinero, mas no para ganar rentabilidad, ya que en la actualidad la tasas son muy bajas comparadas con las pólizas o los Fondos.

Además hay que acotar que la mayoría de instituciones Financieras cobran a sus cuanta ahorristas un valor por el uso de la tarjeta de Debito, u otros, por lo cual no se gana al contrario muchas veces una persona debe pagar por estos.

Un porcentaje menor del 4%, tienen otras opciones para el ahorro, principalmente invierten en empresas del Estado, en acciones, por mayor seguridad y rentabilidad, dentro de este porcentaje existe gente que el ahorro lo tienen en sus casas, debido al miedo en el sistema Financiero del país.

Por lo cual el Fondo Emergente, puede ser una de las opciones preferidas ya que el 43% de los encuestados, toma como opción preferida a los Fondos de Inversión, y hay que tener en cuenta que nuestro principal competidor serian las pólizas.

Los fondos de inversión a corto o largo plazo, le ofrecen mayor rentabilidad y seguridad frente a otros instrumentos de inversión

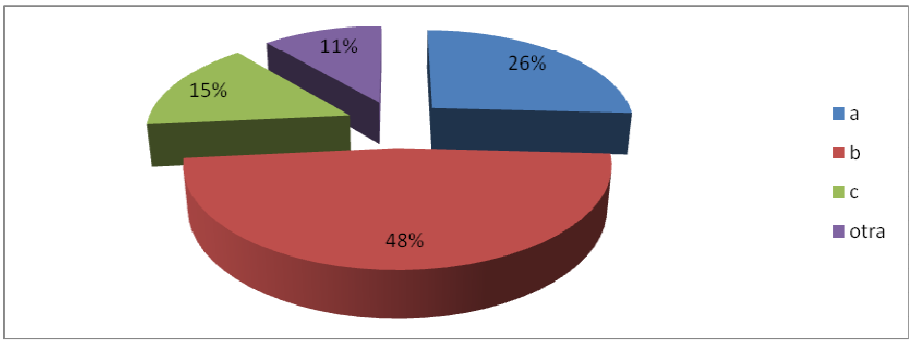
4. Cuál es su Banco de preferencia para ahorrar?

CUADRO Nº 7

	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
BCO. PICHINCHA	26,00%	39
BCO. GUAYAQUIL	48,00%	72
PRODUBANCO	15,00%	23
OTROS	11,00%	17
TOTAL	**100,00%**	**151**

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

GRÁFICO Nº 9



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

Dentro de la Institución Financiera de la preferencia de los encuestados podemos ver que el Banco de Guayaquil tiene una ventaja en lo que se refiere a sus competidores, con un 48%.

El Banco del Pichincha se encuentra en el segundo lugar con un 26%, y sería el principal competidor, como conocemos el Banco del Pichincha es considerado por mucha gente una de las Instituciones Bancarias más grandes del país, pero no hay que olvidar que el Banco de Guayaquil en los últimos años ha tenido un aumento tanto en su capital, como en su infraestructura, solo en la ciudad de Quito se abrieron más de 5 sucursales nuevas en el 2010.

Por lo tanto el banco del Pichincha y el Banco de Guayaquil compiten en la actualidad por ser el mejor a nivel Nacional, y dentro de lo que son fondos de Inversión no es la excepción por lo cual tenemos que tener claro quién es nuestro principal competidor y los servicios que ofrece, los cuales pueden ser servicios sustitutos a nuestro Fondo Emergente.

Aunque el Banco del Pichincha cuenta con un 26% en las encuestas realizadas, podríamos decir que en realidad cuanta con un porcentaje más alto en lo que se refiere a clientes e inversionistas, por lo cual sería un error no conocer sobre los distintos Fondos ofrecidos por esta institución.

El Produbanco cuanta con el 15% de las encuestas, pero hay que dejar en claro que es una institución que también puede ser un gran competidor, ya que al igual que el Banco de Guayaquil ofrece los mismos servicios en lo que se refiere a inversiones.

De las encuestas podemos sacar que un 11% invierte su dinero en otras instituciones como el Banco Solidario, Cooperativas, Multualistas, etc.

Como sabemos en nuestro País existen muchas cooperativas, y la mayoría de gante toma esta opción principalmente por la rentabilidad brindada, ya que por captar la inversión de un cliente ofrece mayor ganancia, pero no hay que olvidar que a mayor rentabilidad mayor riesgo para los inversionistas, por la liquidez de las cooperativas, multualistas, etc.

Aunque es un porcentaje pequeño no debemos cometer el error de no tomar en cuenta a las distintas cooperativas, multualistas, o a otras Instituciones Financieras como competidores para el Fondo Emergente de la Administradora de Fondos BG.

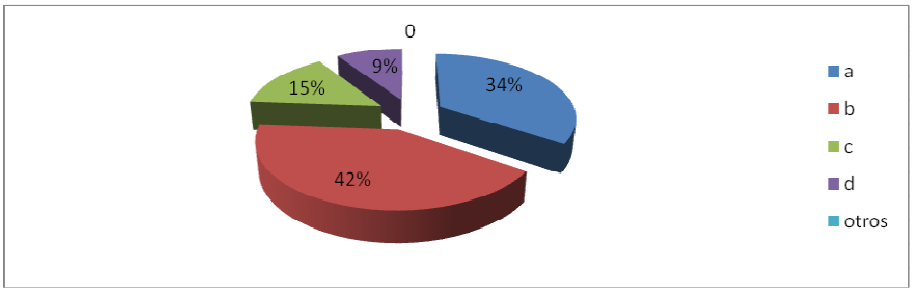
5. En que parámetros se fundamenta su elección del tipo de inversión?

CUADRO Nº 8

	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
ALTA RENTABILIDAD	34,00%	52
TIEMPO PERMANENCIA	42,00%	63
BAJOS COSTOS ADMINISTRATIVOS	15,00%	22
SERVICIO	9,00%	14
OTROS	0,00%	0
TOTAL	**100,00%**	**151**

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

GRÁFICO Nº 10



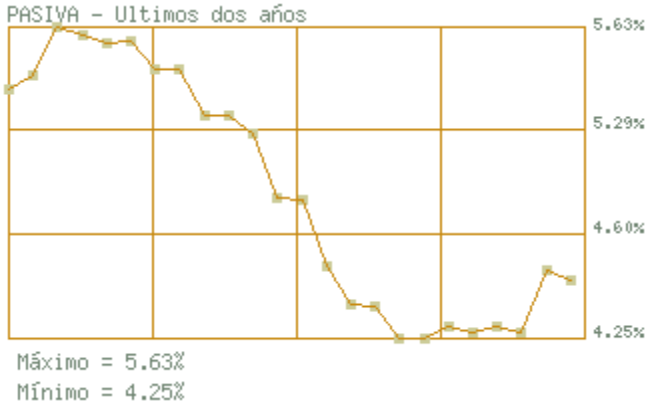
Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

Dentro de los distintos parámetros que los encuestados toman en cuenta para su inversión se encuentra en primer lugar con un 42% el tiempo de permanencia, ya que a la gante no le gusta dejar su dinero sin que pueda ser retirado por mucho tiempo, es decir, les agrada la idea de que por cualquier motivo o problema su dinero estará disponible.

El tiempo de permanencia varía según el tipo de inversión, pero como dijimos anteriormente los más utilizados son los de permanencia de 30 días o menos, y como podemos observar la gente prefiere ganar un poco menos pero sabiendo siempre que el dinero estará disponible para cualquier eventualidad.

Claro que la Rentabilidad es muy importante para los clientes, dentro de las encuestas tienen un 34%, que cliente no desea ganar más por sus inversiones, y aunque en la actualidad la rentabilidad principalmente de las Instituciones Financieras es muy inferior a lo esperado por los clientes.

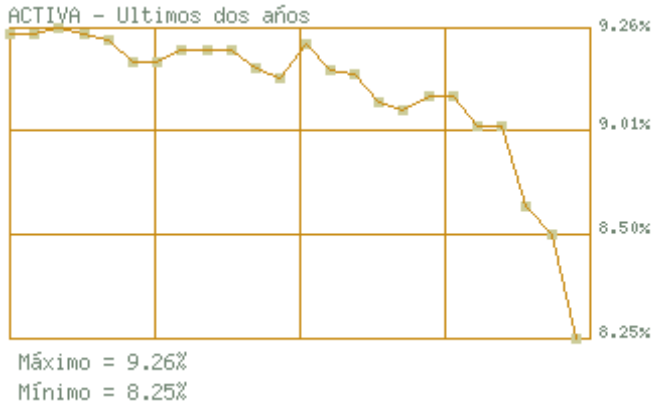
GRÁFICO Nº 11



Fuente: http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value
Elaborado por: Carlos Andrade

Las Tasas Pasivas como podemos observar en el gráfico a tenido un máximo de 5.63 y un mínimo de 4.25%

GRÁFICO Nº 12



Fuente: http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value
Elaborado por: Carlos Andrade

Las tasas Activas tienen un máximo del 9.26% y mínimo de 8.25% como podemos observar las tasas Activas son mucho mayores a las Pasivas, esto quiere decir que el banco cobra más que la rentabilidad que brinda a sus cliente

Los costos administrativos ocupan el tercer lugar en los encuestados con un 15%, ya que muchas de las personas no les gusta saber que sus ahorros o inversiones van a disminuir, por cualquier caso, principalmente por servicios no requeridos por el cliente o seguros, etc.

Varias cooperativas, o Instituciones Financieras cobran a sus inversionistas por el envió de la correspondencia, o ofrecen distintos seguros, que el cliente por desconocimiento acepta, y luego existen varios problemas al ver descontado un valor de su inversión.

Dentro de la Administradora de Fondos BG. No existen costos Administrativos de ningún valor, ya que aunque a nuestros clientes se les entrega un Estado de Cuenta, el mismo no tiene ningún costo para nuestros inversionistas, el costo del mismo es asumido por la Administradora.

El servicio en las personas encuestadas tiene un 9%, lo que quiere decir que el servicio brindado por las personas encargadas es muy importante a la hora de tomar una decisión de invertir en una Institución Financiera.

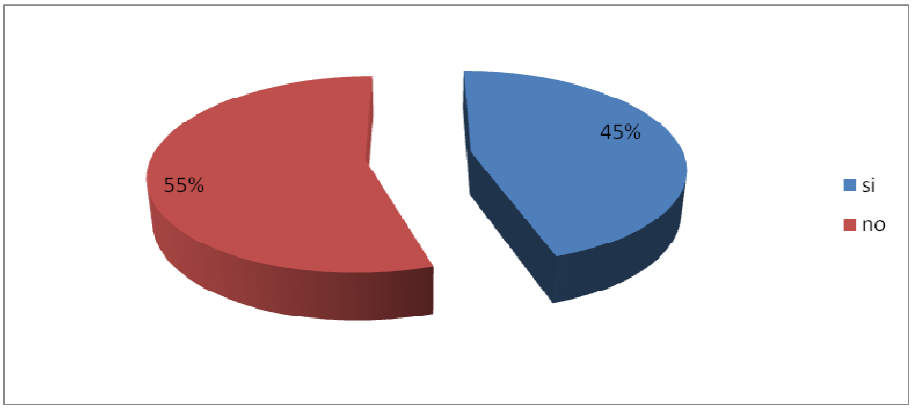
Dentro de esta pregunta podemos concluir que tanto el tiempo de permanencia, rentabilidad, costos administrativos y servicios es lo más importante para los clientes puede haber otros parámetros pero no son tan importantes como los ya nombrados para los clientes.

6. Sabe Ud. en qué consiste la recapitalización diaria?

	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	45,00%	68
NO	55,00%	83
TOTAL	**100%**	**151**

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

GRÁFICO Nº 13



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

Como vemos un 45% de los encuestados saben lo que la recapitalización diaria, que no es otra cosa que ganar interés sobre interés, lo que significa que su dinero su ahorro ganara rentabilidad cada día.

Mientras que el 55% de los encuestados no conoce lo que es la recapitalización de los intereses sobre el capital invertido, lo cual podemos ver como una oportunidad, ya que mucho de los clientes al enterarse sobre lo que es, pueden sentirse atraídos a nuestro Fondo.

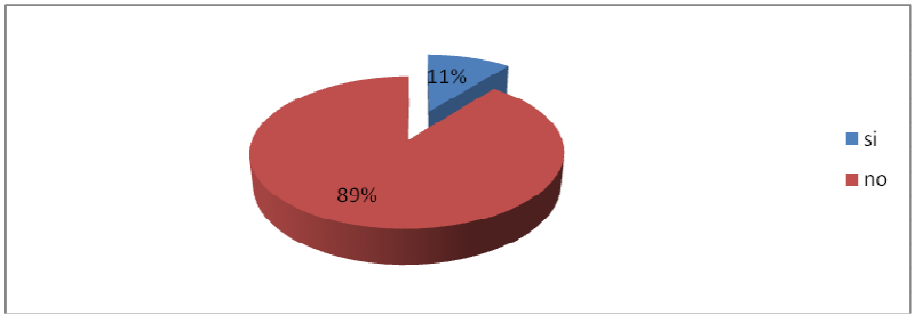
7. Conoce algún Fondo de Cesantía a Corto Plazo?

CUADRO Nº 9

	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	11,00%	16
NO	89,00%	135
TOTAL	**100%**	**151**

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

GRÁFICO Nº 14



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

Dentro de lo que es los Fondos de Cesantía, en la actualidad en nuestro país, existen un sin número de opciones, pero la mayoría es a largo plazo, o cuando una persona deja de trabajar, se demoran entre tres a cuatro semanas en entregar el dinero que se tiene en el Fondo, y en algunos casos se le cobra una penalidad.

