



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA  
ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS

**"Comportamiento del cliente frente a la actuación de la banca privada en la ciudad de Loja y elaboración de propuesta de mejoramiento. Año 2009"**

Tesis de grado previa la obtención del título de ingeniera en Administración en Banca y Finanzas

Autora: **Ana Lucía Castro Cevallos**

Directora: **MSc. Mayra J. Ortega Vivanco**

Loja - Ecuador

2010

MSc. Mayra J. Ortega Vivanco

**DOCENTE DE LA ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS**

**CERTIFICA:**

Que el presente trabajo realizado por la profesional en formación Ana Lucia Castro Cevallos, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

Loja, Abril del 2010

f) .....

## **CESIÓN DE DERECHOS**

%o, Ana Lucia Castro Cevallos, declaro ser autora del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: %orman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad+.

.....  
LA AUTORA

## **AUTORÍA**

Las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de la autora.

.....  
Ana Lucia Castro Cevallos

## **DEDICATORIA**

A Dios mi refugio y fuente de eterna fortaleza a mis padres que con su apoyo y ejemplo son mi mayor bendición e inspiración.

Ana Lucia Castro Cevallos

## **AGRADECIMIENTO**

Al personal de las instituciones financieras privadas locales así como también a la Superintendencia de Bancos por su gentil colaboración al proporcionar toda la información necesaria para desarrollar el presente trabajo de investigación.

De manera especial, mi sincero agradecimiento a la MSc. Mayra Ortega V, por haber guiado y orientado correctamente la investigación y propuesta realizadas.

Finalmente agradezco a todas las personas que de una u otra manera colaboraron hasta la culminación de mi trabajo.

La autora

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>CONTENDIDO</b>	<b>PÁGINA</b>
<b>PORTADA</b> .....	I
<b>CERTIFICACIÓN</b> ..	li
<b>CESIÓN DE</b>	lii
<b>AUTORÍA</b>	lv
<b>DEDICATORIA</b> .	V
<b>AGRADECIMIENTO</b>	Vi
<b>ÍNDICE GENERAL</b> ..	Vii
<b>RESÚMEN EJECUTIVO</b>	Xi
<b>INTRODUCCIÓN</b> .	Xiii
<b>CAPITULO I. SISTEMA BANCARIO PRIVADO Y GENERALIDADES DEL COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE</b>	1
1.1. Historia de la banca	2
1.2. Modelos de sistema financiero	4
1.2.1. Banca especializada	4
1.2.2. Banca múltiple	4
1.2.3. Grupo financiero	5
1.3. Sistema financiero nacional	6
1.3.1. Clasificación del sistema financiero nacional	6
1.3.1.1. Instituciones financieras públicas	6
1.3.1.2. Instituciones financieras privadas	7
1.3.1.2.1. Sistema bancario	7
1.3.1.2.1.1 Características	7
1.3.1.2.1.2 Funciones	7
1.4. Banca privada ecuatoriana	8
1.4.1. Evolución del sistema financiero (década 1970)	8
1.4.2. Evolución del sistema financiero (década 1980)	9
1.4.3. Evolución del sistema financiero (década 1990)	10
1.4.4. Evolución del sistema financiero (década 2000)	11
1.5. Origen de la banca privada en la ciudad de Loja	12
1.6. Sistema bancario privado en la ciudad de Loja	13
1.6.1. Banco del Austro	13
1.6.2. Banco Bolivariano	13
1.6.3. Banco de Guayaquil	14
1.6.4. Banco de Loja	14
1.6.5. Banco de Machala	15
1.6.6. Banco del Pichincha	15
1.6.7. Produbanco	16
1.6.8. Unibanco	16

1.6.9.	Procredit	17
1.7.	Productos y servicios bancarios	17
1.8.	Número de clientes de la banca privada en la ciudad de Loja	21
<b>CAPITULO II: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR</b>		22
2.1.	Características del comportamiento del consumidor	22
2.2.	Aspectos a considerar en el estudio del comportamiento del consumidor	23
2.3.	Principales condicionantes del Consumo	24
2.3.1.	Condicionantes internas	24
2.3.1.1.	Motivación	24
2.3.1.2.	La percepción	24
2.3.1.3.	El aprendizaje	24
2.3.1.4.	Características personales	25
2.3.1.5.	Las actitudes	2
2.3.2.	Condicionantes externas	25
2.3.2.1.	Entorno	25
2.3.2.2.	La cultura.	26
2.3.2.3.	La clase social.	27
2.3.2.4.	Grupos sociales	27
2.3.2.5.	Variables Situacionales	28
<b>CAPITULO III: ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE FRENTE AL SERVICIO QUE PRESTA LA BANCA PRIVADA EN LA CIUDAD DE LOJA Y ELABORACIÓN DE PROPUESTA</b>		29
3.1.	Estudio de mercado	29
3.1.1.	Objetivos del estudio de mercado	29
3.1.2.	Elección y diseño de la encuesta	31
3.1.3.	Población y muestra	32
3.1.4.	Recopilación de información	33
3.1.5.	Procesamiento de información	33
3.1.6.	Análisis de información	33
3.1.6.1.	Datos generales	35
3.1.6.2.	Diagnostico y sistematización	35
3.1.6.2.1.	Clientes de la banca privada	35
3.1.6.2.2.	Productos y servicios bancarios utilizados	36
3.1.6.2.3.	Atención y entorno de las entidades financieras en los servicios bancarios	39
3.2.	Propuesta	49

4.	CONCLUSIONES	õ õ
5.	RECOMENDACIONES	õ ..
6.	BIBLIOGRAFIA	õ õ
7.	ANEXOS	õ ..

## **RESÚMEN EJECUTIVO**

El presente estudio de investigación está basado en el análisis del comportamiento del usuario respecto del funcionamiento y accionar de la Banca Privada en la ciudad de Loja, dicho tema ha sido desarrollado debido a que en nuestro medio es de suma importancia evaluar ciertas variables que nos van a permitir comprender el entorno económico en el que funciona tanto la oferta como la demanda de productos y servicios bancarios.

Es así, que he considerado importante iniciar en el primer capítulo con una breve historia de los orígenes de la banca, de donde se desprenden o derivan los modelos de sistema financiero, los mismos que son los que comienzan a dar forma y definen los lineamientos de lo que será el manejo de la economía global.

Sin alejarnos de nuestra realidad es fundamental conocer cómo se maneja el Sistema Financiero en el que se encuentran inmersas nuestras finanzas, su organización, legislación, facultades y demás aspectos que nos derivan y acercan al análisis de nuestras entidades bancarias tanto a nivel nacional como local que es mi objetivo de estudio en el presente trabajo.

Analizamos entonces la historia de cada una de las 9 entidades que forman parte del Sistema Financiero Bancario en nuestra ciudad, con el fin de inferir en lo posterior el desarrollo financiero, tecnológico, logístico y demás procesos que han sido utilizados para lograr el posicionamiento con que cada uno de ellos cuenta. Para lo cual entonces se especifica de manera clara y sencilla los productos y servicios que cada entidad ha creado y están siendo utilizados por los clientes así como también se determina el número de usuarios bancarios en Loja para proceder a delimitar la muestra requerida para la recopilación de la información pertinente.

