



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
ESCUELA DE MERCADOTECNIA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE MERCADO Y PROPUESTA COMERCIAL PARA LA
CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA COOPERATIVA MUSHUC RUNA
EN LA CIUDAD DE OTAVALO”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
MERCADOTECNIA**

AUTORA: María Petrona Velásquez Andrade

DIRECTORA: Dra. Soraya Rhea

Ibarra, Julio 2012

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio investigativo, se realizó con el firme propósito de elaborar un diagnóstico situacional del sector comercial rural de Otavalo partiendo de la aplicación de una investigación de campo, estableciendo las necesidades del sector productivo para la creación de una sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de Mushuc Runa.

La investigación permitió conocer las potencialidades, y dificultades que puede existir en la creación de una sucursal de Mushuc Runa en la ciudad de Otavalo, tomando en cuenta que en el sector existe varias instituciones financieras tanto bancos como cooperativas. Este estudio surge con la necesidad de conocer las posibilidades de crear ésta en Otavalo.

Esta investigación tiene seis capítulos, desarrollados de forma técnica que han permitido determinar la factibilidad de crear una sucursal de Mushuc Runa en la ciudad de Otavalo; es importante mencionar que MUSHUC RUNA, (Hombre Nuevo) es considerada una de las cooperativas más grandes en el ámbito del sector indígena, por su crecimiento y tamaño en estos seis años existencia. Esto hace que pueda considerándose una entidad de tipo financiero de carácter social, que puede brindar su servicio a la comunidad otavaleña.

La investigación define una serie de aspectos técnicos y científicos sobre la propuesta de comercialización para que Mushuc Runa pueda posicionarse en el mercado financiero de la ciudad de Otavalo.

ABSTRACT

This research study was conducted with the firm intention to make a situational diagnosis of the rural commercial sector of Otavalo on the basis of the implementation of field research, establishing the needs of the productive sector for the creation of a branch of the cooperative savings and credit Mushuc Rune.

The research allowed to know the potentialities and difficulties which may exist in the establishment of a branch of Mushuc Rune in the city of Otavalo, taking into account that there is several financial institutions in the sector both banks and cooperatives. This study comes with the need to know the possibilities of creating it in Otavalo.

This research has six chapters, developed in technical way that have allowed to determine the feasibility of creating a branch of Mushuc Rune in the city of Otavalo; It is important to mention that MUSHUC Rune (new man) is considered one of the largest in the field of indigenous sector, for its growth and size in these six years existence. This makes it to being a financial entity of a social nature, which can provide their service to the community otavaleña.

Research defines a number of technical and scientific about the proposal of marketing aspects for Mushuc Rune can position itself in the financial market of the city of Otavalo.

AUTORÍA

Yo, María Petrona Velásquez Andrade, declaro bajo juramento que el trabajo aquí escrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado ante ningún tribunal de grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Firma

María Petrona Velásquez Andrade

C.I. 1003056569

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada María Petrona Velásquez Andrade, para optar por el título de Ingeniera en Mercadotecnia, cuyo tema “ESTUDIO DE MERCADO Y PROPUESTA COMERCIAL PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA COOPERATIVA MUSHUC RUNA EN LA CIUDAD DE OTAVALO”. Considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 19 días del mes de Septiembre del 2011

Firma

Dra. Soraya Reha

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo María Petrona Velásquez Andrade, con cédula de identidad N° 100305656-9 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la ley de propiedad intelectual del Ecuador artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (a) de la obra o trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE MERCADO Y PROPUESTA COMERCIAL PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA COOPERATIVA MUSHUC RUNA EN LA CIUDAD DE OTAVALO” que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera en Mercadotecnia, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Firma -----

Nombre: María Petrona Velásquez Andrade

Cédula: 100305656-9

Ibarra, a los 25 días del mes de Julio del 2012



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100305656-9		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Velásquez Andrade María Petrona		
DIRECCIÓN:	Pilchibuela (Cotacachi)		
EMAIL:	camave.1204@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2915622	TELÉFONO MÓVIL:	090393472

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE MERCADO Y PROPUESTA COMERCIAL PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA COOPERATIVA MUSHUC RUNA EN LA CIUDAD DE OTAVALO”
AUTORA:	Velásquez Andrade María Petrona
FECHA:	2011-07-20
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN MERCADOTECNIA
ASESOR /DIRECTOR:	Dra. Soraya Reha

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, María Petrona Velásquez Andrade con cédula de ciudadanía Nro. 1003056569 en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la

publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 15 días del mes de Abril de 2011

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: María Velásquez

C.C.:100305656-9

ACEPTACIÓN:

(Firma)

Nombre: Lic. Ximena Vallejos

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario.....