Como observamos de las personas encuestadas un 11% conoce sobre algún Fondo de Cesantía a corto plazo, pero hay que tomar en cuenta que de este porcentaje abra mucha gente que confundió con Fondos a Largo Plazo.

Sabemos que en la actualidad principalmente en lo que son Cooperativas existen varios servicios para que la gente ahorre por cualquier imprevisto en su trabajo, es decir un tipo de competencia para nuestro Fondo.

Pero hay que tomar en cuenta que un 89% de los encuestados, desconoce un Fondo de Cesantía a corto plazo, lo cual es una gran oportunidad para nuestro producto.

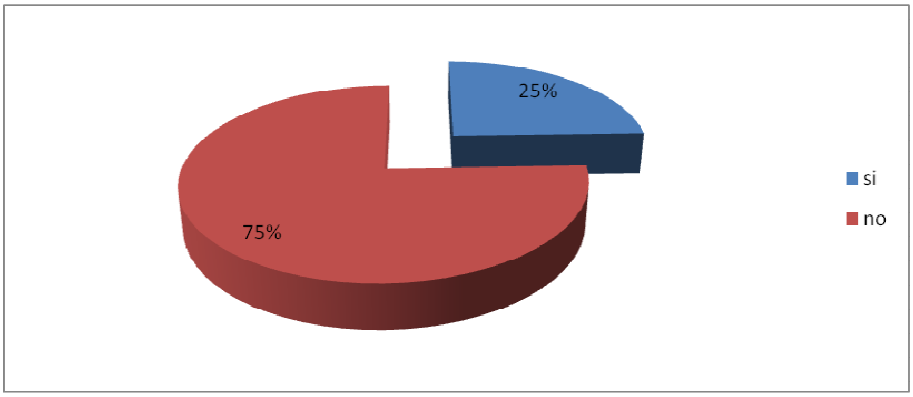
8. Tiene conocimiento sobre alguna Institución Bancaria que solo por sus ahorros le brinde la posibilidad de un crédito?

CUADRO Nº 10

	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	25,00%	37
NO	75,00%	114
TOTAL	**100%**	**151**

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

GRÁFICO Nº 15



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

Un 25% de los encuestados conocen sobre alguna institución Financiera que brinde la posibilidad de un crédito para sus clientes, solo por sus ahorros, la mayoría de este porcentaje nos dio como respuesta a distintas Cooperativa.

Pero hay que saber que para obtener el crédito en estas instituciones, necesita un sin número de papeles, certificados, garantes, etc.

Del 75% desconoce sobre Instituciones que Brinden un crédito por sus ahorros, por lo cual el Fondo Emergente puede ser un servicio distinto para este porcentaje de nuestros clientes, el cual para obtener el crédito no va a necesitar más de 48 horas, sin papeleo y sin garantes.

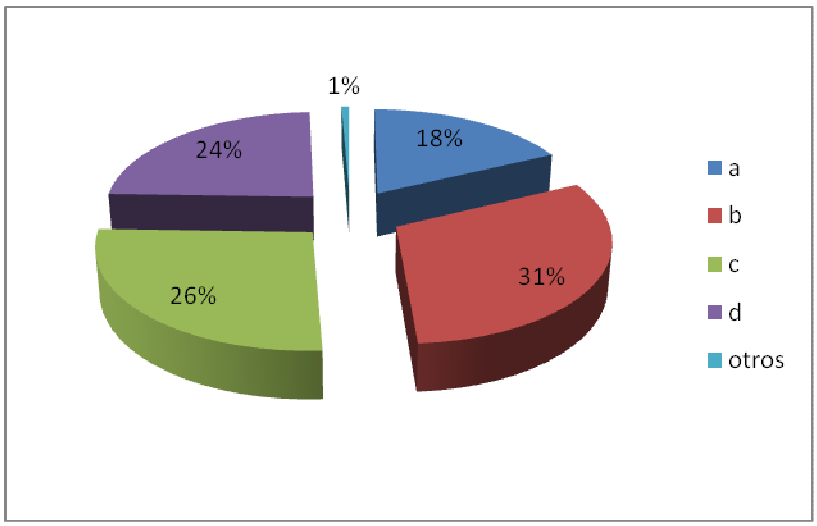
9. Que buscaría en un Fondo de Cesantía a Corto Plazo?

CUADRO Nº 11

	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
RESPALDO	18,00%	27
CONFIANZA	31,00%	47
RENTABILIDAD	26%	40
SEGURIDAD	24%	36
OTROS	1,00%	1
TOTAL	**100,00%**	**151**

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

GRÁFICO Nº 16



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

Esta pregunta la consideramos que tiene mucha importancia en el desarrollo de nuestra investigación, ya que por medio de la misma podremos obtener resultados sobre lo que la gente busca en un fondo de Cesantía a Corto Plazo, como el FONDO EMERGENTE.

Con esta información podemos tomar distintas medidas para que los clientes se sientan interesados en nuestro servicio.

Dentro de lo que es la encuesta, podemos concluir que la mayoría de la gante lo que busca es confianza en un Fondo de Inversión a Corto Plazo con un 31 %, lo cual refleja que las personas para invertir deben tener confianza en la Institución Financiera, y saber que sus ahorros están seguros, y en cualquier momento que deseen podrán utilizar los mismos.

También la rentabilidad es muy importante para los encuestados con un 26%, por lo que el Fondo Emergente busca brindar a sus clientes un porcentaje mayor al de los distintos Fondos tanto de la misma Administradora como los de la competencia.

Esta rentabilidad como sabemos es variable, pero será más elevada debido a los parámetros de inversión que tendremos en el Fondo.

Con un 24% se encuentra lo que es la seguridad, ya que los clientes quieren saber que sus ahorros o su dinero están seguros, y esto va de la mano con la rentabilidad, ya que como sabemos existe muchas

instituciones Financieras principalmente Cooperativas que brindan un porcentaje más alto que el de la Administradora, pero la gente prefiere ganar un poco menos pero saber que su inversión cuenta con un respaldo, una seguridad de una institución grande y con años de experiencia.

Entre más porcentaje de rentabilidad más peligrosa es la inversión, ya que las instituciones no tienen liquidez por lo cual dan altos porcentajes para que la gente invierta, al contrario de los Bancos como el de Guayaquil o el Pichincha, que como su liquidez es muy notable, brindan a sus clientes la posibilidad de ahorrar a un porcentaje menor, pero saben que tiene un gran respaldo y seguridad en su inversión.

Con un 18% se encuentra el respaldo, que tienen una muy estrecha relación con lo que significa la seguridad, por lo que concluimos que un gran porcentaje de los encuestados, prefieren dejar de ganar un poco, pero siempre y cuando tenga respaldo y seguridad para sus ahorros.

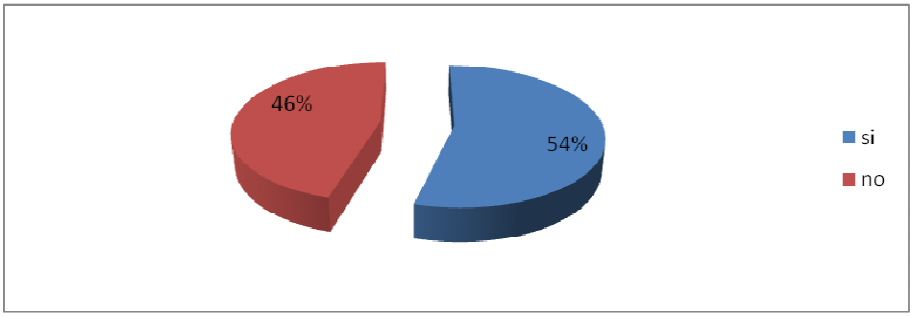
10. Ha escuchado sobre la Administradora de Fondos BG?

CUADRO Nº 12

	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	54,00%	82
NO	46,00%	69
TOTAL	**100%**	**151**

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

GRÁFICO Nº 17



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

El 54% de los encuestados conocen sobre la Administradora de Fondos Banco de Guayaquil, de este porcentaje hay que tener en cuenta que varias personas conocen sobre la Administradora BG, por el Banco de Guayaquil.

Lo cual es una gran oportunidad para nuestro Fondo Emergente, ya que la publicidad, la seguridad que tienen en el Banco de Guayaquil, pude ser utilizado por el Fondo para darse a conocer a sus clientes.

Un 46% de los encuestados no saben sobre la Administradora de Fondos por lo cual debemos poner más énfasis, en darnos a conocer tanto como empresa y como los productos que comercializamos.

3.3.2.4 Matriz de Perfil de Segmento

Una vez que hemos dividido el mercado en segmentos y ha determinado que variables de segmentación utilizar, necesitamos evaluar el grado hasta el cual el servicio de la Administradora podrán satisfacer las necesidades de los clientes potenciales.

Con éste propósito hemos desarrollo el perfile de los segmentos de mercado preseleccionados, donde podremos observar las similitudes entre los clientes potenciales de cada segmento y las diferencias entre personas de diversos segmentos.

Recordemos que en los segmentos, las personas deben ser muy similares con respecto a varias características o necesidades del servicio y diferir considerablemente de las personas que estén en otros segmentos del mercado.

El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing.

El comportamiento del consumidor suele ser demasiado complejo como para explicarlo con una o dos características, se deben tomar en cuenta varias dimensiones, partiendo de las necesidades de los consumidores.

Una buena segmentación debe tener como resultado subgrupos o segmentos de mercado con las siguientes características:

Ser intrínsecamente homogéneos (similares): Los consumidores del segmento deben de ser lo más semejantes posible respecto de sus probables respuestas ante las variables de la mezcla de marketing y sus dimensiones de segmentación.

Heterogéneos entre sí: Los consumidores de varios segmentos deben ser lo más distintos posible respecto a su respuesta probable ante las variables de la mezcla de marketing.

Bastante grandes: Para poder garantizar la rentabilidad del segmento.

Operacionales: Para identificar a los clientes y escoger las variables de la mezcla de marketing. Se debe de incluir la dimensión demográfica para poder tomar decisiones referentes a la plaza y la promoción.

Se prepara un perfil de cada grupo en términos de actitudes distintivas, conductas, demografía, etc. Se nombra a cada segmento con base a su característica dominante. La segmentación debe repetirse periódicamente porque los segmentos cambian. También se investiga la

jerarquía de atributos que los consumidores consideran al escoger una marca, este proceso se denomina partición de mercados. Esto puede revelar segmentos nuevos de mercado.

Segmentación Geográfica: Subdivisión de mercados con base en su ubicación. Posee características mensurables y accesibles.

Segmentación Demográfica: Se utiliza con mucha frecuencia y está muy relacionada con la demanda y es relativamente fácil de medir. Entre las características demográficas más conocidas están: la edad, el género, el ingreso y la escolaridad.

Segmentación Psicográfica: Consiste en examinar atributos relacionados con pensamientos, sentimientos y conductas de una persona. Utilizando dimensiones de personalidad, características del estilo de vida y valores.

Segmentación por comportamiento: Se refiere al comportamiento relacionado con el producto, utiliza variables como los beneficios deseados de un producto y la tasa a la que el consumidor utiliza el producto.

CUADRO Nº 13

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	PERFIL DE SEGMENTO
Ciudad	Quito
Sector	Urbano
Ingresos	Más de $250
Edad	Más de 19 años
Género	Masculino - Femenino
Ciclo de vida familiar	Joven, soltero, casado, con hijos, divorciado, viudo
Clase social	Media, Media Alta, Alta
Ocupación	Profesionales, Estudiantes, Pasantes

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

Según las encuestas realizadas podemos observar que para posicionar a nuestro Fondo Emergente, debemos considerar lo que el cliente busca, y tomando en cuenta estos parámetros, realizar la publicidad y promoción.

Por ende tendríamos que tomar en consideración a 4 posibles segmentos, de los cuales tendremos que ver sus similitudes, sus diferencias, sus preferencias, para así lograr obtener nuestro segmento meta.

Pero no hay que olvidar que podemos tener nuestro segmento meta, pero este no solo puede ser uno, pueden ser varios, eso tendremos que verificar después de realizar la investigación pertinente.