El segundo capítulo hace referencia al comportamiento del consumidor. Se da a conocer el por qué de la demanda de productos y servicios bancarios, las condiciones internas que dependen específicamente del individuo así como también las externas, que están delimitadas por factores en los que se desarrolla la oferta es decir el actuar de las entidades bancarias.

Se da paso ya en el tercer capítulo al análisis de la investigación para lo cual se inicia con el estudio de mercado, instancia en la que defino objetivamente las variables que van a ser medidas en concomitancia a lo requerido el inicio del tema propuesto; se delimita claramente la información que se desea obtener y se diseña la encuesta a aplicar a los clientes, dicho número ha sido calculado estadísticamente en proporción a los usuarios de cada entidad.

Procedo a la recopilación de información a través de la aplicación de encuestas de manera aleatoria en diversos lugares de la ciudad. Luego he procesado la información con el fin de dar inicio al análisis respectivo.

Con lo dicho anteriormente puedo afirmar que se logró un acercamiento óptimo a la realidad desde el punto de vista de la banca así como del cliente, pues los resultados reflejan ciertas falencias en el funcionamiento de las entidades.

En lo que respecta al cliente, a pesar de nuestra realidad económica, afirma mantener la confianza en el Sistema Financiero pues ven en él un medio a través del cual se potencia el desarrollo económico del país, se genera y fomenta una mayor cantidad de posibilidades para la canalización de dinero a través de préstamos y programas que contribuyen al desarrollo financiero además de ser un organismo que junto a la Superintendencia de Bancos controla el flujo de efectivo para lograr una economía equilibrada.

Respecto a los aspectos técnicos debo puntualizar que debido a la extensión de la encuesta se requirió de tiempo complementario para la recopilación de información así como para su tabulación, posterior análisis y la elaboración de propuestas, conclusiones y recomendaciones que el caso amerita.

## **INTRODUCCIÓN**

La historia de los países está ligada a las actividades financieras; recientemente, la banca de inversión mundial es uno de los actores de la crisis mundial, por el uso indebido de ciertos instrumentos financieros. También en Ecuador, la banca desde su origen ha influido en el destino del país.

La ciudad de Loja, ubicada al sur del país en la actualidad cuenta con una población de aproximadamente 40.483,5 hab. La zona urbana cuenta con 18.331,3 hab., y la zona rural 22.152,2 hab., constituyéndose en una de las ciudades que en los últimos años ha despuntado económicamente debido a la variada y gran producción, resultado de la abundancia de sus recursos naturales, los mismos que se explotan en las zonas rurales y también al incremento de la actividad comercial en la zona urbana.

Es importante destacar que el desarrollo de los pueblos está condicionado por la existencia de organismos financieros, debido a que su desempeño afecta positiva o negativamente la estabilidad de la economía de la población. Desde hace años atrás se ha acentuado la presencia de entidades bancarias de carácter privado en nuestra ciudad, cuyo propósito es el de funcionar como instrumentos de captación y colocación de recursos económicos, con el fin de facilitar una adecuada administración de los mismos y contribuir así con el desarrollo de la economía.

En la actualidad, la ciudad cuenta con bancos privados en su mayoría agencias, como son: banco del Austro, banco Bolivariano, banco de Guayaquil, banco de Machala, banco de Pichincha, Produbanco, Unibanco, Procredit y banco de Loja con su oficina matriz.

Si se efectúa una retroalimentación la relación banco-Estado nació mal en Ecuador y no fue correcta, provocó mala imagen y quiebras bancarias desde la creación de los primeros bancos, a pesar de que se crearon productos y servicios bancarios, hoy la banca tiene problemas estructurales sin resolver. El inusitado feriado bancario acaecido hace tiempo atrás terminó con la poca confianza que los clientes tenían en el sistema bancario, conjuntamente con la crisis actual ha provocado un escenario de incertidumbre creciente.

Dicha desconfianza tiene argumentos muy bien fundamentados y justificados, tales como: el bajo nivel de capitalización, concentración de poder y de capitales, monopolización, cruce de capitales y crédito con instituciones no financieras, carencia de especialización en funciones que prestan, elevada tecnología de servicios además de un exceso de activos improductivos. Dichos aspectos afectan aún más la permanencia y prestación de servicios de los bancos privados, originando un decremento en el requerimiento de sus productos y servicios.

Bajo este contexto, se ha inducido a la creación de una mala imagen, de ser un sector insensible, que no se interesa por el depositante y solo busca acumular utilidades. La banca debería hacer periódicas encuestas de opinión y tomar medidas correctivas para ser apreciada y no duramente criticada.

Con este enfoque, se hace necesario el estudio del comportamiento del cliente, tema del presente proyecto de tesis puesto que el análisis de las características de los consumidores desempeña una función muy importante en diversas aplicaciones de mercadotecnia, como definir el mercado para un producto o decidir las técnicas apropiadas para emplearlas cuando se dirigen los esfuerzos a un grupo determinado de usuarios de productos y servicios bancarios. A mayor comprensión de los factores que determinan el comportamiento del mismo, mayor será la capacidad de las instituciones para desarrollar estrategias eficaces de mercadotecnia a fin de satisfacer las

necesidades del cliente; de tal manera que la presente investigación, proporcionara información sobre el comportamiento del cliente respecto a la banca privada; así como los factores positivos y negativos, que condicionan o facilitan la actividad financiera; y finalmente las sugerencias que el caso amerite para facilitar los negocios bancarios en nuestra ciudad.

La investigación esta basada en el análisis del comportamiento del usuario respecto del funcionamiento y accionar de la banca privada en la ciudad de Loja, este tema ha sido desarrollado, debido a que en nuestro medio es de suma importancia evaluar ciertas variables que nos van a permitir comprender el entorno económico en el que funciona tanto la oferta como la demanda de productos y servicios bancarios.

Es así que se ha considerado importante iniciar en el **primer capítulo** con una breve historia de los orígenes de la banca de donde se desprenden o se derivan los modelos de sistema financiero, los mismos que son los que comienzan a dar forma, además definen los lineamientos de lo que será el manejo de la economía global.

Sin alejarnos de nuestra realidad es fundamental conocer cómo se maneja el sistema financiero en el que se encuentra inmersas nuestras finanzas, su organización, legislación, facultades y demás aspectos que nos derivan y acercan al análisis de nuestras entidades bancarias tanto a nivel nacional como local que es nuestro objetivo de estudio en el presente trabajo.

El **segundo capítulo** hace referencia al comportamiento del consumidor. Se da a conocer el por qué de la demanda de productos y servicios bancarios, las condiciones internas que dependen específicamente del individuo así como también las externas, que están delimitadas por factores en los que se desarrolla la oferta, es decir, al actuar de las entidades bancarias.

Se da paso ya en el **tercer capítulo** al análisis de la investigación para lo cual se inicia con el estudio de mercado, instancia en la que se definió objetivamente las variables que van a ser medidas en correspondencia a lo requerido al inicio del tema propuesto; se delimita claramente la información que se desea obtener y se diseña la encuesta a aplicar a los clientes, dicho número ha sido calculado estadísticamente en proporción a los usuarios de cada entidad.

