



Mercado

Las tarjetas de crédito tradicionales han disputado siempre su participación en los mercados de mayor poder adquisitivo, los cuales reciben un gran volumen de ofertas orientadas a ser parte de la cartera de estos clientes; sin embargo, la pirámide poblacional del país está soportada en más de un 80% por personas pertenecientes a los niveles socioeconómicos medio bajo y bajo, mercado que, pese a su gran tamaño, ha sido históricamente poco atendido en términos de oferta crediticia a través de medios de tarjetas.

Así nació Cuotafácil, como una respuesta a la necesidad de este grupo de clientes que deseaban adquirir bienes y servicios en el mercado formal con financiamiento y planes de pago, que les permita mejorar sus condiciones de vida.

Cuotafácil es la tarjeta de crédito con mayor número de clientes en el Ecuador; actualmente son más de 380.000 personas que pueden consumir en más de 10.000 establecimientos. Es la



Hemos contribuido de manera muy importante a la bancarización de personas que hace pocos años no tenían opciones de financiamiento.

Convertimos en atractivo a un segmento que se pensaba no era viable desde el punto de vista de ingresos, comportamiento de pago, riesgo y rentabilidad, demostrando que sí se puede atender a estos sectores, mejorar su calidad de vida y obtener resultados positivos.

Adicionalmente, en los últimos años Cuotafácil es la tarjeta que registra la mayor penetración de mercado y el mayor crecimiento proporcional, siendo un caso excepcional dentro del sistema financiero ecuatoriano y haciendo de la frase «Mejora tu vida», más que un eslogan, una realidad y un compromiso.

Historia

UniBanco fue fundado en el año 1964, con el nombre de Banco de Cooperativas del Ecuador.

En el año 1994 se cambia de nombre a Banco Universal S.A. UniBanco. En el año 1995 se define el nuevo modelo y estrategia de negocios, especializándose en banca de consumo, con el claro objetivo de brindar acceso a servicios financieros a la mayoría de la población de



la clase media y media baja, que no eran atendidos hasta el momento.

Con la finalidad de ampliar y complementar nuestros servicios, en el año 2006 UniBanco adquirió el 49% de las acciones de Banco Solidario, un Banco especializado en conceder créditos a la microempresa.

La historia de Cuotafácil comienza en el año 1997 con el propósito de ofrecer a nuestros clientes una tarjeta de crédito para todas sus necesidades de consumo. No fue fácil convencer al comercio de las bondades de nuestro producto, que en poco tiempo se convirtió en la tarjeta más requerida por las principales cadenas comerciales del país, en vista de que nuestros clientes les agregan un volumen importante de ventas.

Desde un inicio, Cuotafácil trabajó de la mano con los comercios y se comprometió con



las cadenas a incorporar a la marca dentro de su oferta de medios de pagos. Este es un eje que se mantiene en la relación con nuestros socios comerciales y que se traduce en más y mejores ofertas para nuestros clientes.

Producto

Cuotafácil es un producto altamente especializado para el segmento al cual está destinado. Con ella, nuestros clientes pueden acceder



a créditos en efectivo con características similares a los de un crédito tradicional y plazos que se ajustan a sus posibilidades de pago; además, pueden realizar compras en cadenas y tiendas a nivel nacional y optar por seguros dentro de la amplia gama que tienen a su disposición.

Se ha incorporado recientemente al portafolio de productos la Tarjeta de Regalo Cuotafácil, con la cual clientes o no clientes pueden acceder a la red de comercios para realizar consumos de entre \$20 y \$100. La Tarjeta de Regalo es el obsequio ideal para que su destinatario pueda comprar lo que realmente desea y quiere usar, haciendo que el concepto «Mejora tu vida» tenga un alcance familiar.

Promoción

Cuotafácil concentra su comunicación comercial en la relación tarjetahabiente-comercio, a través de la implementación de campañas promocionales que pretenden capitalizar la concentración estacional del mercado *retail*, esto es: Regreso a Clases, San Valentín, Día de la Madre, Día del Padre y Navidad.

Para estos acontecimientos, se elabora el catálogo *Comprafácil*, que constituye una esperada guía para nuestros clientes, donde se brindan sustanciales ofertas a los clientes, bajo



una presentación que combina beneficios y exposición de productos estrella para las cadenas con comunicación de precios en cuotas.

Complementan la oferta las campañas 'paraguas' de la marca, con premios especiales.

La promoción no se limita a tarjetahabientes, se extiende también a nuestros socios comerciales, con especial enfoque a los dependientes, quienes son actores importantes en el momento de verdad de la compra.

Valores de marca

Nuestra misión es contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas a través de la atención oportuna y segura de sus necesidades financieras, en las áreas de crédito, ahorro e inversión.

La calidad de nuestro servicio nos ha permitido ser el banco líder a nivel nacional en la concesión de microcréditos de consumo, constituyéndonos como una organización altamente especializada y flexible en el mercado, destacados por el uso intensivo de recursos humanos de primer nivel y tecnología de punta.

Nuestro prestigio y éxito alcanzados son el resultado de contar con un selecto grupo humano que diariamente engrandece a la cultura institucional, apoyados en nuestra Franquicia de Calidad en el Servicio, que está basada en principios y valores morales que son el pilar de la organización.

Estos valores son: a) Integridad, que nos permite mantener toda relación y comunicación con honestidad, transparencia y respeto mutuo; b) Responsabilidad, que significa hacer las cosas bien desde el principio, en beneficio de nuestros clientes; c) Compromiso en acatar las disposiciones de nuestra organización, identificándonos con nuestra cultura institucional y participando



Catálogos Comprafácil

Cosas que usted no sabía sobre Cuotafácil

- Nos preocupa el entorno social de nuestro país; por esta razón, hemos asumido el compromiso de contribuir a su desarrollo y, sobre todo, de mejorar las condiciones de vida de aquellos sectores socioeconómicos más vulnerables. Desde hace varios años apoyamos a instituciones que realizan labores en beneficio de sectores necesitados; las principales son:
 - Fundación Operación Sonrisa Ecuador: realiza cirugías, en su gran mayoría a niños con paladar hendido y con otras alteraciones faciales.
 - Centro del Muchacho Trabajador, una familia de familias. Es una institución privada, sin fines de lucro, que desarrolla programas y servicios sociales dirigidos a niños trabajadores y sus familias.
 - Fundación Mentor: organización que se encarga de dotar de equipos de computación y tecnología a escuelas de la red Fe y Alegria.



líder indiscutible en el Segmento C, gracias a que es la única que ha desarrollado una compleja estructura enfocada en él.

Logros

Uno de los principales logros de la Cuotafácil es haber permitido el acceso masivo al crédito a grandes segmentos de la población que antes no habían sido atendidos por la banca tradicional.