CUADRO Nº 14

	CONFIANZA	RENTABILIDAD	SEGURIDAD	RESPALDO	OTROS
1.					
SI.	43	36	24	20	0
NO.	4	4	12	7	1
2.					
A.	10	14	12	11	0
B.	8	11	8	6	0
C.	22	11	6	6	0
D.	7	4	10	4	1
3.					
A.	10	8	12	10	0
B.	26	17	12	11	0
C.	11	15	10	4	0
D.	0	0	2	2	1
4.					
A.	8	14	10	7	0
B.	34	16	14	9	0
C.	4	5	4	9	0
D.	1	5	8	2	1
5.					
A.	15	14	12	11	0
B.	24	19	12	9	0
C.	5	4	8	4	0
D.	3	3	4	3	1
6.					
SI.	20	20	13	10	0
NO.	27	20	13	17	1
7.					
SI.	4	6	5	1	0
NO.	43	34	31	26	1
8.					
SI.	7	10	13	9	0
NO.	40	30	23	18	1
10.					
SI.	25	25	16	14	0
NO.	22	15	20	13	1

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

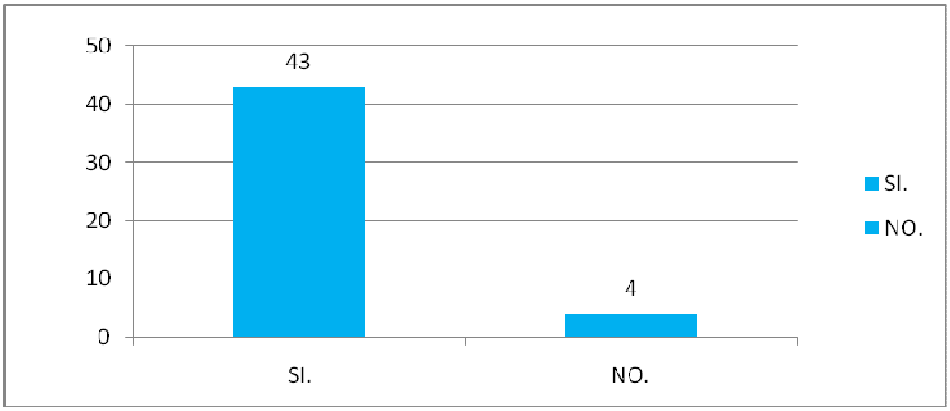
Segmento Confianza:

El primer segmento es en el cual la gente que busca confianza en el Fondo Emergente, con un 31% de los encuestados, es el grupo más grande.

De las 151 personas que realizaron la encuesta, 47 personas contestaron que lo más importante en un Fondo de Cesantía a Corto Plazo es la Confianza.

De estas personas el 91.47% nos afirmo que Actualmente mantiene un trabajo estable por más de seis meses, tanto que un porcentaje mínimo 8.53% no tienen estabilidad laboral en este momento.

GRÁFICO Nº 18

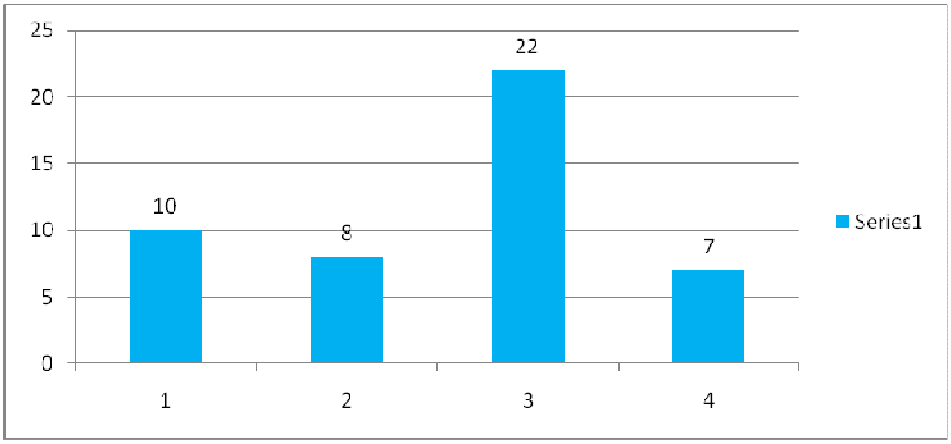


Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

Dentro del porcentaje de la remuneración que va dirigido al ahorro podemos concluir que en este segmento un 85.11% de los encuestados realiza un ahorro programado mensual.

De este porcentaje un 46.80% realiza un ahorro superior al 25% de su sueldo, lo cual es una gran oportunidad para el Fondo Emergente.

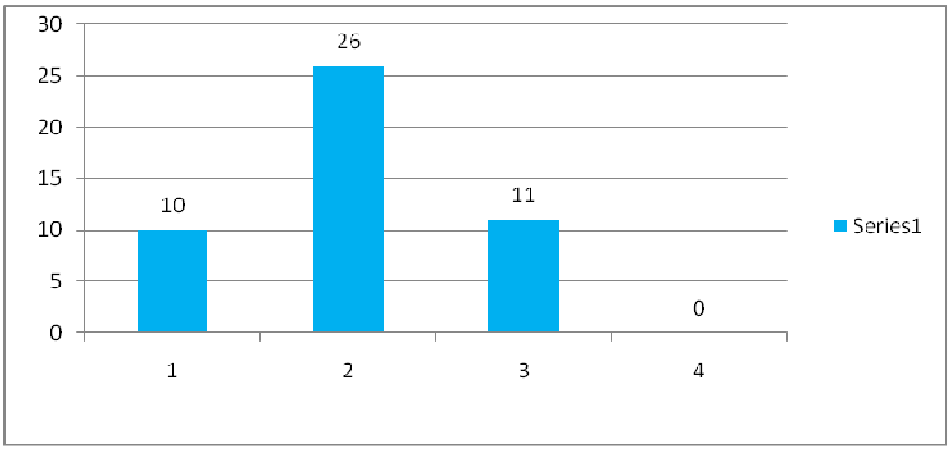
GRÁFICO Nº 19



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

Dentro del segmento Confianza las personas que piensan que los Fondos de Inversión es la mejor opción para ahorrar es un 55.32% de los encuestados lo cual es un alto porcentaje.

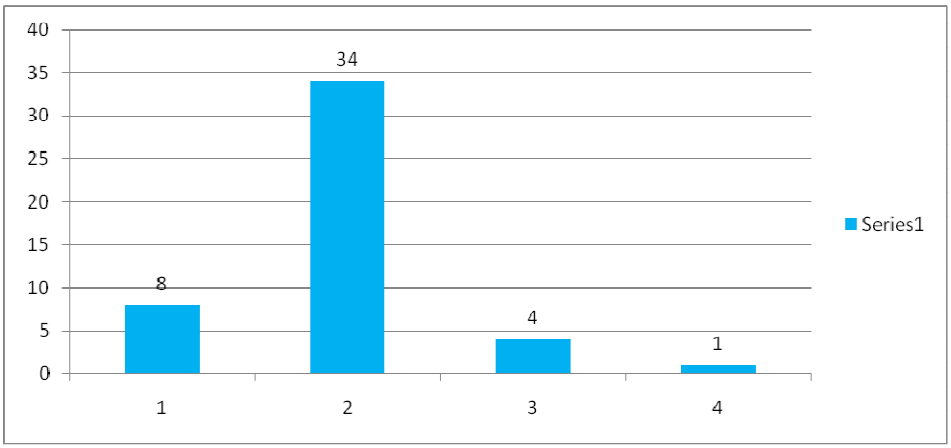
GRÁFICO Nº 20



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

El Banco de preferencia en este segmento es el Bco. de Guayaquil, en un 72.34% seguido por el Bco. Del Pichincha con un 17.02%.

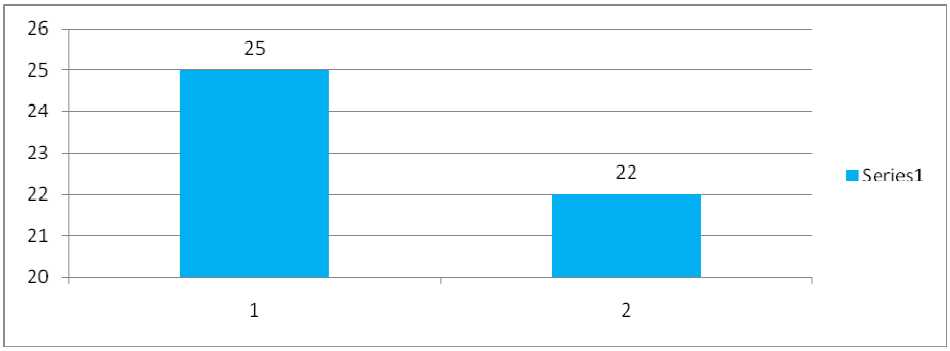
GRÁFICO Nº 21



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

La Administradora de Fondos del Banco de Guayaquil es conocida por un 53.19% de los encuestados del segmento Confianza.

GRÁFICO Nº 22



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

Dentro de este segmento podemos ver que existe un alto porcentaje de personas que ahorran en Fondos de Inversión en el Banco de Guayaquil, por lo cual podemos concluir que el Fondo Emergente tiene la confianza

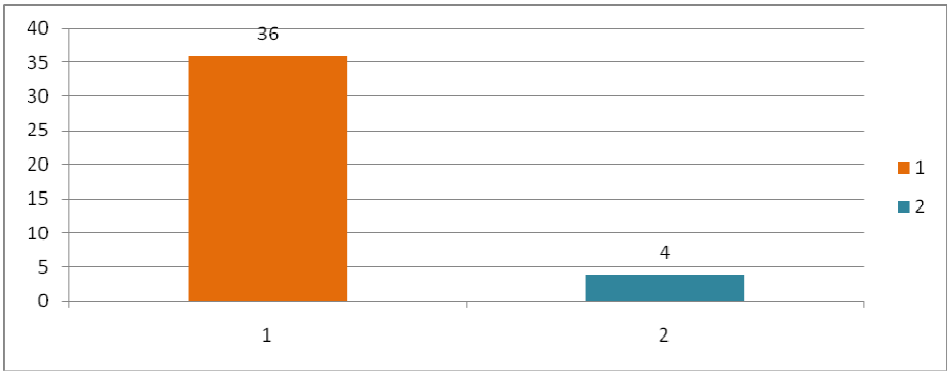
de las personas, ya que la mayoría de personas confía en el Banco de Guayaquil y en su filial la Administradora de Fondos BG.

Segmento Rentabilidad:

Otro segmento es el de las personas que buscan Rentabilidad en el Fondo de Cesantía a Corto Plazo, este segmento cuenta con un 26% de los encuestados.

De este grupo vemos que un 90% de las personas mantiene un trabajo estable por al menos seis meses.

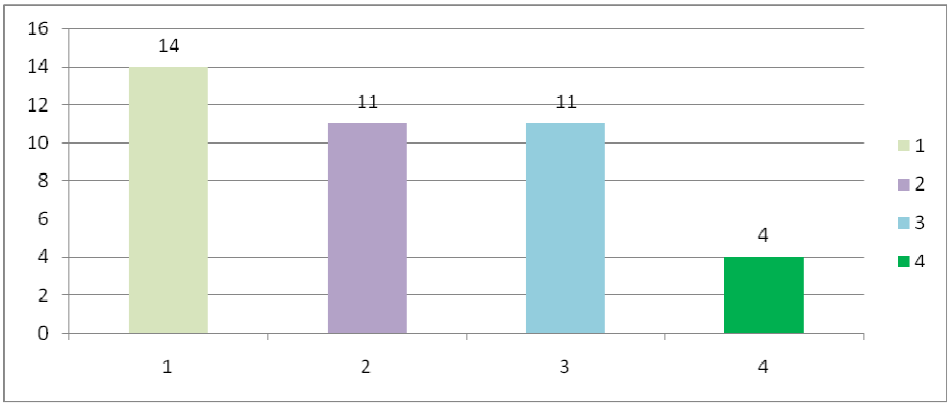
GRÁFICO Nº 23



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

Las personas que realizan ahorro es de un 90% en distintos porcentajes, el 27.5% ahorra más del 25% de su sueldo.

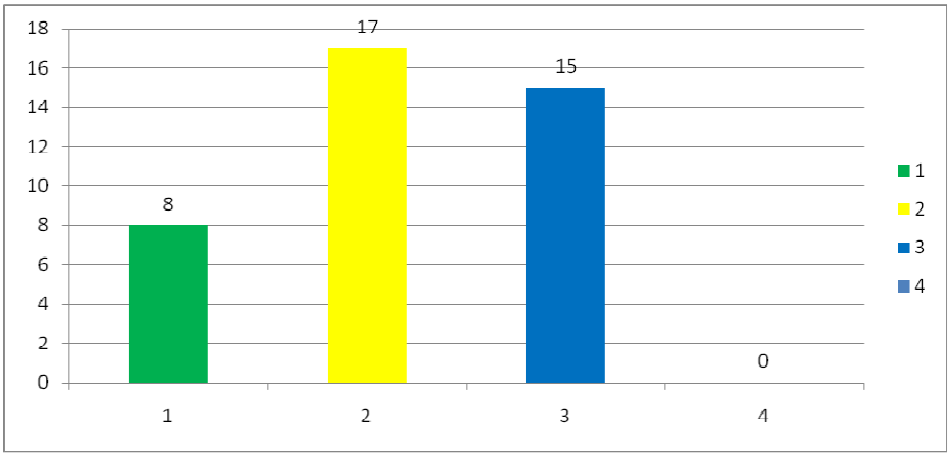
GRÁFICO Nº 24



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

En el segmento Rentabilidad un 42.5% de los encuestados piensa que los Fondos de Inversión es la mejor manera para ahorrar.

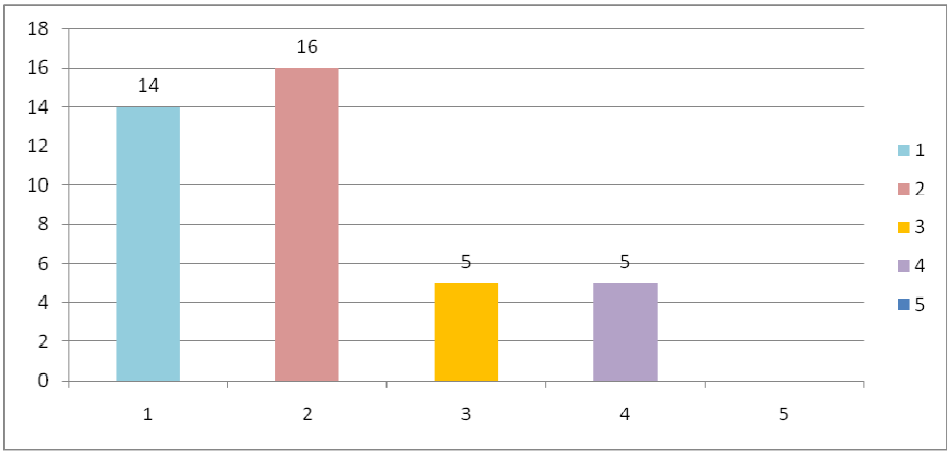
GRÁFICO Nº 25



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

El 40% del Segmento piensa que el Banco De Guayaquil es la mejor opción para invertir sus ahorros. En este segmento también se ve que el Banco del Pichincha tiene un alto porcentaje (35%) de aceptación.