Se procedió a la recopilación de la información a través de la aplicación de encuestas efectuadas de manera aleatoria en diversos lugares de la ciudad, posteriormente se procesó la información con el fin de dar inicio al análisis respectivo.

Finalmente se debe puntualizar que los objetivos propuestos inicialmente han sido alcanzados, pues la propuesta presentada así como las conclusiones y recomendaciones evidencian el estado actual de la oferta y demanda bancaria en nuestra ciudad; así como también las debilidades y fortalezas, oportunidades y amenazas que se pueden originar, si los bancos no consideran y aplican las modificaciones pertinentes y que han sido emitidas por sus propios clientes.

Se espera que la presente investigación sirva para orientar futuras investigaciones y marque el camino adecuado para mejorar los sistemas financieros de banca privada en país y, particularmente en la región sur de la patria.

## **CAPITULO I:**

# **SISTEMA BANCARIO PRIVADO Y GENERALIDADES DEL COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE**

## 1.1. HISTORIA DE LA BANCA

Las continuas guerras de religión que atravesaron y fragmentaron la Europa del siglo XVI marcaron e impulsaron el paso de la edad media a la modernidad. Aunque los antecedentes más remotos de las *instituciones financieras y de la banca* puedan remontarse a la antigüedad, con las primeras operaciones comerciales ligadas a los templos de Mesopotamia o al código babilónico sobre préstamos y depósitos del año 1800 a.C., el origen de los bancos tal como los conocemos hoy en día data, precisamente, de esa Europa del siglo XVI caracterizada por la guerra.

Muchas de las funciones de los bancos, como la de guardar fondos, prestar dinero y garantizar préstamos, así como el cambio de monedas, pueden rastrearse hasta la antigüedad. Durante la edad media, los caballeros templarios, miembros de una orden militar y religiosa, no sólo almacenaban bienes de gran valor sino que también se encargaban de transportar dinero de un país a otro. Los primeros bancos modernos aparecieron durante el siglo XVII: el Riksbank en Suecia (1656), y el banco de Inglaterra (1694).

Los orfebres ingleses del siglo XVII constituyeron el modelo de partida de la banca contemporánea. Guardaban oro para otras personas, a quienes tenían que devolvérselo si así les era requerido. Pronto descubrieron que la parte de oro que los depositantes querían recuperar era sólo una pequeña parte del total depositado. Así, podían prestar parte de este oro a otras personas, a cambio de un instrumento negociable o pagaré y de la devolución del principal y de un interés. Con el tiempo, estos instrumentos financieros que podían intercambiarse por oro pasaron a reemplazar a éste. Resulta evidente que el valor total de estos instrumentos financieros excedía el valor de oro que los respaldaba.

En la actualidad, el sistema bancario conserva dos características del sistema utilizado por los orfebres. En primer lugar, los pasivos monetarios del sistema bancario exceden las reservas; esta característica permitió, en parte, el proceso de industrialización occidental y sigue siendo un aspecto muy importante del actual crecimiento económico. Sin embargo, la excesiva creación de dinero puede acarrear un crecimiento de la inflación. En segundo lugar, los pasivos de los bancos (depósitos y dinero prestado) son más líquidos, es decir, se pueden convertir con mayor facilidad que el oro en dinero en efectivo que los activos (préstamos a terceros e inversiones) que aparecen en su balance.

Esta característica permite que los consumidores, los empresarios y los gobiernos financien actividades que, de lo contrario, serían canceladas o diferidas; sin embargo, ello suele provocar crisis de liquidez recurrentes. Cuando los depositantes exigen en masa la devolución de sus depósitos el sistema bancario puede ser incapaz de responder a esta petición, por lo que se deberá declarar la suspensión de pagos o la quiebra. Uno de los principales cometidos de los bancos centrales es regular el sector de la banca comercial para minimizar la posibilidad de que un banco entre en esta situación y pueda arrastrar tras él a todo el resto del sistema bancario. El banco central tiene que estar preparado para actuar como prestamista del sistema bancario, proporcionando la liquidez necesaria si se generaliza la retirada de depósitos. Esto no implica la obligatoriedad de salvar a cualquier banco de la quiebra.<sup>1</sup>

La información que antecede, señala la gran evolución de los sistemas financieros; sin embargo estos no llegan a cubrir todas las necesidades del mercado productivo, menos aun de los sectores sociales menos favorecidos.

---

<sup>1</sup> [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)

## **1.2. MODELOS DE SISTEMA FINANCIERO**

### **1.2.1. Banca especializada**

La banca especializada, se rige por un régimen especial contenido dentro de la ley de bancos, en el cual se consagran previsiones para los bancos comerciales, bancos hipotecarios, bancos de inversión, arrendadoras financieras, fondos del mercado monetario, y casas de cambio, y se incorporan dentro del concepto de banca especializada a los bancos de desarrollo, bancos de segundo piso, entidades de ahorro y préstamo, grupos financieros y operadores cambiarios fronterizos, para que realicen no solamente las actividades inherentes a su especialidad sino todas aquellas operaciones que sean compatibles con su objeto y que estén permitidas por la ley.

Los bancos de desarrollo, tienen por objeto principal fomentar, financiar y promover las actividades económicas y sociales para sectores específicos del país. Los bancos de segundo piso, se encargan de fomentar y financiar los proyectos de desarrollo industrial y social a nivel nacional, así como las actividades micro empresarial urbano y rural.

### **1.2.2. Banca múltiple**

Por su parte, los bancos universales, son aquellos que pueden realizar todas las actividades inherentes a cada banco e institución financiera especializada, excepto las asignadas por la ley a los bancos de segundo piso. El funcionamiento de los bancos universales, requiere una autorización por parte de la Superintendencia de Bancos y otras instituciones financieras en los siguientes casos:

- Cuando se trate de la fusión de un banco especializado con uno o más bancos, entidades de ahorro y préstamo o instituciones financieras especializadas.
- Cuando se trate de la transformación de un banco especializado, y cuando los interesados soliciten su constitución<sup>2</sup>.

### **1.2.3. Grupo financiero**

Las asociaciones de intermediarios de distinto tipo, con reconocimiento legal que se comprometen a seguir políticas comunes y a responder conjuntamente de sus pérdidas, son los grupos financieros que buscan dinamizar el mercado.

Entre las ventajas que implican estos grupos destaca la posibilidad de que sus integrantes actúen de manera conjunta, ofreciendo servicios complementarios al público. Los grupos financieros están integrados por una sociedad controladora y cuando menos tres de las entidades siguientes: almacenes generales de depósito, arrendadoras financieras, casas de bolsa, casa de cambio, empresas de factoraje financiero, instituciones de banca múltiple, instituciones de fianzas e instituciones de seguros. La ley de instituciones de crédito y la ley para regular las agrupaciones financieras permiten otras formas de asociación entre intermediarios, pero sólo la figura de grupo financiero permite la unión de bancos, con casas de bolsa y compañías de seguros; es decir, los tres tipos de intermediarios fundamentales<sup>3</sup>.