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado principalmente a Dios, quien me ha dado las fuerzas y el valor necesario para poder llegar hasta la culminación de mi carrera, a mi madre, mis hermanas, mi querido esposo y mis adorados hijos, quienes con amor y entusiasmo depositaron en mí, todo su apoyo y confianza para que llegue a concluir mi carrera y pueda sentirme realizada tanto como persona y también como profesional.

A mis padrinos, quienes siempre han estado apoyándome desde la distancia y dándome palabras de aliento y superación, y a todos aquellos que estuvieron junto a mí en cada momento, brindándome cariño y apoyo incondicional y que han contribuido para el logro de mi tan ansiada meta, el llegar a ser profesional” como Ingeniera en Marketing.

María Velásquez

AGRADECIMIENTO

De manera infinita quiero agradecer a Dios Todopoderoso por haberme permitido llegar hasta el final de mi carrera con gran regocijo y por haber puesto en mi camino a personas tan maravillosas que han sido parte fundamental de mi vida para poder llegar a ser profesional.

Mi eterna gratitud para quienes me apoyaron en todo momento, de manera especial agradezco al Ing. Soraya Reha por su apoyo y conocimientos muy acertados que me ayudaron a concluir con éxito este trabajo; a todos mis maestros y compañeros, testigos de triunfos y fracasos.

Y a la universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias administrativas y Económicas, especialmente a mi tan querida escuela de Mercadotecnia por haber permitido formarme como profesional y de la cual llevo las mejores enseñanzas.

María Velásquez

PRESENTACIÓN

La presente investigación, está diseñada con la finalidad de crear una Sucursal de la Cooperativa Mushuc Runa en la ciudad de Otavalo, ya que existen habitantes del sector rural que se dedican a actividades comerciales, textiles, artesanales y de exportación. La población para un adecuado desarrollo económico, comercial y social requiere de inversión y reinversión contante, razón por la cual Mushuc Runa que es una institución financiera que sirve principalmente al sector indígena, puede de acuerdo a este estudio de mercado crear una sucursal en Otavalo.

El primer capítulo está enfocado al desarrollo de un diagnóstico situacional en donde se conocerá el objeto de estudio respecto a la situación actual de la empresa, sus fortalezas y debilidades.

En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico que por medio de fuente de información secundaria, en base a textos, libros, periódicos, revistas, internet y demás documentos que involucre la investigación, con ello se ha determinado los fundamentos científicos donde se sustenta este estudio de mercado.

El tercer capítulo establece el estudio de mercado en donde se obtuvo mediante información primaria y secundaria, y de una investigación de campo con encuestas y entrevista el verdadero problema de la investigación. Preliminarmente se determinó el universo poblacional y el respectivo cálculo muestral. Este estudio define los aspectos esenciales que determinan la posibilidad y factibilidad de que el proyecto de investigación se puede ejecutar con éxito.

El cuarto capítulo está diseñado para el estudio técnico (ingeniería del proyecto), el cual permite establecer la ubicación de la microempresa, su

tamaño, la distribución de las áreas, la tecnología y estrategias de comercialización y en sí el plan de comercialización que ayudará a la creación de la sucursal de Mushuc Runa así como también el recurso humano que será necesario para la operatividad de la entidad financiero, además se establece la estructura orgánica y funcional de la sucursal de la cooperativa donde se hace referencia a la organización estructural de la institución, aquí se cuenta con la misión, visión, principios y valores corporativos de la institución en función del propósito para alcanzar los objetivos establecidos.

En el capítulo quinto se aplicó el estudio económico financiero donde se realizó un análisis de la inversión que se necesita para la aplicación de este proyecto, además se organizó las proyecciones de ingresos y egresos, los mismos que, harán posible la generación de los estados financieros a partir de ello se ha podido definir el análisis financiero, para determinar la rentabilidad que genere el proyecto así como su viabilidad financiera.

El sexto capítulo define los posibles impactos que generará el proyecto, en los aspectos social, educativo, económico y comercial.