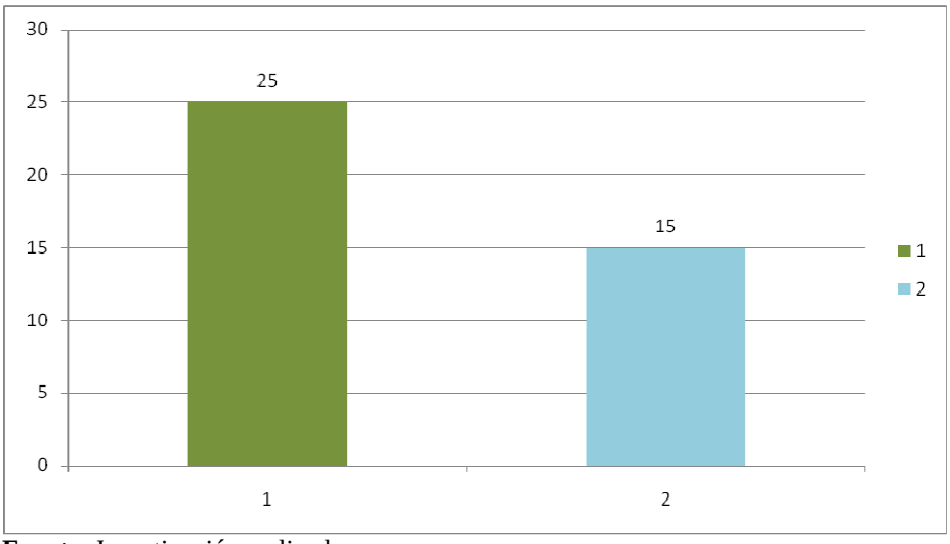
GRÁFICO Nº 26



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

En este segmento podemos ver que un 62.5% conocen o han escuchado hablar sobre la Administradora de Fondos Banco de Guayaquil.

GRÁFICO Nº 27

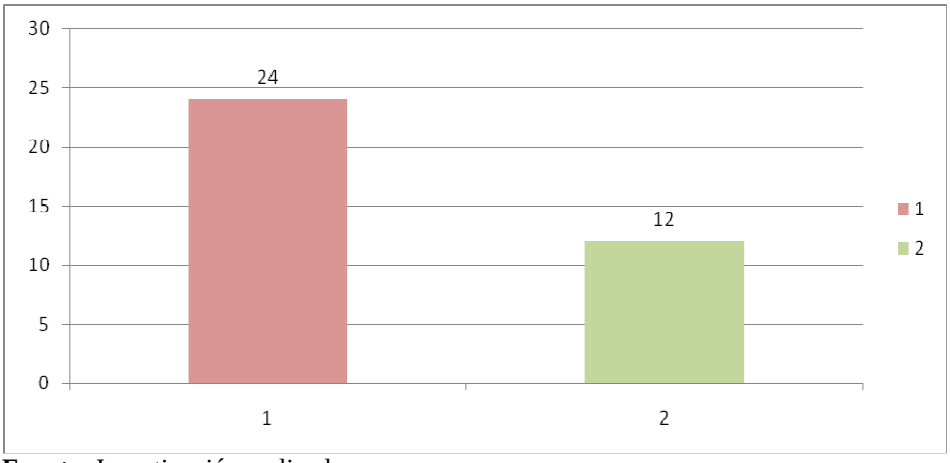


Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

Segmento Seguridad:

Otro segmento es el Seguridad, el cual tiene el 24% de los encuestados, dentro del mismo podemos ver que 66.6% mantienen un trabajo por el menos un periodo de seis meses.

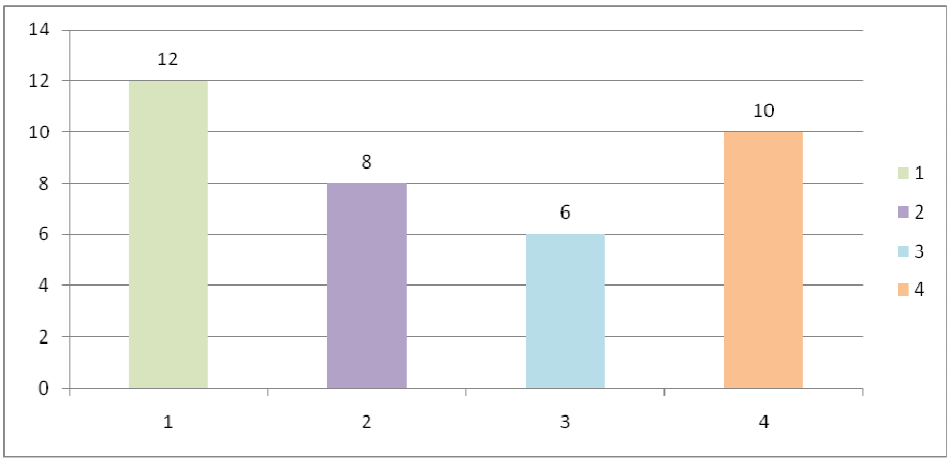
GRÁFICO Nº 28



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

En el segemto seguridad se observa que un 72.2% de personas realizan un ahorro mensual programado, pero tambien es este segmento se ve que un alto porcentaje (27.8%) no realiza ningun tipo de ahorro.

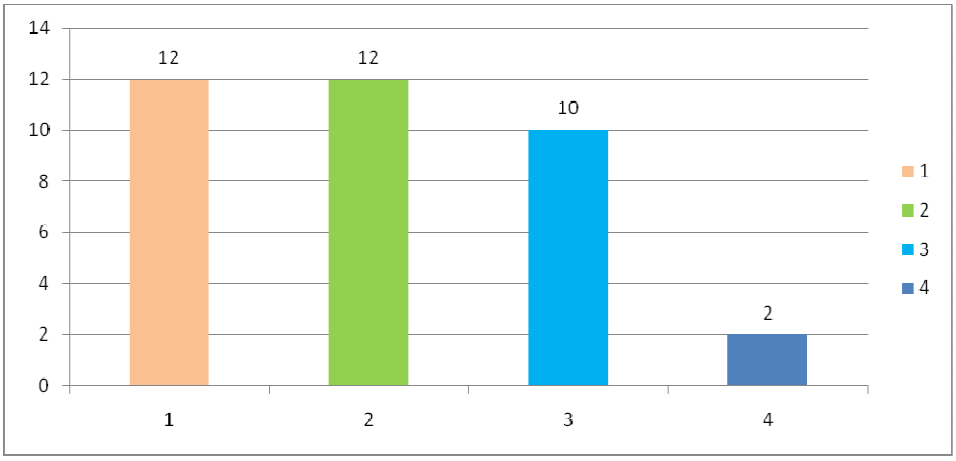
GRÁFICO Nº 29



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

De las personas que ahorran en este segmento un 33.3% prefieren hacerlo en Pólizas, y un 33.3% en Fondos de Inversión.

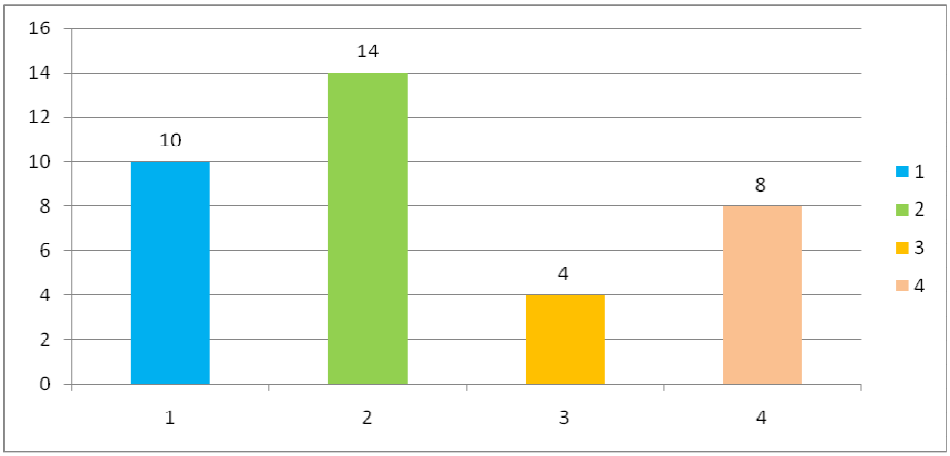
GRÁFICO Nº 30



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

El Banco de Guayaquil tiene 38.8% de la preferencia en este segmento, y al igual que en los otros segmentos su principal competencia es el Banco de Pichincha con un 27.8% de los encuestados.

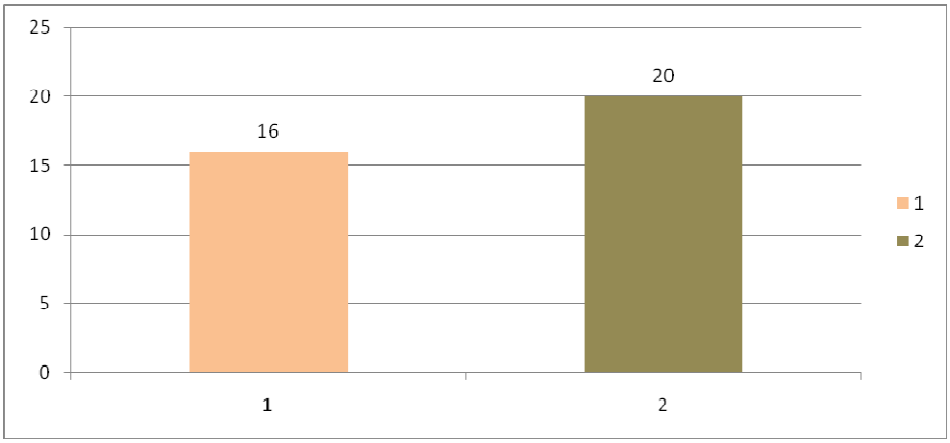
GRÁFICO Nº 31



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

En el segmento podemos ver que un 44.4% conocen sobre la Administradora de Fondos Banco Guayaquil.

GRÁFICO Nº 32

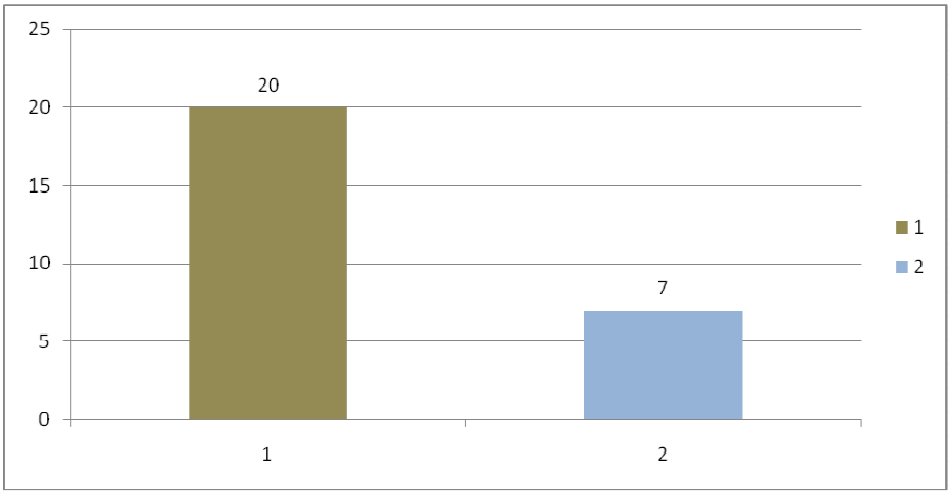


Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

Segmento Respaldo:

El último segmento es Respaldo que cuenta con un 18% de las personas encuestadas, aquí vemos que 74.07% tienen un trabajo estable por más de seis meses.

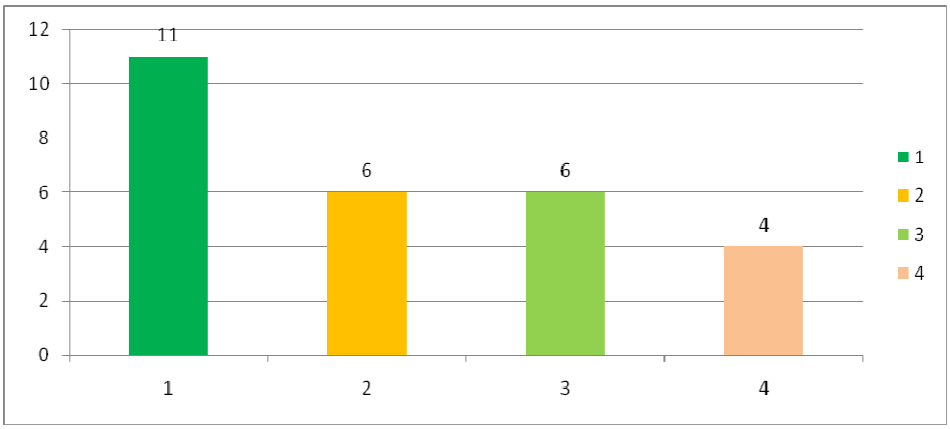
GRÁFICO Nº 33



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

Podemos observar que la mayoria de las personas en este segmento realizan ahorro un 85.02% de los encuestados.