Este aspecto financiero deja ver claramente que la ciudadanía puede gozar de estos servicios, aunque no es menos cierto que buena parte de la población desconoce la existencia de estas entidades.

---

<sup>2</sup> [www.conapri.org](http://www.conapri.org)

<sup>3</sup> [www.definicion.org](http://www.definicion.org)

### **1.3. SISTEMA FINANCIERO NACIONAL**

Esta constituido por los intermediarios financieros; reciben depósitos del público y hacen préstamos con intereses de por medio, reciben dinero del público y le ofrecen pagarle una tasa de interés llamada pasiva. Con ese dinero ellos hacen préstamos y cobran una tasa de interés llamada activa. La diferencia de la tasa de interés pasiva y la activa es lo que genera la ganancia del banco (margen de intermediación) .El banco no puede prestar todo el dinero que recibe debe guardar una parte para su operación diaria y mantener la liquidez.

El sistema financiero ecuatoriano se encuentra compuesto por instituciones financieras privadas (bancos, sociedades financieras, cooperativas y mutualistas); instituciones financieras públicas; instituciones de servicios financieros, compañías de seguros y compañías auxiliares del sistema financiero; entidades que se encuentran bajo el control de la Superintendencia de Bancos, constituyéndose los bancos en el eje central ya que cubren con más del 90% de las operaciones del total del sistema.

#### **1.3.1. Clasificación del sistema financiero nacional**

Las instituciones financieras en Ecuador pueden ser de dos clases: públicas o privadas.

##### **1.3.1.1. Instituciones financieras públicas**

Las instituciones financieras del sector público se rigen por sus propias leyes, básicamente en lo relacionado a su creación, actividades, funcionamiento y organización; mas aún en lo referente al control de las mismas, le corresponde la aplicación de las disposiciones que constan en la ley de Instituciones financieras.

Las instituciones financieras públicas se clasifican en:

- Banco Central del Ecuador
- Banco del Estado
- Banco Nacional de Fomento
- Banco Ecuatoriano de la Vivienda
- Corporación Financiera Nacional
- Instituto Ecuatoriano de Crédito Estudiantil
- Fondo de Solidaridad<sup>4</sup>.

#### **1.3.1.2. Instituciones financieras privadas**

Las instituciones privadas se clasifican en: <sup>5</sup>

- Bancos
- Sociedades financieras
- Asociaciones mutualistas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público.<sup>6</sup>

##### **1.3.1.2.1. Sistema bancario**<sup>7</sup>

**Banca** o sistema bancario, conjunto de instituciones que permiten el desarrollo de todas aquellas transacciones entre personas, empresas y organizaciones que impliquen el uso de dinero.

Los objetivos principales son los siguientes:

- Controlar las tasas de interés bancarias.
- Emisión y control de dinero, bonos, divisas y otros títulos de valor.
- Prestarse como fondo de apoyo a la economía de un país.

---

<sup>4</sup> Calidad en el servicio al cliente que presta la banca privada en la ciudad de Loja. Díaz Y Pérez G. Loja Ecuador. 2005

<sup>5</sup> [www.super.gov.ec](http://www.super.gov.ec)

<sup>6</sup> Paladines, Lenin. Legislación Monetaria y Bancaria. Año 2006. Pág. 92

<sup>7</sup> [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)

- Poner en circulación los signos monetarios.
- Poner fijas las tasas de interés de las instituciones bancarias de acuerdo a sus necesidades.

Fundamentada en el precepto anterior, la banca constituye el eje fundamental del ámbito económico y, por lo mismo, la sociedad le imprime confianza según sea el servicio que preste.

#### **1.3.1.2.1.1. Características**

El principal papel de un banco consiste en guardar fondos ajenos en forma de depósitos, así como el de proporcionar cajas de seguridad, operaciones denominadas de pasivo. Por la salvaguarda de estos fondos, los bancos cobran una serie de comisiones, que también se aplican a los distintos servicios que los bancos modernos ofrecen a sus clientes en un marco cada vez más competitivo. Sin embargo, puesto que el banco puede disponer del ahorro del depositante, remunera a este último mediante el pago de un interés.

Las diversos tipos de productos como: cuentas corrientes, de ahorros, cuentas a plazo fijo y certificados de depósito; originan fondos que los bancos canalizan mediante la concesión de préstamos y créditos a otros clientes, cobrando a cambio de estas operaciones (denominadas de activo) otros tipos de interés. Estos préstamos pueden ser personales, hipotecarios o comerciales.

#### **1.3.1.2.1.2. Funciones**

Algunas de las funciones de los bancos son:

- Recibir depósitos en dinero del público en general.

- Otorgar créditos a corto y largo plazo.
- Manejar cuentas de cheques, de ahorro, de tarjetas de crédito (y lo relacionado con ellas) etc.
- Recibir depósitos de los siguientes documentos: certificados financieros, certificados de depósito bancario, etc.

En el funcionamiento los clientes depositan su dinero en las instituciones bancarias y adquieren un derecho a pedir al banco cierto tipo de cuenta (cheques, a corto plazo, a largo plazo, tarjeta de crédito etc.). El banco por su parte adquiere una obligación con los depositantes, pero también el derecho de utilizar esos depósitos en la forma que más conveniente.<sup>8</sup>

Al respecto se puede aseverar que si bien es cierto el banco custodia el dinero, el cliente también debe contar con la suficiente información de sus beneficios y obviamente de sus obligaciones.

## **1.4. BANCA PRIVADA ECUATORIANA**

### **1.4.1. Evolución del sistema financiero (década 1970)**

Es importante hacer una revisión a través del tiempo de los distintos problemas que se han presentado en las industrias bancarias y cuáles han sido las medidas tomadas y, de forma especial revisar cuál ha sido el costo social que han implicado:

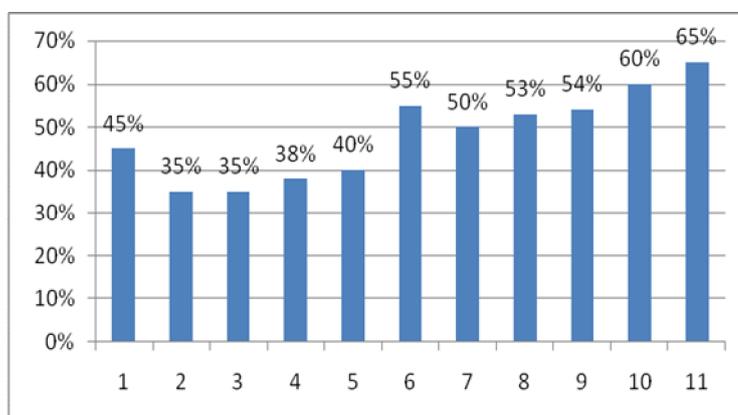
En los años 70 se puede apreciar un gran crecimiento, especialmente en lo referente a activos fijos, personal y número de instituciones, el mismo que se puede explicar debido al boom petrolero y las condiciones favorables que el estado ofrecía a este sector, tales como: las líneas de crédito subsidiadas,

---

<sup>8</sup> Domínguez J, Freire J, Noboa O. La Gestión de la Banca Privada Ecuatoriana. Universidad Estatal de Guayaquil.

controles administrativos sobre tasas de interés y asignación del crédito. Para el año de 1977, se presentó el problema del banco La Previsora debido especialmente a mala cartera por préstamos vinculados, institución que fue sometida a un proceso de rehabilitación implementado por el estado, concediéndose crédito por parte del Banco Central del Ecuador y, posteriormente la capitalización por parte del estado, para finalmente reprivatizarla en el año de 1988 (ver Figura 1).