El presente trabajo finaliza con las correspondientes conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

ÍNDICE

	PÁG.
CARÁTULA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
ABSTRACT	iii
TRABAJO DE AUTORÍA	iv
INFORME DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
PRESENTACIÓN	xii
ÍNDICE	xiv
LISTA DE CUADROS	xx
LISTA DE GRÁFICO	xxiv
INTRODUCCIÓN	25
CAPÍTULO I	30
DIAGNÓSTICO	30
Antecedentes	30
Objetivos diagnósticos	31
Variables diagnosticas e indicadores	31
Matriz de operacionalización de variables	33
Identificación de la población	34
Calculo de la muestra	34
Diseño de instrumentos de investigación	35
Evaluación y análisis de la información	35
Análisis tabulación e interpretación de encuestas realizadas a la población.	36
Análisis, tabulación e interpretación de encuestas realizadas a los empleados de la Cooperativa Mushuc Runa.	51

Informe de la entrevista realizada al gerente general de la Cooperativa Mushuc Runa.	64
Análisis de la matriz FODA	66
Matriz de relación	67
Identificación del diagnóstico	68
CAPÍTULO II	69
MARCO TEÓRICO	69
Cooperativismo	69
Origen del cooperativismo	70
Objetivos cooperativos	71
Principios generales del cooperativismo	72
Valores cooperativistas	73
Características principales de las cooperativas de ahorro y crédito	75
Sucursales	76
Función principal de la sucursal en relación a la matriz	76
Dependencia	77
Toma de decisiones	77
El Mercado	78
Origen de mercado	79
Estudio de mercado	80
Clases de mercado	81
Otros tipos de mercado	82
Estrategias mercado en un producto-mercado amplio	82
Características de mercado	83
Demanda	84
Oferta	84
Mecanismo de mercado	85
Marketing mix	85
Herramientas del marketing.	86

Publicidad ATL o tradicional	88
Publicidad BTL o electrónica	88
Plan comercial o de negocios	89
Conceptualización	89
Funcionalidad e importancia	90
Objetivos del plan de negocios en la economía de mercado.	91
Etapas del plan de negocios	91
El mercadeo	95
Variables y estrategias de marketing	95
Principios fundamentales	98
Tipos de estrategias ofensiva	98
Selección de personal	99
Diferencias entre aptitud y capacidad	101
CAPÍTULO III	102
ESTUDIO DE MERCADO	102
Identificación del producto o servicio	102
Mercado meta	103
Segmentación del mercado	105
Identificación de la demanda	105
Estudio de la oferta	108
Demanda insatisfecha	110
Análisis de los competidores	110
Conclusiones del estudio de mercado	113
CAPITULO IV	114
PROPUESTA	114
Propósitos	115
Estructura	115
Desarrollo de los componentes	116

Propuesta Uno: Estrategias Institucionales	117
Propuesta Dos: Imagen Corporativa	126
Propuesta Tres: Marketing Mix	128
Análisis del entorno	149
Tendencia del mercado	149
Comportamiento de los clientes	149
Análisis de la competencia	150
Metas a alcanzar en base a la evaluación propuesta	150
CAPITULO V	151
ESTUDIO ECONOMICO	151
Presupuesto Del Plan De Marketing	151
Inversión total	155
Calculo de la tasa de rendimiento medio	156
Índice de rentabilidad beneficio costo	157
Índice beneficio costo	157
Tiempo de recuperación de la inversión	158
CAPÍTULO VI	159
IMPACTOS	159
Operatividad del análisis de impactos.	160
Niveles de impacto	160
Desarrollo del análisis de impactos	161
Impacto general del proyecto	166
CONCLUSIONES	167
RECOMENDACIONES	168
BIBLIOGRAFÍA	169
LINCOGRAFIA	170
ANEXOS	171