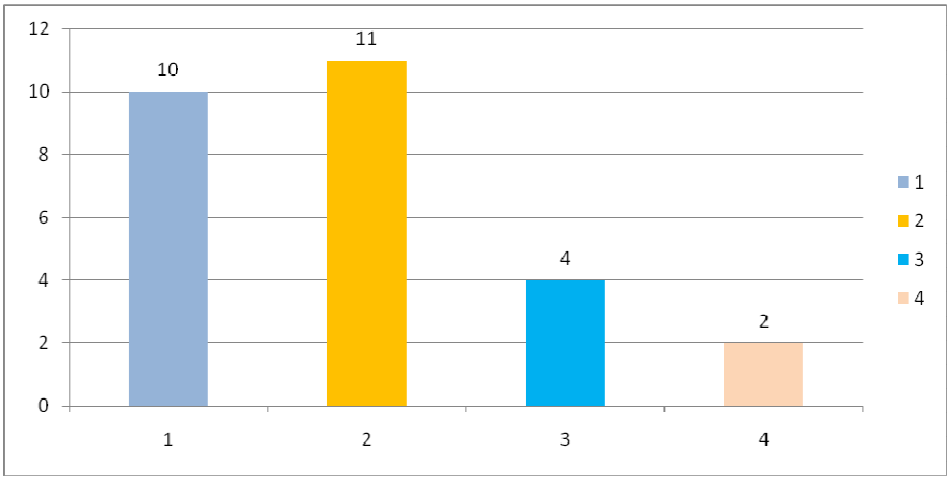
GRÁFICO Nº 34



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

Al igual que en el segmento anterior se puede ver que la gente prefiere ahorrar en pólizas con 37.03%, y en Fondos de Inversión con 40.75%.

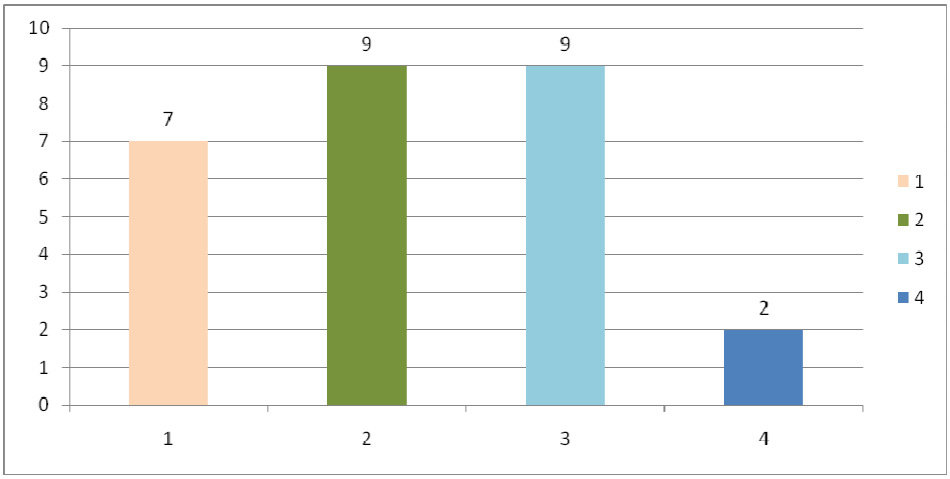
GRÁFICO Nº 35



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

Aquí podemos ver que los Bancos de preferencia en este segmento son el Banco Guayaquil con 33.3% y el Produbanco con un 33.3%.

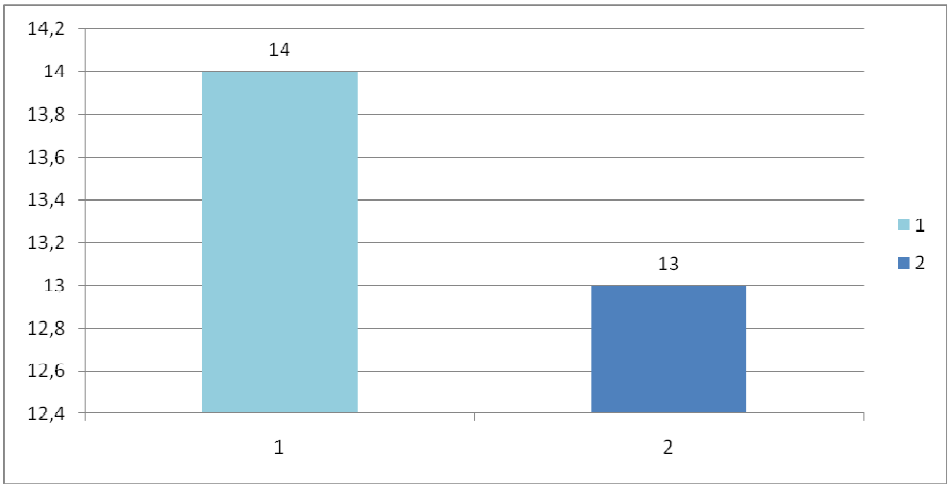
GRÁFICO Nº 36



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

En este segmento conocen de la Administradora de Fondos BG en un 51.85% de los encuestados.

GRÁFICO Nº 37



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

3.3.2.5 Segmento Meta

Después de evaluar los diferentes segmentos que existen en un mercado, la empresa u organización debe decidir a cuáles y cuántos segmentos servirá para obtener una determinada utilidad o beneficio.

Esto significa, que una empresa u organización necesita obligatoriamente identificar y seleccionar los segmentos metas hacia los que dirigirá sus esfuerzos de marketing con la finalidad de lograr los objetivos que se ha propuesto.

El mercado meta es aquel segmento de mercado que la empresa decide captar, satisfacer y/o servir, dirigiendo hacia él su programa de marketing; con la finalidad, de obtener una determinada utilidad o beneficio.

Actualmente, las empresas u organizaciones reconocen que no pueden atraer a todos los compradores del mercado, o al menos, que no pueden atraerlos a todos de la misma manera, debido a que los compradores son demasiado numerosos, demasiado dispersos y demasiado variados en cuanto a sus necesidades y costumbres de compra.

Además, las empresas u organizaciones no siempre tienen la capacidad suficiente como para servir a los diferentes segmentos del mercado. Entonces, en lugar de tratar de competir en un mercado completo y, en algunas situaciones, contra competidores superiores, cada empresa debe identificar y seleccionar aquellos segmentos meta a los que pueda servir mejor y con mayor provecho.

Una situación que permite conocer la importancia de los segmentos meta en su real dimensión, es el hecho de que mientras una empresa u organización no los defina claramente, no podrá tomar decisiones congruentes en cuanto a los productos que ofrecerá, los canales de distribución que empleará, las herramientas de promoción que utilizará y el precio que planteará al mercado; todo lo cual, es decisivo para que una empresa u organización haga una oferta atractiva en el mercado.

El segmento Meta para el Fondo Emergente seria los clientes que buscan Confianza, y que en la actualidad tengan un trabajo estable por más de seis meses, que comprendan las edades de 21 a 40 años.

4 PROPUESTA OPERATIVA DE MARKETING

4.1 MARKETING MIX

4.1.1 Producto

4.1.1.1 Fondo Emergente

Objetivos del Producto

El principal Objetivo del Fondo Emergente es respaldar a sus clientes cuando pierden su estabilidad. La mayoría de las personas no realizan un adecuado ahorro o el sueldo solo les avanza para el día a día, y cuando pierden su trabajo, tienen varios problemas financieros.

El Fondo Emergente es un auxiliar de sus clientes en esos momentos, con la entrega del mismo sueldo que percibía en su trabajo, con lo cual no va a ser un problema la parte económica, hasta que llegue la liquidación o el cliente consiga otro trabajo.

Al tener un ahorro mensual programado los clientes están pensando en el futuro y tendrán un soporte por cualquier eventualidad, eso es lo que planeamos concientizar a las personas que deseen este fondo.

En los primeros años el objetivo es dar a conocer este nuevo Fondo Emergente, y dar a conocer sus beneficios, esto lo vamos a realizar por medio de la segmentación de mercado, utilizando las principales características que las personas buscan en el Fondo.

Con esto buscaremos posicionar a nuestro Fondo en la mente de los clientes, y que el mismo sea diferenciado no solo con los Fondos de la competencia sino también con otros Fondos de la Administradora de Fondos BG.

Características del Producto

La característica principal del Fondo Emergente es la de ayudar a sus clientes en el aspecto monetario en los momentos más difíciles como es cuando una deja de trabajar o no le renovaron su contrato.

Este Fondo tiene como finalidad un ahorro acumulativo mensual, el mismo que ganara rentabilidad, y estará disponible inmediatamente si el cliente pierde su trabajo, para que el mismo no tenga problemas financieros hasta encontrar un nueva oportunidad laboral.

Lo que busca el Fondo Emergente es brindar el mismo salario que percibían en el trabajo, para que así pueda solventar los gastos diarios o deudas adquiridas con anterioridad, dependiendo del tiempo de ahorro se puede pagar desde un mes hasta tres meses, si el cliente no tiene el ahorro como para el pago de su mismo salario, sus ahorros en el Fondo

Emergente servirán como garantía para un préstamo de 2 veces lo que tenga en el mismo.

El fondo emergente a diferencia del Fondo de Cesantía, será entregado de manera inmediata, y no tendrá ningún costo de comisión.

Es un fondo de Inversión a corto plazo con un plazo mínimo de permanecía de seis meses, en los cuales deberá realizar aportes mensuales según su sueldo.

Ventajas y Desventajas

Como casi todas las cosas en la vida, los Fondos de Inversión tienen sus ventajas y desventajas. Por un lado, los Fondos de Inversión pueden diversificarse en muchas ramas y de esta forma ser más seguros ante cualquier cambio de la economía. Pero también tiene aspectos negativos como las comisiones o tiempos de permanencia.

VENTAJAS

La principal ventaja del Fondo Emergente es que cuenta con el respaldo del Grupo Financiero BG, uno de los más grandes y reconocidos a nivel Nacional, además brinda a sus clientes una alta Rentabilidad en todos sus Fondos, los mismos que cuentan con Capitalización Diaria y alta Seguridad.

Cuenta con personal para que la Atención sea a Nivel Nacional y nuestro Portafolio de Inversiones cuenta con las mejores calificaciones de Riesgo del Mercado.

Otra ventaja que se tiene es el Profesionalismo, ya que la Administradora de Fondos BG cuenta con los mejores profesionales en sus filas.

Los Fondos de Inversión de la Administradora están regulados por ley para evitar los fraudes hacia los inversores. De esta forma su dinero estará resguardado por la ley.

El fondo Emergente al igual que otros fondos a Corto Plazo brinda a sus clientes un seguro de Vida.

DESVENTAJAS

Puede existir una confusión sobre los Fondos y otros productos ofrecidos por el Grupo Financiero BG.

La Rentabilidad del Fondo Emergente es variable, lo cual puede disgustar a ciertos clientes.

Los periodos de permanencia mínima son obligato

4.1.2 Precio

4.1.2.1 Deposito Inicial

Dentro del Fondo Emergente el depósito Inicial debe ser un valor proporcional al sueldo que el cliente tenga en su trabajo, también se puede abrir el Fondo con un valor mínimo de $40 dólares, hay que tener en cuenta que este dinero no se lo podrá retirar en 30 días, que es el tiempo de permanencia mínimo.

Pensando en nuestros clientes y en sus Familias hemos diseñado un programa de inversión especialmente para planificar su futuro y el de sus seres queridos.

El Fondo Emergente tendrá una rentabilidad variable, un promedio mensual aproximado de 3.55%, comparado con otros fondos presenta una mayor ganancia para los ahorros de nuestros clientes.

4.1.2.2 Incrementos y Montos Mínimos

Los incrementos que se van a realizar en el Fondo serán de acuerdo al Valor del Compromiso que el cliente acepte, el mismo debe ser mensual. El Cliente puede realizar incrementos adicionales ya que es un Fondo de Ahorro y si tiene un excedente que no desea utilizarlo puede depositarlo de acuerdo con las políticas de permanencia.

El Valor mínimo para realizar estos incrementos de de $20 dólares, y se puede realizar varios aumentos adicionales como el cliente piense pertinente.

El Fondo Emergente para tranquilidad de sus clientes emitirá un Estado de Cuenta Mensual, para que tenga un permanente control sobre sus ahorros, en el cual se podrá verificar todos los depósitos que se realizo en el mes.

Este Estado de Cuenta no tendrá ningún costo para nuestros clientes, la Administradora asumirá el valor del mismo.

Los Incrementos que se realicen se deberán hacer en el Banco de Guayaquil, con los Gestores de Gran Público, los mismos que entregaran un Comprobante de Pago para que el cliente tenga un respaldo.

4.1.2.3 Retiros Parciales o Totales

Los Retiros del Fondo Emergente se realizaran al momento que el cliente quede cesante de su trabajo actual, y dependiendo del monto que tenga se le entregara su totalidad o solo un parcial.