**Figura 1:** Evolución del Sistema Financiero Ecuatoriano, Década 1970.



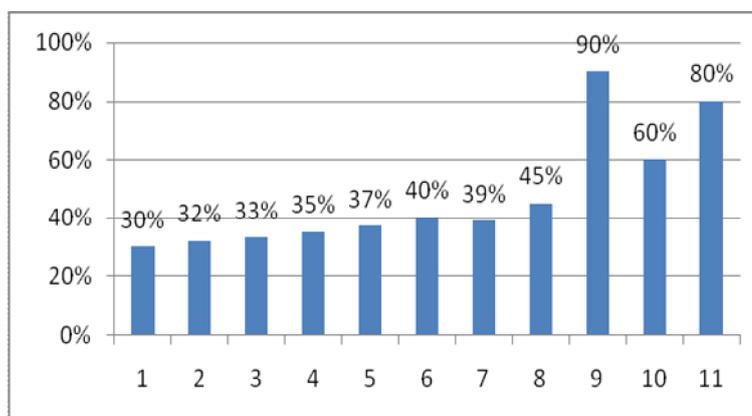
Fuente: Resultados cronológicos de la historia bancaria del Ecuador  
Elaboración: La autora

#### **1.4.2. Evolución del sistema financiero (década 1980)**

En la década de los 80, se caracteriza por la explosión de la crisis de la deuda externa, que en el Ecuador habría alcanzado niveles exorbitantes produciendo la incapacidad de pago por parte de los deudores privados y públicos. Ante esta situación, las tasas de interés internacionales aumentaron, se suspendieron las líneas de crédito externo y los precios de los productos primarios de exportación se desplomaron (entre ellos el petróleo); todo esto generó presiones a nivel de crédito interno, tipo de cambio y reserva monetaria; el sistema bancario ecuatoriano presentó una situación generalizada de iliquidez generado por altos índices de cartera vencida (en especial moneda extranjera), sobregiros en las cuentas bancarias del exterior y alta dependencia de los créditos canalizados a través del Banco Central. En el año de 1985 se tuvo que liquidar al banco de Descuento por una serie de problemas tales como: elevadas

pérdidas en cartera, concentración de créditos, elevado y creciente sobregiro para con el Banco Central, entre otros. Adicionalmente en el año de 1988 se liquidó a varias instituciones financieras entre las que encontramos FIMASA Y FINANSA, FINANDES, BANCOINDUSTRIAL Y COMERCIAL, Y FINIBER, como se observa en la figura 2.

**Figura 2:** Evolución del Sistema Financiero Ecuatoriano, Década 1980



Fuente: Resultados cronológicos de la historia bancaria del Ecuador  
Elaboración: La autora

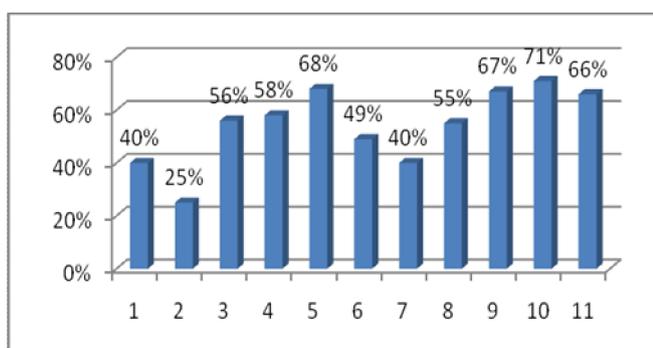
### 1.4.3. Evolución del sistema financiero (década 1990)

Durante la década de los 90<sup>s</sup> se han presentado muchos cambios en la industria bancaria, uno de los principales fue la expedición de la ley general de instituciones financieras, la cual vino a reemplazar a la antigua ley de bancos. A través de esta nueva regulación se intentó implantar la *supervisión prudencial* para el sistema bancario, la cual consiste en la vigilancia que ejercen las autoridades competentes sobre el cumplimiento de las normas preventivas aplicadas a los agentes financieros; con esta finalidad se incluyeron aspectos como: la reducción del tipo de instituciones financieras de 7 a 4, la existencia de la Junta Bancaria, el incremento del encaje mínimo, el refuerzo del marco institucional de supervisión y transparencia inclusive con la publicación de información contable tales como balances e indicadores financieros, se hicieron más severos los criterios de clasificación de cartera de préstamos sujeta a constitución de reservas y los requerimiento de capital.

En los años 90, de forma general, se puede calificar esta década como de crisis, pues en 1995 se presentaron problemas de liquidez en el sistema bancario debido a factores exógenos tales como el conflicto bélico con el Perú, la crisis energética y problemas políticos desencadenados debido a la renuncia del vicepresidente, acontecimientos que pusieron de manifiesto la vulnerabilidad de nuestro sistema.

Luego de que se pensó superada esta crisis, se presentó en 1996 e inicios de 1997 la caída del banco Continental por presunta premiación de capitales y altos índices de mala cartera por préstamos vinculados asumiendo el estado ecuatoriano el costo de rehabilitación del mencionado banco, no mucho después todo el sistema entra en crisis para 1998 y 1999 buscando como soluciones fusiones y otras alternativas, que llevaron finalmente al actual gobierno a la creación de la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD) e iniciar un costoso e incierto plan de salvataje bancario. (Ver figura 3).

**Figura 3:** Evolución del Sistema Financiero Ecuatoriana, Década 1990



Fuente: Resultados cronológicos de la historia bancaria del Ecuador  
Elaboración: La autora

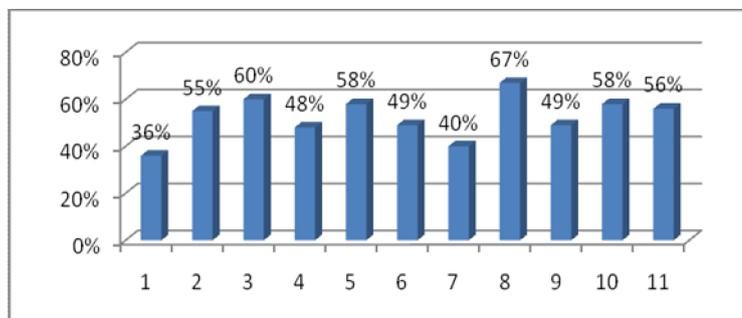
Adicionalmente, se llevaron a cabo auditorías externas de cada institución bancaria por parte de firmas internacionales contratadas por el gobierno para conocer la real situación de cada entidad, luego de lo cual se determinaron los bancos viables y no viables según su solvencia y nivel de patrimonio técnico.

Las entidades viables funcionan con normalidad y las que no lo son están intervenidas por la Agencia de Garantía de Depósitos.