LISTA DE CUADROS

Cuadro N° 1. Matriz de operacionalización de variables	33
CuadroN°2. Posee usted una fuente de ingreso seguro	36
CuadroN°3 Cuál es su rango de ingreso mensual	37
CuadroN°4 Tiene usted ahorros en alguna institución financiera	38
CuadroN°5 En que instituciones financiera ha realizado sus ahorros	39
CuadroN°6 En los últimos 5 años ha solicitado algún tipo de crédito en una institución financiera	41
CuadroN°7 En que invirtió o invertiría el dinero del crédito realizado	42
CuadroN°8 Como calificaría la atención recibida por las entidades financieras	43
CuadroN°9 Qué factor cree usted que es el más importante al momento de escoger entre un banco o cooperativa para abrir una cuenta de ahorros o solicitar un crédito	44
CuadroN°10 Apoyaría usted la iniciativa de crear una sucursal de la Cooperativa Mushuc Runa en la Ciudad de Otavalo	45
CuadroN°11 Estaría usted dispuesto a ser socio de esta nueva Cooperativa de Ahorro Crédito que le ofrezca una diversidad de servicios con calidad	46
CuadroN°12 Cuál sería la cantidad máxima que estaría dispuesta a Ahorra mensualmente	47
CuadroN°13 Cuál sería la cantidad mínima que solicitaría de crédito	48
CuadroN°14 Datos técnicos de las encuestas	49
CuadroN°15 Población de Otavalo encuestada	50
CuadroN°16 Cuántos años trabaja en la Cooperativa Mushuc Runa	51
CuadroN°17 Conoce todos los servicios que presta la institución	52
CuadroN°18 La cooperativa les ha capacitado en las diferentes áreas para atender al cliente	53
CuadroN°19 Cuáles son las características de la cooperativa para haber tener éxito en el mercado	54

CuadroN°20 Qué tipo de clientes acuden más a la Cooperativa	55
CuadroN°21 Cómo es el posicionamiento de la Cooperativa	56
CuadroN°22 Qué le diferencia a Mushuc Runa de la competencia	57
CuadroN°23 Existe una adecuada estructura administrativa y financiera en la Cooperativa	58
CuadroN°24 Cree conveniente que Mushuc Runa como Cooperativa de Ahorro y Crédito abra una nueva sucursal en la ciudad de Otavalo	59
CuadroN°25 Cuenta la Cooperativa con las condiciones económicas y administrativas para abrir una nueva sucursal	60
CuadroN°26 Qué sugerencias puede dar para que la empresa tenga mayor oportunidad de crecimiento con la nueva sucursal	61
CuadroN°27 Cuál es el mercado meta al que enfoca su servicio la Cooperativa Mushuc Runa al crear una sucursal en Otavalo	62
CuadroN°28 Qué tipo de estrategias de publicidad y marketing aplica Mushuc Runa	63
Cuadro N°29 Análisis de la Matriz FODA	66
Cuadro N°30 Matriz de relación	67
Cuadro N°31 Funcionamiento de una cooperativa	74
Cuadro N°32 Características de las Cooperativas de Ahorro y Crédito	75
Cuadro N°33 Diferencias entre aptitud y capacidad	101
Cuadro N°34 Total de empadronados del Cantón Otavalo	103
Cuadro N°35 Parroquias del Cantón Otavalo	104
Cuadro N°36 Distribución de encuestas	104
Cuadro N°37 Segmentación	105
Cuadro N°38 Datos históricos del crecimiento poblacional	106
Cuadro N°39 Demanda general	106
Cuadro N°40 Demanda potencial	107
Cuadro N°41 Proyección de la demanda	108
Cuadro N°42 Promedio de captación de los socios al mes .	109

Cuadro N° 43	Promedio de cuentas abiertas en la cooperativa al mes	109
Cuadro N° 44	Proyección de la oferta	109
Cuadro N° 45	Demanda insatisfecha	110
Cuadro N° 46	Instituciones financieras del sector	111
Cuadro N° 47	Datos generales de las instituciones financieras	112
Cuadro N° 48	Perfil del Gerente	120
Cuadro N° 49	Jefe de Crédito y cobranzas	121
Cuadro N° 50	Oficial de crédito	122
Cuadro N° 51	recibidor pagador (cajero)	123
Cuadro N° 52	Secretaria	124
Cuadro N° 53	Guardia - vigilancia	125
Cuadro N° 54	Matriz estratégica de selección de alternativas	130
Cuadro N° 55	Resumen de inversiones	147
Cuadro N° 56	Cronograma anual de ejecución del plan de Marketing	148
Cuadro N° 57	Presupuesto del plan de Marketing	151
Cuadro N° 58	Incentivos	151
Cuadro N° 59	Captación de servicios	152
Cuadro N° 60	Página web	152
Cuadro N° 61	Publicidad en prensa	153
Cuadro N° 62	Rifas	153
Cuadro N° 63	Premios	154
Cuadro N° 64	Material publicitario	154
Cuadro N° 65	Publicidad exterior	155
Cuadro N° 66	Publicidad rodante	155
Cuadro N° 67	Estructura de la inversión	156
Cuadro N° 68	Costo beneficio	158
Cuadro N° 69	Flujo pronosticados	158
Cuadro N° 70	Niveles de impacto	160
Cuadro N° 71	Impacto social	161
Cuadro N° 72	Impacto educativo	161