El cliente deberá decidir lo que puede realizar, las formas de retiro que tendrá el Fondo Emergente son:

Retiro Total: El cliente al ver que no va a continuar con su trabajo, puede retirar la totalidad de su dinero que tenga ahorrado en nuestro Fondo, sin que tenga que pagar ninguna penalidad.

Retiro Parcial: El cliente puede optar por recibir el mismo monto que recibía en su trabajo, es decir su mismo sueldo, por 2 o 3 meses, si el cliente no tiene el ahorro suficiente para estos pagos, tiene la posibilidad de solicitar un préstamo de hasta 2 veces lo que tenga ahorrado en el Fondo Emergente.

La posibilidad de préstamo es una manera adicional para ayudar a nuestros clientes en esos momentos, hay que recalcar que si el cliente elige esta opción el dinero no podrá ser retirado.

4.1.2.4 Formas de Pago

Las Formas de pago pueden ser en efectivo hasta un monto no mayor de 5 mil Dólares, montos superiores se pagaran en cheque o crédito internos o a otras Instituciones.

Par los retiros parciales de igual manera pueden realizarse en efectivo, cheque o la más conveniente con crédito a una cuenta.

Si el cliente solicita un préstamo la forma de pago será solo con crédito directo, para lo cual se solicitara la apertura de una cuenta de ahorros en el Banco de Guayaquil, para el desembolso de todo el dinero.

4.1.3 Plaza

4.1.3.1 Opciones Distribución

Venta Directa

Para la comercialización del Fondo Emergente contamos con 5 Asesores Comerciales, los mismos que visitaran a los clientes en su lugar de trabajo o en su domicilio.

Los Asesores comerciales estarán a cargo de indicar los beneficios y la rentabilidad del Fondo Emergente para que así puedan compararlo y adquirirlo.

Como sabemos este Fondo esta creado para personas Naturales, pero también se buscara convenios con empresas, para que mediante de Rol de Pagos de sus empleados se descuente un porcentaje de acuerdo a sus ingresos para aportar mensualmente a Fondo Emergente.

Venta en Indirecta

El Fondo Emergente tiene la oportunidad de ser comercializado en la Matriz o en cualquier sucursal del Banco de Guayaquil, ya que los Gestores de Gran Publico de las distintas agencias estarán capacitados para informar a los clientes sobre los beneficios del mismo.

El Banco de Guayaquil cuenta en la actualidad con la red de servicios Bancarios más grande del país, tiene a disposición para sus clientes 161 Oficinas a nivel nacional.

Cuenta con sucursales en todas las provincias del Ecuador, en la ciudad de Quito tiene 24 sucursales, lo que facilita la comercialización del Fondo Emergente, ya que siempre va a existir un Banco de Guayaquil cerca del lugar de trabajo o la casa de los posibles clientes.

4.1.3.2 Estimulación al Canal de Distribución

El Fondo Emergente tendrá en sus Asesores Comerciales a profesionales con alta capacidad. Por eso al Administradora de Fondos BG se esmerara en que todos ellos accedan a capacitaciones, ya sean presénciales o virtuales, para lo cual cuentan con una excelente infraestructura y capacitadores muy preparados.

Los asesores comerciales también tendrán una comisión por la comercialización del Fondo Emergente, la misma será de un 2% de cada Fondo que se apertura.

También se buscara destacar al mejor Asesor Comercial mensualmente con una bonificación extra, para que de esta manera busquen ofrecer el Fondo Emergente, ya que aparte de ganar una comisión podrá al final del mes con un ingreso superior.

Lo que buscamos es que nuestros asesores se sientan motivados para que así puedan ofrecer el Fondo Emergente como primera opción para un ahorro programado.

Pero de nada serviría que la comercialización ejecute su debito trabajo, si el Fondo Emergente no es un producto que beneficie a sus clientes, por lo cual, los asesores deben conocer sobre el nuevo Fondo, y así se darán cuenta que brinda mayores facilidades y rentabilidad que otros.

4.1.3.3 Mapa de Sucursales

Como ya señalamos la comercialización del Fondo Emergente es posible realizarlo en cualquier Agencia o Sucursal del Banco de Guayaquil.

Dentro de la ciudad de Quito en Banco de Guayaquil cuanta con 24 Agencias, 1 una sucursal Mayor distribuidas en zona norte, centro, sur y valles, A continuación enumeraremos las direcciones de las mismas para su información:

CUADRO Nº 15

Agencias	Ubicación
10 de Agosto	Av. 10 de Agosto y Caicedo (Esq.)
6 de Diciembre	AV. 6 de Diciembre e Isaac Barreiro.
Amazonas	Av. Amazonas Y Ventimilla
América	Av. América n-243 y Abelardo Moncayo (Esq.)
Cámara Comercio de Quito	Av. Amazonas y Republica Edificio. Las Cámaras
Carcelén	Av. Diego de Vásquez n76144 y Jaime Roldós
CCI	Av. Amazonas n36-152 Y NNUU (CCI)
Centro	Av Bolívar 333 y Venezuela.
Cotocollao	Av. Prensa y Pedro Valverde
Cumbayá	Centro Comercial Plaza Cumbayá Local 1
Edif. Tarjetas de Crédito	Av. Amazonas y Juan Pablo Sanz Edif. Antisana.
El Bosque	Av. El Parque Interior Centro Comercial El Bosque.
El Condado	Av. Mariscal Sucre y la Prensa Centro CC El Condado.
El Inca	Av. El Inca 5431 y Francisco de Izaga.
El Recreo	Centro Comercial El Recreo Local No 2.
Granados	Av. Granados y 6 de Diciembre CC Granados Oulet.
Iñaquito	Av. Amazonas N 39-183 y Gaspar de Villarroel.
Magdalena	Av. Mariscal Sucre Y Libertadores.
Maldonado	Av. Panamericana Sur Lote 72444 y Cusubamba.
Parkenor	Av. Panamericana Norte KM. 5 ½
Plaza Grande	Calle Mejía No1214 Y Garcia Moreno
Quicentro	Av. Naciones Unidas y 6 de Diciembre
Quicentro Sur	Av. Rafael Moran Valverde y Av. Quitumbe
San Luis	Isla Santa Clara y Av. General Rumiñahui.

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

Movimiento Por Sucursal

La comercialización de Fondos en la ciudad de quito en el último año ha sido mayor que en años anteriores, esto principalmente por el aumento de Agencias, y la capacitación a los Gestores de Gran Publico del Banco de Guayaquil.

Antes muchas personas pensaban que las únicas maneras de ahorrar era en una cuenta de Ahorros, o en Pólizas si deseaban que su dinero se quedara congelado por un plazo determinado.

El Aumento de los Fondos de Inversión se han dado por una muy fuerte campaña de información, y los clientes poco a poco se van dando cuenta que si desean ahorrar con una mayor rentabilidad y que su dinero esté disponible, su mejor opción son los Fondos de Inversión.

De aquí se puede observar que las Agencias del Norte de la ciudad como la Agencia 6 de Diciembre, Agencia América han tenido una comercialización más alta a diferencia de las demás.

La mayoría de Agencias han logrado comercializar Fondos, pero se espera que en este año se logre un mayor volumen, principalmente con la apertura de nuevas agencias y con las distintas capacitaciones a los asesores comerciales.

4.1.4 Promoción

4.1.4.1 Objetivo de Comunicación

El objetivo básico de la comunicación publicitaria consiste en crear una actitud favorable respecto al producto y actuar sobre el comportamiento de los consumidores para incitarlos a comprar el bien o servicio ofrecido. Con frecuencia, se identifica este objetivo publicitario con el aumento de ventas.

Es innegable que la publicidad tiende a favorecer las ventas de cualquier empresa, pero no es la única variable de comunicación, ni de marketing, que influye sobre ellas. Por tanto, no es conveniente fijar los objetivos publicitarios en términos de ventas, pues los resultados serían difícilmente evaluables, aunque sí es preciso que sean coherentes con el resto de objetivos de comunicación y con los objetivos de marketing de la empresa.

La importancia que tiene tanto la comunicación como la publicidad en nuestros tiempos es impresionante, ya que con ellas es que se consume y se venden productos, es decir, la publicidad ocasiona que las personas se interesen en un producto y el mensaje que esta publicidad conlleva es lo que hace en muchas ocasiones que el cliente lo consuma.

Es entonces donde se da la comunicación en el mensaje dado por la publicidad y recibido por el consumidor en este caso el emisor es la publicidad hecha y el receptor el cliente o consumidor.

El principal objetivo de la comunicación o la publicidad, es dar a conocer el nuevo FONDO EMERGENTE, cuáles son sus beneficios, y principalmente diferenciarlo de otros tipos de Fondos ofrecidos tanto por la Administradora BG, como por otras instituciones Financieras.

La ventaja del FONDO EMERGENTE, es que cuanta con la publicidad de todo el Grupo BG, es decir, la publicidad tanto en medios de comunicación visual, auditiva, escrita, etc.

4.1.4.2 Plan de Medios

El plan de medios es la solución a la difusión de la campaña, es decir, la respuesta a la necesidad de llegar al público objetivo y lograr que éste reciba el mensaje del anunciante.

Se lleva a cabo mediante la planificación de medios, procedimiento que aplica diferentes técnicas para solventar cómo difundir masivamente un mensaje de la manera más rentable y eficaz.

La elección de medios le sigue la selección de los soportes concretos en los que se va a insertar el mensaje. Se elegirán las cabeceras de prensa o revistas, las cadenas de televisión o radio, los itinerarios exteriores, salas

de cine, lugares en la web. Los especialistas en medios manejan para ello criterios que les permiten tomar decisiones sobre la rentabilización del presupuesto.

La Administradora de Fondos BG, para difundir sus distintos servicios o productos basa su campaña principalmente en medios de Comunicación Escrita, como son revistas, comercios, trípticos, dípticos, etc.

Por lo cual para nuestra campaña para dar a conocer el Fondo Emergente hemos realizado dos publicidades, las mismas que cuentan con la información sobre el producto, y serán utilizadas esencialmente en los comercios y revistas.

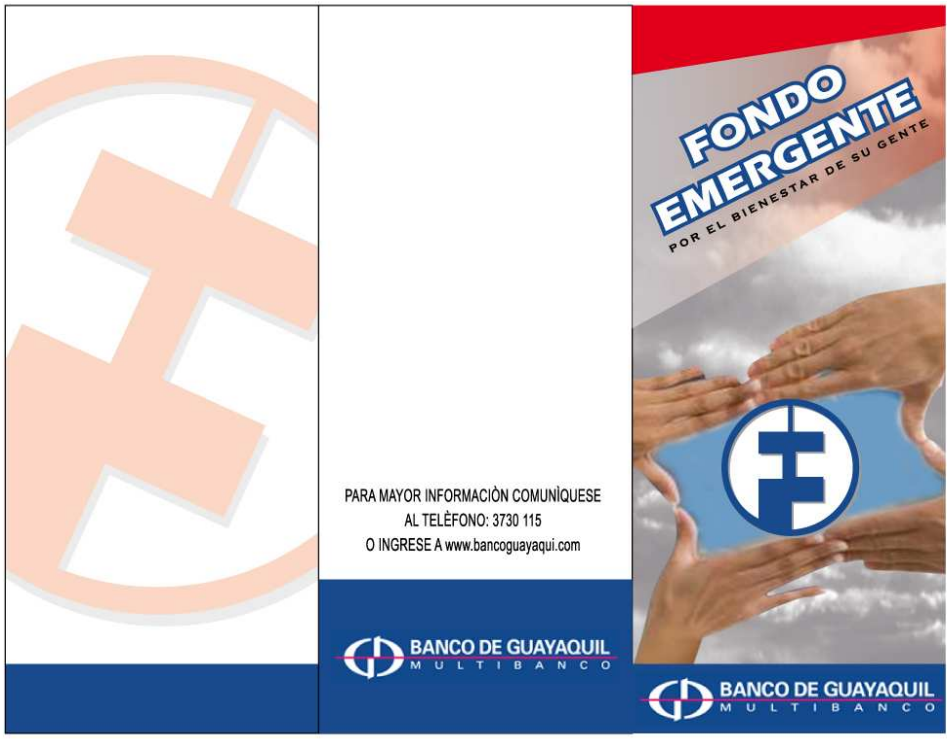
También hemos realizado un díptico sobre el Fondo Emergente, para que la gente conozca más de que se trata este nuevo Fondo, y sus requisitos, los mismos van a ser distribuidos a todas las agencias del Banco Guayaquil, para que así la gente se familiarice con el nuevo producto.

Los trípticos serán utilizados principalmente por los Asesores Comerciales, los mismos que ofrecerán el nuevo Fondo Emergente a los distintos clientes, también se distribuirá por las Agencias del Banco de Guayaquil a los Gestores de Gran Público, en el caso que algún cliente solicite más información sobre nuestro Fondo.

Todas las publicidades del Fondo Emergente, tiene las mismas características y colores, esto principalmente porque queremos que el público se familiarice con nuestro producto.

A continuación podremos ver las distintas publicidades del Fondo Emergente, las mismas que serán utilizadas para dar a conocer nuestro Producto al Publico en general.

GRÁFICO Nº 38





Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

GRÁFICO Nº 39



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

GRÁFICO Nº 40



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

4.1.4.3 Presupuesto Publicitario

El presupuesto de la Administradora de Fondos BG, se basa únicamente en lo que se refiere a prensa escrita, ya que no se realiza publicidad en televisión o radio, los anuncios y piezas publicitarias, son utilizados para la difusión de nuestros productos.