#### 1.4.4. Evolución del sistema financiero (década 2000)

En la actualidad el sistema financiero nacional está en una situación muy fuerte para afrontar las posibles consecuencias de la crisis internacional. El espacio para acceder a fuentes de financiación es enorme, los niveles de inflación han crecido pero están controlados, el sistema financiero está en una posición muy fuerte en solidez y en liquidez. En esencia existen elementos de fondo que ponen a Ecuador en una posición de absoluta solvencia. El precio del crudo estimado entre 40 a 45 dólares por barril es un excelente precio para el petróleo un precio absolutamente sostenible en el largo plazo. El índice de las remesas de los emigrantes pese a que la caída es importante, están en un nivel totalmente alto y por más que bajen un 30% más son importantes. Ecuador ha acudido a la Corporación Andina de Fomento (CAF), al Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y al Fondo Latinoamericano de Reservas (FLAR) en busca de financiación, y ha establecido contactos con Venezuela, Irán, China y Rusia para proyectos en sectores como el petrolero o el hidroeléctrico<sup>9</sup>. En la figura 4., se presenta la evolución del sistema financiero en la década del 2000.

**Figura 4:** Evolución del Sistema Financiero Ecuatoriano, Década 2000



Fuente: Resultados cronológicos de la historia bancaria del Ecuador  
Elaboración: La autora

<sup>9</sup> www.expreso.com. El sistema financiero nacional

## 1.5. ORIGEN DE LA BANCA PRIVADA EN LA CIUDAD DE LOJA

La estructura de la banca privada en la ciudad de Loja, al igual que la nacional se encuentra conformada por una serie de instituciones o bancas privadas. A continuación en el cuadro 1 se observa los bancos y el año de apertura.

**Cuadro 1:** Año de creación de las entidades bancarias privadas en la ciudad de Loja, 2009.

Año	Entidad bancaria
1963	Banco del Azuay
1967	La Previsora
1968	Banco de Loja
1987	Filanbanco
1995	Banco del Austro
1997	Banco de Machala, Guayaquil y Centro Mundo
1998	Unibanco
2001	Produbanco
2002	Banco Bolivariano
2004	Banco de Pichincha y Ruminahui
2008	Procredit

Fuente: Bancos privados de la ciudad de Loja  
Elaboración: La autora

Se puede apreciar que el banco del Azuay fue el primer banco, a continuación la Previsora, actualmente desaparecido, seguido del banco de Loja; en la década de los 80 únicamente encontramos Filanbanco. En los 90 comienza el auge bancario hasta hoy año 2010, existe un gran número de bancos, así se tiene banco del Austro, banco Bolivariano, banco de Machala, banco de Pichincha, banco Rumiñahui, banco de Guayaquil, Centro Mundo, Unibanco y Produbanco.

## **1.6. SISTEMA BANCARIO PRIVADO EN LA CIUDAD DE LOJA**

A continuación se detallan las entidades financieras privadas que funcionan en nuestra ciudad, destacando el año de creación, visión, misión y los productos y servicios que cada una ofrece.

### **1.6.1. Banco del Austro**

- **Año de creación:** 11-28-1977
- **Visión:** "Ser el banco de apoyo permanente que brinde satisfacción integral a los clientes en el país y en el exterior, por su calidad de servicio".
- **Misión:** "Somos un banco ecuatoriano con presencia internacional, que logra la fidelidad de sus clientes, al brindarles productos y servicios innovadores de calidad que superan sus expectativas; a través de un equipo humano motivado y calificado, gestión personalizada y adecuada tecnología, promoviendo el desarrollo y bienestar de la comunidad"

### **1.6.2. Banco Bolivariano (Í BBÍ)**

- **Año de creación:** 03-13-1980
- **Visión:** Convertir al BB+ en una de las instituciones financieras más importantes del Ecuador en el nuevo milenio, manteniendo una óptima situación financiera y la excelencia en el servicio de nuestro personal, con rapidez de respuesta y creando nuevos productos a la medida de las capacidades de cada uno de nuestros segmentos de clientes
- **Misión:** Somos una organización privada ecuatoriana de alcance nacional dedicada a la prestación de servicios financieros que corresponden a las

necesidades de nuestros clientes nacionales y corporativos con calidad y eficiencia

### 1.6.3. Banco de Guayaquil

- **Año de creación:** 12-20-1923
- **Visión:** Satisfacer las necesidades de nuestros clientes con soluciones integrales de calidad, dirigir nuestro talento humano hacia la administración eficiente y efectiva de los recursos tecnológicos y financieros, para crear valor para nuestros Accionistas y colaboradores y contribuir con el desarrollo, la riqueza y el bienestar del país. **%Estar donde están, ir donde vayan+**
- **Misión:** Desarrollar propuestas bancarias y financieras de valor, ejecutadas con calidad, que permitan a todo nuestro público vivir experiencias memorables.

### 1.6.4. Banco de Loja

- **Año de Creación:** 06-08-1967
- **Visión:** "Ser identificados a nivel nacional por nuestra seguridad, solidez y servicios de calidad, manteniendo el liderazgo regional".
- **Misión:** "Atender satisfactoriamente las necesidades financieras de nuestros clientes, contribuyendo al desarrollo socio-económico del país, mediante servicios de calidad sustentados en los valores institucionales, la capacidad de innovación y el talento humano comprometido".

#### 1.6.5. Banco de Machala

- **Año de creación:** 07-16-1962
- **Misión:** Impulsar el crecimiento económico del país, de sus clientes y colaboradores, obteniendo una adecuada rentabilidad para los accionistas, dentro del marco legal de justicia, equidad, ética y responsabilidad social, con un portafolio de productos y servicios financieros de calidad, con recursos humanos capacitados, tecnología avanzada, adecuada administración del riesgo, y buen gobierno corporativo; ofreciendo asesoría y oportuna respuesta a sus requerimientos, a través de una red de oficinas en las principales provincias del país.
- **Visión:** A inicios del año 2010 nos vemos como una institución líder entre los bancos medianos del país, con una eficiente y motivada fuerza laboral, ajustados a los principios de gobierno corporativo, cumpliendo con la responsabilidad social empresarial y controlando adecuadamente el riesgo, brindando a la sociedad y al mercado productos y servicios innovadores y de alta calidad, con el respaldo de una tecnología de punta, consolidando nuestra alta confiabilidad, siendo un banco altamente solvente, confiable, rentable y con una cobertura geográfica adecuada.

#### 1.6.6. Banco del Pichincha

- **Año de creación:** 11-04-1906.
- **Misión:** Somos un equipo líder que contribuimos al desarrollo del Ecuador apoyando las necesidades financieras de las personas, de sus instituciones y de sus empresas.

- **Visión:** El banco Pichincha es el líder de su mercado en imagen, participación, productos y calidad de servicios enfocando su esfuerzo hacia el cliente, anticipándose a sus necesidades, desarrollando a su personal y otorgando rentabilidad sostenible a sus acciones.