Cuadro N° 73 Impacto económico	162
Cuadro N° 74 Impacto comercial	164
Cuadro N° 75 Impacto general del proyecto	166

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Posee usted una fuente de ingreso seguro	36
Gráfico N° 2 Cuál es su rango de ingreso mensual	37
Gráfico N° 3 Tiene usted ahorros en alguna institución financiera	38
Gráfico N° 4 En qué institución financiera ha realizado sus ahorros	40
Gráfico N° 5 En los últimos 5 años ha solicitado algún tipo de crédito en una institución financiera	41
Gráfico N° 6 En que invirtió o invertiría el dinero del crédito realizado	42
Gráfico N° 7 Cómo calificaría la atención recibida por las entidades financieras	43
Gráfico N° 8 Qué factor cree usted que es el más importante al momento de escoger entre un banco o cooperativa para abrir una cuenta de ahorros o solicitar un crédito	44
Gráfico N° 9 Apoyaría usted la iniciativa de crear una sucursal de la Cooperativa Mushuc Runa en la Ciudad de Otavalo	45
Gráfico N° 10 Estaría usted dispuesto a ser socio de esta nueva Cooperativa de Ahorro Crédito que le ofrezca una diversidad de servicios con calidad	46
Gráfico N° 11 Cuál sería la cantidad máxima que estaría dispuesta a Ahorra mensualmente	47
Gráfico N° 12 Cuál sería la cantidad mínima que solicitaría de crédito	48
Gráfico N° 13 Datos técnicos de la encuesta	49
Gráfico N° 14 Población Otavaleña por sexo	50
Gráfico N° 15 Cuántos años trabaja en la Cooperativa Mushuc Runa	51
Gráfico N° 16 Conoce todos los servicios que presta la institución	52
Gráfico N° 17 La Cooperativa les ha capacitado en las diferentes áreas para atender al cliente	53
Gráfico N° 18 Cuáles son las características de la cooperativa para haber tener éxito en el mercado	54
Gráfico N° 19 Qué tipo de clientes acuden más a la Cooperativa	55

Gráfico N° 20 Cómo es el posicionamiento de la Cooperativa	56
Gráfico N° 21 Qué le diferencia a Cooperativa Mushuc Runa de la competencia	57
Gráfico N° 22 Existe una adecuada estructura administrativa y financiera en la Cooperativa	58
Gráfico N° 23 Cree conveniente que la Cooperativa Mushuc Runa como Entidad Financiera de Ahorro y Crédito abra una nueva sucursal en la ciudad de Otavalo	59
Gráfico N° 24 Cuenta la Cooperativa con las condiciones económicas y administrativas para abrir una nueva sucursal	60
Gráfico N° 25 Qué sugerencias puede dar para que la Cooperativa tenga mayor oportunidad de crecimiento con la nueva sucursal	61
Gráfico N° 26 Cuál es el mercado meta al que enfoca su servicio la Cooperativa Mushuc Runa al crear una sucursal en Otavalo	62
Gráfico N° 27 Qué tipo de estrategias de publicidad y marketing aplica la Cooperativa Mushuc Runa	63
Gráfico N° 28 Organigrama institucional	119
Gráfico N° 29 Imagen Corporativa	126
Gráfico N° 30 Logotipo	127
Gráfico N° 31 Macro-localización	131
Gráfico N° 32 Microlocalización	132
Gráfico N° 33 Nuevas línea de crédito	132
Gráfico N° 34 Rotulo de las oficinas	133
Gráfico N° 35 Rotulo luminoso	134
Gráfico N° 36 Hoja membretada y sobres	135
Gráfico N° 37 Papeleta de depósito y retiro	136
Gráfico N° 38 Tarjetas de presentación	138
Gráfico N° 39 Credencial de identificación	138
Gráfico N° 40 Vallas publicitarias	139
Gráfico N° 41 Publicidad rodante	140

Gráfico N° 42 Web site	143
Gráfico N° 43 Objetos promocionales	146
Gráfico N° 44 Objetos para la rifa	146