CUADRO Nº 16

AÑO		2010	2011	2012	2013	2014
PUBLICACIÓN COMERCIOS, DIARIOS						
	COSTO PUBLICIDAD	800	857	900	960	1020
	No.	32	32	32	32	32
	TOTAL	25600	27424	28800	30720	32640
PUBLICACIÓN REVISTAS						
	COSTO PUBLICIDAD	900	965	1000	1065	2000
	NO-	38	40	38	38	38
	TOTAL	34200	38600	38000	40470	76000
PIEZAS PROMOCIÓNALES						
	COSTO PUBLICIDAD	2,2	2,3	2,5	2,7	2,9
	NO	4650	4700	4650	4650	4650
	TOTAL	10230	10810	11625	12555	13485
GASTO TOTAL REAL		70030	76834	78425	83745	122125

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

5 ANÁLISIS FINANCIERO

5.1 INVERSIÓN CLIENTE

5.1.1 Tabla Anual en Base a Ingresos

Rango Sueldo	Aporte Mínimo	Tiempo de Permanencia
$240 - $350	40	24
$351 - $450	75	24
$451 - $550	75	24
$551 - $650	85	12
$651 - $750	85	12
$751 - $850	100	8
$851 - $950	100	8
$951 en Adelante	100	8

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

Según el rango de sueldo que tenga el cliente deberá tener un aporte mensual mínimo, obviamente que si tiene la posibilidad de realizar aportes mayores no habrá ninguna clase de problema.

5.1.2 Ahorro

CUADRO Nº 17

Rango Sueldo	Aporte Mínimo	Tiempo de Permanencia	Ahorro Programado
$240 - $350	50	24	1200
$351 - $450	75	24	1800
$451 - $550	75	24	1800
$551 - $650	85	12	1020
$651 - $750	85	12	1020
$751 - $850	100	8	800
$851 - $950	100	8	800
$951 en Adelante	100	8	800

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

De acuerdo con el Rango de sueldo del cliente tenemos que tener un ahorro programado por cualquier eventualidad que se pueda presentar en un futuro, como sabemos el Fondo Emergente es un Fondo de ahorro el cual brinda la oportunidad a sus clientes de tener un respaldo en el momento que deje de trabajar por cualquier circunstancia.

5.2 BENEFICIOS CLIENTE

5.2.1 Valores Emergentes

CUADRO Nº 18

				Pago Salario 3 meses	Préstamo
Rango Sueldo	**Aporte Mínimo**	**Tiempo de Permanencia**	**Ahorro Programado**	**Opción 1**	**Opción 2**
$240 - $350	50	24	1200	400	2400
$351 - $450	75	24	1800	600	3600
$451 - $550	75	24	1800	600	3600
$551 - $650	85	12	1020	340	2040
$651 - $750	85	12	1020	340	2040
$751 - $850	100	8	800	266,67	1600
$851 - $950	100	8	800	266,67	1600
$951 en Adelante	100	8	800	266,67	1600

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

El Fondo Emergente es un Fondo de ahorro programado para personas que piensen en su futuro, y no desean tener inconvenientes en el caso de perder su trabajo, por lo cual este producto brinda la oportunidad a nuestros clientes de poder retirar sus ahorros de manera total, en partes como pago de un sueldo, y también la posibilidad de obtener un crédito por sus ahorros de hasta dos veces el valor que tenga acumulado.

Cualquiera que sea la opción que elija el cliente no tendrá ningún costo Administrativo o de penalización, y recibirá el total de sus ahorros, en un tiempo de 48 horas, salvo el caso de los clientes que elijan el crédito, en este caso tomara no más de 5 días hábiles entregar el valor asignado.

5.2.2 Cuadro de Beneficios Anuales

CUADRO Nº 19

Día	Dic-10	Ene-11	Diferencia
1	3	3,24	0,24
2	3,31	3,41	0,1
3	2,55	3,06	0,51
4	1,35	3,1	1,75
5	1,2	3,08	1,88
6	1,62	3,11	1,49
7	1,93	3,13	1,2
8	2,14	3,13	0,99
9	2,29	3,14	0,85
10	2,4	3,15	0,75
11	2,06	3,14	1,08
12	1,43	3,15	1,72
13	1,57	3,16	1,59
14	1,69	3,15	1,46
15	1,79	3,16	1,37
16	1,89	3,16	1,27
17	1,97	3,16	1,19
18	1,94	3,16	1,22
19	1,9	3,2	1,3
20	1,97	3,25	1,28
21	2,03	3,25	1,22
22	2,08	3,26	1,18
23	2,13	3,21	1,08
24	2,17	3,21	1,04
25	2,11	3,14	1,03
26	2,07	3,5	1,43
27	2,11	3,54	1,43
28	2,14	4,2	2,06
29	2,18	3,25	1,07
30	2,21	3,65	1,44
31	2,24	3,55	1,31

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

5.3 INGRESOS ADMINISTRADORA

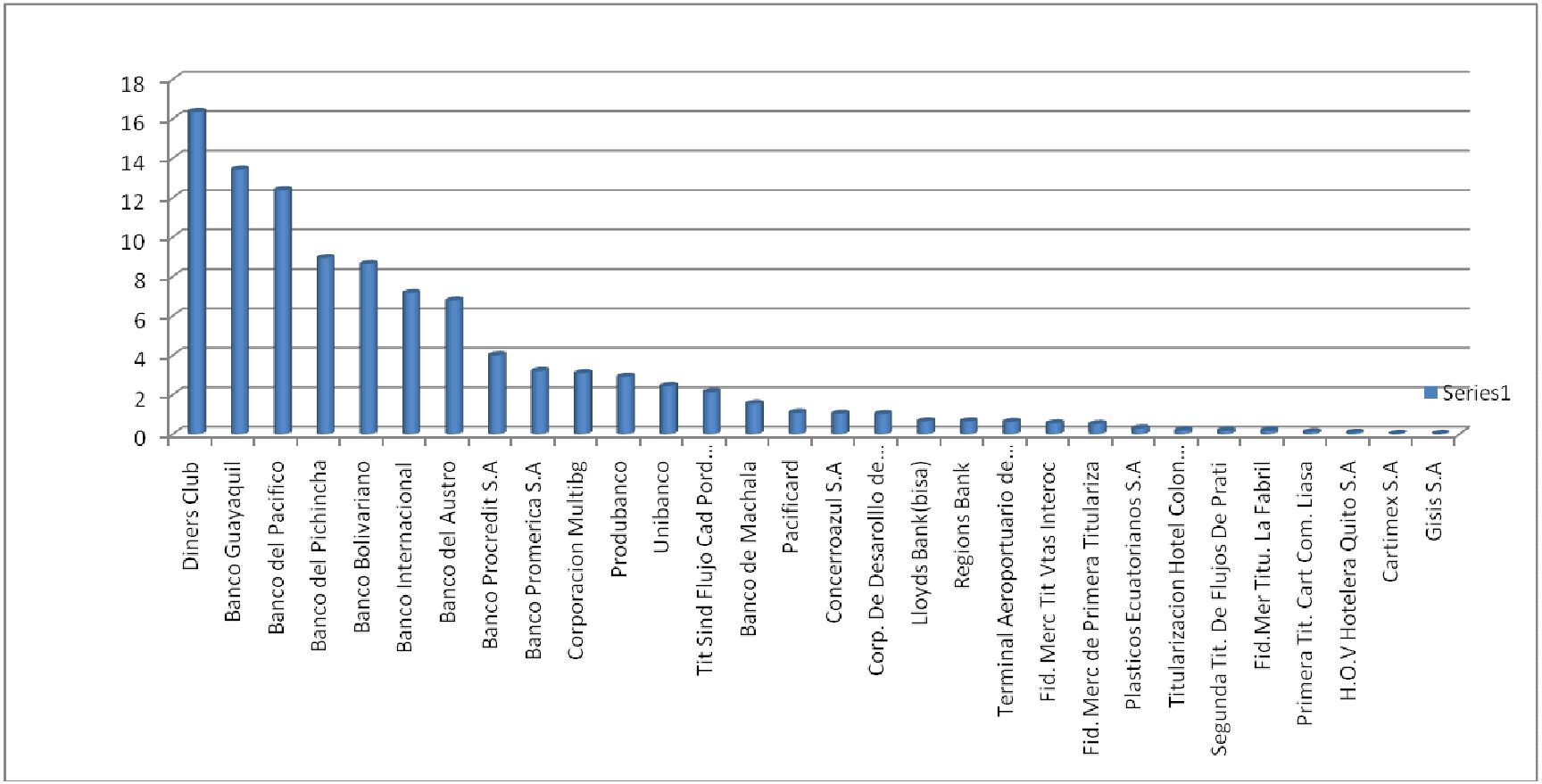
5.3.1 Rentabilidad de la Colocación de la Inversión

CUADRO Nº 20

Diners Club	16,35
Banco Guayaquil	13,42
Banco del Pacifico	12,37
Banco del Pichincha	8,93
Banco Bolivariano	8,62
Banco Internacional	7,15
Banco del Austro	6,77
Banco Procredit S.A	4
Banco Promerica S.A	3,2
Corporacion Multibg	3,09
Produbanco	2,91
Unibanco	2,43
Tit Sind Flujo Cad Pord Sindicada	2,13
Banco de Machala	1,54
Pacificard	1,08
Concerroazul S.A	1,03
Corp. De Desarolllo de Mercados Sec	1,01
Lloyds Bank(bisa)	0,65
Regions Bank	0,65
Terminal Aeroportuario de Gquil S.A	0,62
Fid. Merc Tit Vtas Interoc	0,54
Fid. Merc de Primera Titulariza	0,51
Plasticos Ecuatorianos S.A	0,29
Titularizacion Hotel Colon Guayaquil	0,18
Segunda Tit. De Flujos De Prati	0,17
Fid.Mer Titu. La Fabril	0,17
Primera Tit. Cart Com. Liasa	0,1
H.O.V Hotelera Quito S.A	0,07
Cartimex S.A	0,01
Gisis S.A	0,01
TOTAL	**100**

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

GRÁFICO Nº 41



Fuente: Administradora de Fondos
Elaborado por: Carlos Andrade

5.4 GASTOS

5.4.1 Gasto Personal

Como conocemos el Personal es el recurso más importante en una empresa, por ello en los egresos tenemos un Gasto Personal, este mismo constituye el pago de Decimo Tercero, Decimo cuarto, Vacaciones, Aporte Patronal, etc.

Dentro de este rubro también se tiene que tomar en cuenta el asto de Movilización de los Asesores Comerciales, se estima que se contrataran 5 asesores de Corto Plazo y se pagara unos $100 por movilización de cada uno.

CUADRO Nº 21

PRESUPUESTO DE EGRESOS	
AÑO	**Gastos Personal**
2011	20150.91
2012	23980.34
2013	25534.56
2014	27271.83
2015	29103.55

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

Como conocemos la Administradora de Fondos BG, comercializa varios Fondos, para lo cual cuenta con 5 asesores comerciales, los mismos que tienen un Sueldo de 700 dólares más comisiones.

5.4.2 Gasto Publicidad

Para dar a conocer el nuevo Fondo Emergente, los primeros años se debe realizar un gasto mayor a lo que se refiere Publicidad, ya lo que buscamos es dar a conocer los beneficios y la Rentabilidad del mismo a sus clientes.

La publicidad del Fondo iniciara con piezas Promocionales como son trípticos, hojas volantes, etc. También se estima que se colocara información en Diarios y Revistas para dar a conocer el nuevo Fondo.

5.5 ESTADO DE RESULTADOS

CUADRO Nº 22

INGRESOS

(EN MILES DE U.S. DÓLARES)

	2010	2009
Honorarios por Administración de Fondos de Inversión y Fidecomisos	3797	3521
Comisiones Ganadas	747	489
Ingresos por Interés	102	149
Utilidad por Valuación de Títulos Valores		1
Total	4646	4160
GASTOS		
Gastos de Administración	4326	3899
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	320	261
Menos Gasto Por Impuesto a la Renta	-86	-72
UTILIDAD DEL AÑO	234	189

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

5.6 INSTRUMENTOS FINANCIEROS

5.6.1 Gestión de Riesgo Financieros

El Grupo Financiero Banco de Guayaquil cuenta con una Unidad de Riesgo que tiene bajo su responsabilidad administrar los riesgos del Grupo mediante la identificación, medición, control y monitoreo de los mismos. Para tal efecto, cuenta con un conjunto de estrategias, políticas, procesos, procedimientos y limites para ejecutar su gestión, de acuerdo al perfil de riesgo definido y los objetivos de Rentabilidad, liquidez y solvencia contenidos en el Plan Estratégico del Grupo.

En línea de lo anterior, se ha implementado un conjunto de políticas y metodologías que permiten gestionar los riesgos de crédito, mercado, liquidez y operacional.

El cumplimiento de políticas y límites de exposición es monitoreado de manera permanente por la Unidad de Riesgos y presentado periódicamente a los respectivos comités, para su control y definición de estrategias a seguir en caso de que amerite revisión de las políticas.

En el caso especifico de la Administradora de Fondo, al ser el portafolio de inversiones el principal activo de riesgo de esta compañía, la gestión de riesgo está orientado a controlar que exista una adecuada administración de este portafolio.

Las políticas y límites establecidos para la gestión y administración del portafolio de inversiones, se aplica también en los portafolios de los Fondos y Fidecomisos administrados, permitiendo de esta forma mitigar el riesgo de contraparte de liquidez, de mercado y operativo.