#### 1.6.7. **Produbanco**

- **Año de creación:** 11-01-1978
- **Visión y Misión:** El GRUPO FINANCIERO PRODUCCIÓN produce servicios de calidad para satisfacer todas las necesidades financieras de sus clientes. La ética en los negocios y el trabajo eficiente son principios fundamentales que guían su actividad. El GFP quiere ser reconocido por la sociedad por la solidez de sus resultados y por apoyar al desarrollo económico del país a través de una administración financiera segura y eficiente.

#### 1.6.8. **Unibanco**

- **Año de Creación:** 07-11-1964
- **Misión:** Contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas, a través de una atención oportuna y confiable a sus necesidades en la áreas de microfinanzas, ahorro e inversión.
- **Visión:** Ser líder en microfinanzas, constituyéndose en una organización altamente especializada y flexible, que se destaca por el talento de sus colaboradores y el uso de tecnología de punta.



Cuenta corriente internacional				x					
Cuenta Miami		x							
Cuenta Limited Panama		x							
Cuenta de ahorros internacional				x			x		
Cuenta de ahorros Limited		x							
Cuenta de ahorros Euros		x							X
Cuenta de ahorros nacional	x	x		x	x	x			X
Fondos de reserva ahorro		x							
Cuenta crecediario	x								
Cuenta de integración de capital	x								
Cuentas del sector publico	x								
Depósitos a plazo	x					x			
Depósitos a plazo en el exterior			x						
<b><u>Créditos</u></b>									
Credicarro	x	x	x				x	x	
Credicasa	x	x	x						
Credicomercial	x	x		x	x		x	x	
Credi industria							x		
Crediconsumo	x	x							
Crédito agropecuario				x	x				
Crédito hipotecario		x							
Crédito prendario							x		
Crédito plan vision									X
Crediconvenio	x								
Credigiro	x							x	
Crediproductivo	x	x					x		
Crédito con fuente de repago							x		
Credipymes	x				x				
Crédito con garantia DPF						x			
CrediCamion	x						x		
Compra de cartera	x								
Certificados	x								
Depositos a plazo contingentes	x				x		x		
Microasesor	x								
Tarjeta de Credito	x	x	x		x		x	x	X
Avaes				x			x	x	
Contingentes	x			x					
<b><u>Financiamiento</u></b>									
Leasing		x	x				x		
Factoring		x	x						
<b><u>Inversiones</u></b>									
Renta fija		x		x					X
Renta variable		x							X
Fondo bienestar				x					
Fondo supremo				x					

Polizas de acumulacion			x	x					
CDMAX							x		
Certificado de integraci3n de cap.							x		
Fondo disponible				x					
Inversiones por internet		x							
<b>Comercio Exterior</b>									
Carta de cr3dito de importaci3n		x		x			x		X
Carta de cr3dito de exportaci3n		x					x		X
Carta de cr3dito domestica		x		x			x		X
Carta de credito stand By		x							
Cobranza importacion		x					x		
Cobranza exportacion		x					x		
Garantia bancaria		x	x	x		x	x	x	
Garantia mandataria		x							
Garantia aduanera		x		x				x	
Corresponsalia BCE		x					x		
Letra de cambio				x					
Red de bancos corresponsales		x							
<b>Servicios</b>									
Administradora de fondos									X
Casa de valores									X
Cash management		x	x	x					
Servicios corporativos	x								
Sistema de adm. de tesorería									X
Cobros varios	x								
Plan de asistencia para cta.aho.				x					
Transferencias bancarias	x	x				x			
Giros	x								
Sobregiros ocasionales	x						x		
Giros nacionales y exterior	x								
Recepcion y pago de remesas			x						
Compras con mybox		x	x						
Bienes raices		x							
Cobros a terceros	x								
Orden de pago			x						
Transferencias y canjes			x						
Recaudacion visa Espana			x						
Recaudacion visa USA			x						
Recaudacion de servicios basicos	x		x						X
Autorizaciones corporativas			x						
Sistema de atencion a distribuidores			x						
Recaudacion de pensiones			x						X
Pago de servicios basicos	x				x		x		
Pago de facturas		x							
Pago de centros educativos	x	x							

Bono de desarrollo humano	x								
Facturacion de combustible	x		x						
Pagos a terceros	x		x						
Sistema de pagos interbancarios	x								
Aportes patronales del IESS	x								
Acreditaciones IESS					x				
Impuesto predial		x							
Pago de impuestos del SRI	x	x							
Seguros			x		x		x		X
Venta de SOAT					x				
Tarjeta supermaxi	x	x	x	x					
Pago de nominas	x		x						
Varios	x				x				X
Cheque binacional	x								
Cheques del exterior	x								
Cheques de gerencia	x	x							
Cheques cetificados	x	x							
Remesas de cheques del exterior		x							
Prohibicion de cheques		x							
Pin en cheques		x							
Tarjetas corporativas							x		
Tarjeta de debito	x	x			x			x	
Casilleros de seguridad	x	x							
Transporte de valores	x	x	x						
Bloqueo temporal de cuentas	x								
Consulta Central de Riesgos			x						
Transacciones via celular		x							
Emergencias bancarias		x							
Atencion de reclamos	x		x		x				
Recargas electronicas celular		x							
<b><u>Canales de atencion</u></b>									
Recaudacion en ventanilla	x	x	x	x	x	x	x		
Cajeros automaticos	x	x	x				x	x	
Banca electronic	x	x	x				x	x	
Banca celular			x				x	x	
Banca telefonica	x						x		
Kioscos web de informacion	x								
Autobanco	x								
Call Center	x								
Balcon de servicios	x								

Fuente: Instituciones financieras locales

Elaboración: La autora

\*A. Banco de Loja; B. Banco del Pichincha; C. Banco de Guayaquil; D. Produbanco; E. Unibanco; F. Procredit; G. Banco de Machala; H. Banco del Austro; I. Banco Bolivariano

## 1.8. NÚMERO DE CLIENTES DE LA BANCA PRIVADA EN LA CIUDAD DE LOJA

El número de clientes que hacen uso de los productos y servicios de las entidades que operan en la ciudad de Loja se detallan a continuación:

**Cuadro 3:** Número de clientes y monto de activos de la banca privada en la ciudad de Loja, 2009.

<b>Bancos privados</b>	<b>Numero de clientes a mayo de 2009</b>	<b>Monto de activos a junio de 2009 (USD)</b>
Banco del Austro	7.453,0	627.559.319,13
Banco Bolivariano	3.064,0	1.243,312
Banco de Guayaquil	10.342,0	2.112.156,224
Banco de Loja	61.440,0	195.596.071,33
Banco de Machala	3.279,0	330.586.881,67
Banco del Pichincha	17.110,0	5.980,540
Procredit	2.732,0	299.836.704,03
Produbanco	2.882,0	1.534.418,228
Unibanco	480,0	251.840,198
<b>TOTAL</b>	<b>108.782,0</b>	

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador. Primer semestre de 2009

Elaboración: La autora

Como se observa en el cuadro anterior existe 108.782,0 clientes de los diversos bancos privados en la ciudad de Loja; además se observa que el banco de Machala es el que mayor monto de activos (330.586.881,67 USD), en cambio el banco Bolivariano es el que tiene menor monto de activos con 1.243.312 USD.