5.6.2 Riesgo de Crédito o Contraparte

Debe entenderse como riesgo de crédito o de contraparte en el portafolio de inversiones, a la posibilidad que el emisor de un titulo incumpla su compromiso de pago en la forma y tiempo pactada contractualmente en la emisión del título valor. El riesgo de contraparte puede influir en el valor de mercado del instrumento de inversión y por ende causar pérdidas financieras al inversionista.

El riesgo de contraparte en el portafolio de inversiones puede ser originado por cambios en la calificación global de riesgo de los emisores, de los países en los cuales se encuentran domiciliados, o en los sectores económicos a los cuales se ligan sus actividades.

El Banco de Guayaquil y sus subsidiarias mitiga el riesgo de contraparte en sus actividades de inversión, a través de un conjunto de políticas que pretenden diversificar el portafolio de inversiones al establecer límites por emisor individual, por nacionalidad de emisores, calificación de riesgo de los emisores, sectores y tipos de instrumentos.

Adicionalmente, todos los emisores de instrumentos financieros son calificados por la Unidad de Riesgo y con base en esta calificación el Comité de Inversiones del Banco de Guayaquil asigna una línea de inversión a ser utilizada por todas las campañas que integran el Grupo Financiero.

5.6.3 Riesgo de Liquidez

El riesgo de liquidez en el portafolio de inversiones se entiende como la dificultad de convertir en efectivo los instrumentos financieros en el tiempo y condiciones adecuadas, que pudiere limitar la posibilidad de que el Banco de Guayaquil y sus subsidiarias puedan atender sus obligaciones.

A fin de mitigar el riesgo de liquidez del portafolio de inversiones, se debe observar los límites de inversión y políticas establecidas en el Manual de Políticas de Inversiones.

5.6.4 Riesgo Operativo

Para atenuar el riesgo Operativo, todos los procesos que se ejecuten en el Área de Tesorería deben estar plenamente identificados y debidamente aprobados, formalizados y documentados con la descripción del proceso, los controles y los riesgos existentes.

Los procesos diseñados deben evitar la incompatibilidad de funciones en la negociación, calificación, registro, valoración, liquidación de títulos y custodia.

Los Funcionarios del Área de Tesorería que ejercen las funciones de negociar instrumentos de inversión, deben tener amplios conocimientos de los mercados financieros en los que operan y experiencia en el ejercicio de estas funciones,

Todas las inversiones en instrumentos de inversión deben tener prospectos detallados, donde consten las características y condiciones financieras de la emisión. El prospecto debe ser revisado por el Área de Tesorería observando en todo momento que las características y condiciones se encuadren dentro de las políticas vigentes del Banco.

Todas las transacciones de negociación de instrumentos de inversión que se efectúen deben ser registradas en el sistema de información de la Administradora, el cual debe tener implementado los controles adecuados que permitan garantizar la correcta aplicación operativa y contable, así como efectuar el monitoreo de potenciales incumplimientos a las políticas descritas en el Manual.

5.6.5 Riesgo de Capital

La Administradora gestiona su capital para asegurar que estará en capacidad de continuar como empresa en marcha mediante la precautela de los recursos patrimoniales a través de la gestión de sus riesgos a la que se ve expuesto en su negocio diario.

5.6.5.1 Categorías de Activos Financieros

El detalle de los activos financieros mantenidos por la Administradora es como sigue:

CUADRO Nº 23

Activos Financieros

(En miles de dólares)

	2010	**2009**	**2008**
Inversiones mantenidas hasta su Vencimiento	527	22	297
Préstamo y Cuentas por Cobrar	24	37	63
TOTAL	551	59	360

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

La Administradora considera que los importantes en libros de los activos financieros reconocidos al costo amortizado en los estados Financieros se aproximan a su valor razonable.

Los títulos valores registrados como “Mantenidos hasta Vencimiento”, se valoran al costo de adquisición amortizada (devengacion lineal).

En el caso de posibles negociaciones de títulos valores, estos se valoran al valor de mercado, el cual se determina diariamente por su cotización en Bolsa de Valores; y, de no existir un precio de mercado en los 30 días previos a su valoración, por su valor razonable, de acuerdo a la

metodología establecida en el Manuel para la Administración del Portafolio de Inversiones.

El valor razonable de los activos financieros se determina de la siguiente manera:

El valor razonable de los activos financieros con termino y condiciones estándar y negociados en los mercados líquidos activos se determinan con referencia a los precios cotizados en el mercado.

El valor razonable de los otros activos se determina de conformidad con los modelos de fijación de precio de aceptación general con base en el análisis del flujo de efectivo descontado utilizando precios de transacciones actuales observables en el mercado y cotización para instrumentos similares.

CUADRO Nº 24

Activos Financieros

(En miles de dólares)

	2010	**2009**
Interés en activos financieros medidos al costo amortizado	50	89
Saldos en Bancos y Fondos de Inversión	49	55
Inversiones mantenidas hasta su Vencimiento	3	5
Préstamo y Cuentas por cobrar		
TOTAL	102	149

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

5.7 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL PROYECTO

El análisis de sensibilidad de un proyecto de inversión es una de las herramientas más sencillas de aplicar y que nos puede proporcionar la información básica para tomar una decisión acorde al grado de riesgo que decidamos asumir.

La base para aplicar este método es identificar los **posibles escenarios** del proyecto de inversión, los cuales se clasifican en los siguientes:

5.7.1 Pesimista

Es el peor panorama de la inversión, es decir, es el resultado en caso del fracaso total del proyecto.

5.7.2 Probable

Éste sería el resultado más probable que supondríamos en el análisis de la inversión, debe ser objetivo y basado en la mayor información posible.

5.7.3 Optimista

Siempre existe la posibilidad de lograr más de lo que proyectamos, el escenario optimista normalmente es el que se presenta para motivar a los inversionistas a correr el riesgo.

Así podremos darnos cuenta que en dos inversiones donde estaríamos dispuestos a invertir una misma cantidad, el grado de riesgo y las utilidades se pueden comportar de manera muy diferente, por lo que debemos analizarlas por su nivel de incertidumbre, pero también por la posible ganancia que representan.

El VAN y el TIR son dos herramientas financieras procedentes de las matemáticas financieras que nos permiten evaluar la rentabilidad de un proyecto de inversión, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que podemos hacer en un negocio en marcha, tales como el desarrollo de un nuevo producto, la adquisición de nueva maquinaria, el ingreso en un nuevo rubro de negocio, etc.

5.8 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

Basta con hallar VAN de un proyecto de inversión para saber si dicho proyecto es viable o no. El VAN también nos permite determinar cuál proyecto es el más rentable entre varias opciones de inversión.

5.9 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Conocida también como tasa interna de rendimiento, es un instrumento o medida usada como indicador al evaluar la eficacia de una inversión.

La TIR sirve para identificar claramente el tiempo en que recuperaremos el capital asignado a una inversión. Para su calculo también se requiere proyectar los gastos por efectuar (valores negativos) e ingresos por recibir (valores positivos) que ocurren en períodos regulares.

Es recomendable aplicar esta facilidad para determinar la productividad de cualquier proyecto que nos propongan, pero también es aplicable a inversiones por realizar en herramientas financieras tradicionales. La TIR nos dará información adicional para tomar decisiones analizadas a profundidad cuando de inversiones se trata.

CUADRO Nº 25

INVERSIÓN	-70000
PERIODO 1	20700
PERIODO 2	34300
PERIODO 3	34436
PERIODO 4	34572
PERIODO 5	34708

TIR	32%
VAN	$ 48.201,64

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Carlos Andrade

El proyecto es rentable es decir que el proyecto se paga a si mismo.

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

Después de haber realizado la investigación sobre la Propuesta de Desarrollo y comercialización del producto Fondo Emergente para la Administradora de Fondos del Banco de Guayaquil, logramos obtener varias conclusiones, las mismas que pueden ser de mucha utilidad en la puesta en marcha del nuevo producto.

El Fondo Emergente es un producto innovador, ya que si bien existe varios Fondos de Cesantía, los mismos son a Largo Plazo, y en algunos casos tienen penalidades por retirar sus inversiones antes del tiempo especificado. Por esto la idea de un Fondo a Corto Plazo que respalde al cliente en el caso de perder su trabajo, puede ser de gran interés para muchas personas.

Como se puedo ver en el desarrollo de la investigación existe un gran número de personas que realiza un ahorro programado mensual, la mayoría lo hace en pólizas y libretas de ahorro, pero en los últimos tiempos mucha gente ha empezado a invertir en Fondos de Inversión, lo cual es beneficioso para nuestro Producto.

El Fondo Emergente cuenta con el respaldo del Banco de Guayaquil, el mismo que en el último año ha crecido tanto en lo que se refiere a infraestructura como en número de clientes tanto en la ciudad de Quito, como a nivel Nacional, lo cual vemos

que es una fortaleza para nuestro producto, no solo por el aspecto de la confianza de los posibles usuarios, sino también en la parte de publicidad, ya que la propaganda que realiza el Banco de Guayaquil tanto en prensa escrita, televisión y radio, puede ser utilizado para nuestro Fondo, como una publicidad indirecta.

En el Ecuador el índice de desempleo en la ciudad de Quito está entre un 4.30% a un 8.34%, aunque en los últimos meses se redujo ligeramente, todavía los jóvenes de nuestro país no encuentran trabajo con facilidad, por lo cual aceptan trabajos con menor sueldo o que no tiene que ver con su profesión.

Adicionalmente, el Ministerio de Trabajo dio a conocer ayer que entre el 1 de marzo y el 30 de junio registró 4.730 denuncias de trabajadores despedidos, 1.911 pertenecían al sector público y 2.819 al privado. Estas denuncias no reflejan el número real de trabajadores despedidos, ya que en algunos casos los empleados llegan a acuerdos con sus patronos.

Como sabemos en la actualidad la Administradora de Fondos BG, ocupa el primer lugar en Fondos a Corto Plazo, lo cual debe ser utilizado para la comercialización de nuestro nuevo producto.

El fondo tiene mucha competencia tanto en otras instituciones Bancarias, como cooperativas, por lo cual se debe dar más beneficios, no solo en la parte rentable, sino también en otros aspectos como facilidad de retiro, seguridad, confianza, etc. Para que de esta manera la gente desee invertir en nuestro Fondo.

El Fondo Emergente para tranquilidad de sus clientes, contara con un asesor comercial, el mismo que estará encargado de responder o solventar de cualquier problema a nuestros inversionistas, lo que tratamos con esto es de dar una atención más personalizada para nuestros consumidores.

6.2 RECOMENDACIONES

Dentro del proyecto que hemos realizado del Fondo Emergente para la Administradora de Fondos Banco de Guayaquil, hemos visto muchas cualidades del mismo, por lo cual podemos realizar algunas recomendaciones como:

Es un proyecto rentable, que debe ser tomado en cuenta por la Administradora, ya que podría ser utilizado como un nuevo producto a corto plazo. Además cuanta con la posibilidad de brindar un crédito por sus ahorros.

Para la comercialización del Fondo Emergente necesitamos que los Asesores Comerciales conozcan todos beneficios, características, del mismo, por lo cual sería recomendable una capacitación constante.

La publicidad del Fondo Emergente no debe variar mucho en lo que son colores, fotos, mensajes, esto con el fin que los clientes cada vez se familiaricen mas con nuestras publicaciones, y después de un tiempo reconozcan a nuestro producto por un color o por su slogan: Fondo Emergente Por el Bienestar de su Gente.

BIBLIOGRAFÍA

1. ABANFIN. [http://www.abanfin.com].
2. ALZOLA ELEXPURU, J.L. (1992). ***La gestión de una cartera de renta fija.*** Madrid: Ed. FEDEA.
3. BANCO DE GUAYAQUIL. [www.bancoguayaquil.com].
4. BARRERA, Augusto C. (1995). ***Nociones de Operaciones Bancarias.*** Panamá: Taller Senda.
5. BARRERO, M. (2000). ***Manual de Fondos de Inversión.*** Madrid.
6. BORSABCN. [http://www.borsabcn.es/dtb/index.htm].
7. FERNÁNDEZ VALBUENA, S. (1996). ***Cómo invertir en Renta Fija.*** Madrid.
8. FERNÁNDEZ VALBUENA, S. (1998). ***Cómo reducir el riesgo de sus inversiones.*** Madrid.
9. FIBANC. [http://www.fibanc.es].
10. GIRÓN, D. (1994). ***Estivenson Principios Fundamentales de Comercio.*** Panamá: Segunda Edición.
11. GUIA-ACTIV. [http://www.guia-activ.com/bolsafor].
12. INSTITUTO SUPERIOR DE TÉCNICAS Y PRÁCTICAS BANCARIAS. (2000). ***Agenda bancaria y de costes financieros.*** Madrid: Libro electrónico.
13. INTERCOM. [http://www.intercom.es/cdi/indexesp.html].
14. MONOGRAFÍAS.COM. [http://www.monografias.com/trabajos7/cuba/cuba.shtml#bi].
15. NERI CRESPO, F. (2000). ***Curso Básico de Mercados Financieros.*** Madrid.
16. PABLO LÓPEZ, A. (1998). ***Valoración financiera.*** Madrid: Ed. Centro de Estudios Ramón Areces. 2ª Edición.
17. PRIETO PÉREZ, E. (1973). ***Teoría de la inversión.*** Madrid: Ed. ICE.
18. SOLIS P. José Del C. (1996). ***Aspectos de Mercado Financiero.*** Panamá: Editorial Sibauste, S.A.