## **CAPITULO II:**

# **COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

## 2.1. CARACTERÍSTICAS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR <sup>10</sup>

El consumidor se convierte en el centro de todas las actividades de marketing, por lo que es esencial comprender que es lo que le motiva. Como compra y como utiliza los productos adquiridos. Este conocimiento le permitirá:

- Identificar del modo más efectivo las necesidades actuales y futuras.
- Mejorar la capacidad de comunicación con los clientes, apelando a sus intereses.
- Obtener su confianza y asegurar su fidelidad.
- Planificar del modo más efectivo la acción comercial.

El comportamiento del consumidor se define como el conjunto de actividades que lleva a cabo una persona o una organización desde que se desencadena una necesidad hasta el momento en que efectúa la compra y usa posteriormente el producto. Entonces es el comportamiento que los consumidores muestran al buscar, comprar, usar, evaluar y disponer de los productos, servicios e ideas que esperan que satisfagan sus necesidades.

El estudio del comportamiento del consumidor no es sencillo, dado que posee peculiaridades que lo dificultan:

- Es complejo. Existe un gran número de variables internas y externas que influyen en el comportamiento.
- Cambia con el ciclo de vida del producto. Este ciclo de vida constituye una secuencia de etapas por las que pasa el producto desde su lanzamiento al mercado hasta su desaparición. A medida que el producto se consolida en

---

<sup>10</sup> Sole Moro Maria Luisa. Los consumidores del siglo XXI. Editorial Esic. Madrid.1999.Artegraf S.A.

el mercado y alcanza su madurez, los consumidores llevan a cabo un proceso de aprendizaje y adquieren una mayor experiencia sobre las características y beneficios del producto.

- Varía según el tipo de productos. No todos los productos tienen el mismo interés para el consumidor ni su compra presenta el mismo riesgo; según el nivel de interés que tiene el producto para el cliente depende la búsqueda de información, evaluación de alternativas y la toma de decisiones de compra.

## **2.2. ASPECTOS A CONSIDERAR EN EL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

En el acto de compra interactúan factores e influencias de muy diversa naturaleza:

- Las características del producto (calidad, diseño ) y las políticas del mix que ha adoptado la empresa fabricante.
- Las características del vendedor (calidad de la información proporcionada, amabilidad y empatía, grado de confianza que transmite )
- Las características de la situación de compra (tiempo que dispone el consumidor para efectuar la compra, época del año )
- Las características del comprador (externas, internas)

La elección o no de un producto por el comprador es el resultado de la compleja interacción de todos estos factores.

## **2.3. PRINCIPALES CONDICIONANTES DEL CONSUMO**

### **2.3.1. Condicionantes internas**

#### **2.3.1.1. Motivación**

Se define como la fuerza impulsora de los individuos que los lleva a la acción. En toda toma de decisiones de compra se combinan motivaciones subjetivas (personales, emotivas, etc) y motivaciones objetivas (análisis racional de la conveniencia, utilidad, ventajas comparativas, etc) para realizar la compra, así como para elegir a un proveedor concreto.

El estudio de las motivaciones permite optimizar y personalizar la oferta de ventas, efectuando una argumentación en función de la cobertura de necesidades de cada consumidor.

#### **2.3.1.2. La percepción**

Es el proceso por el cual el individuo selecciona, organiza e interpreta las entradas de información para crear una imagen llena de significado. Supone una codificación de los estímulos recibidos a través de los sentidos por lo que varía la percepción de un mismo producto.

#### **2.3.1.3. El aprendizaje**

Es el cambio en la conducta del individuo que resulta de la experiencia. Gran parte de nuestra conducta es aprendida. La teoría del aprendizaje tiene interés en cuanto al hecho de que es posible crear demanda por un producto si se le relaciona con impulsos poderosos, proporcionando configuraciones de estímulos motivadores y dando así un refuerzo positivo para su compra.

#### **2.3.1.4. Características personales**

El concepto de personalidad se utiliza para designar lo que diferencia a los individuos en su forma de reaccionar ante una misma situación. Cada individuo tiene una personalidad distinta que influye su comportamiento de compra, así la personalidad está formada por las características psicológicas distintivas que hacen que una persona responda a los estímulos de su entorno de forma relativamente consistente y perdurable. Para la empresa es importante conocer la personalidad de sus compradores y consumidores, ya que así podrán adaptar a ellos una comunicación que realice sobre sus productos y prever el comportamiento de sus clientes.

#### **2.3.1.5. Las actitudes**

Es el conjunto de creencias, sentimientos, tendencias o predisposiciones del individuo para evaluar de cierta forma un objeto. El hecho de modificar la actitud tiene una gran relación con el grado de inteligencia del individuo y con las disposiciones temperamentales tales como la sugestionabilidad. Los cambios también pueden depender de la naturaleza y de la fuente de las informaciones recibidas por el individuo. La investigación respecto de las actitudes del individuo permitirá comprender ciertos procesos de persuasión a través del análisis de cambios de actitudes con lo que se espera poder prever la demanda de un producto conociendo las actitudes del individuo hacia el o hacia su categoría.

### **2.3.2. Condicionantes e xternas**

#### **2.3.2.1. Entorno**

En este concepto se engloban las variables demográficas, psicográficas y económicas como otros condicionantes del comportamiento del

consumidor. Los factores demográficos hacen referencia a características objetivas medibles como la edad, sexo, nivel de ingresos o la educación.

Los psicográficos incluyen variables más tangibles como motivos, intereses, actitudes y valores, condicionando lo que se denomina: estilo de vida. Finalmente los factores económicos se relacionan con aspectos respecto de los ingresos (nivel, estabilidad), con el ahorro, la capacidad de préstamo y las actitudes frente al riesgo monetario.

Respecto a las circunstancias económicas en las que se desarrolla el comportamiento de compra la empresa debe tener en cuenta aspectos tales como:

- Los índices económicos del país y de la sociedad en la que se enmarca.
- El tipo de ocupación, ya que condiciona el tipo de necesidades y el nivel de consumo.
- El nivel absoluto de los ingresos de los consumidores.
- Los cambios en los ingresos.
- Las expectativas referentes a los ingresos.

#### **2.3.2.2. La cultura**

Se entiende por cultura el conjunto de valores, ideas, actitudes, comportamientos y normas que caracterizan a una sociedad y que son transmitidas por sus miembros de una generación a otra a través de un proceso de socialización.

El que predomina es el aprendizaje informal en el que se aprende imitando el comportamiento de determinadas personas en el entorno. En el caso de las empresas el consumidor adquiere información mediante publicidad, la repetición de los mensajes publicitarios crea o refuerza las creencias y valores culturales, de modo que además de mostrar los beneficios de los productos o

servicios que ofrecen, enseñan a los consumidores aquellos aspectos que son deseables y que deberían tener en cuenta a la hora de compararlos con otros productos de la misma categoría como por ejemplo con los productos de la competencia.

#### **2.3.2.3. La clase social**

Las clases sociales pueden definirse como unas divisiones de la sociedad de carácter relativamente permanente y homogéneo, a las cuales las familias o individuos están adscritos en base a una serie de intereses, valores, estilos de vida, categoría, etc. En la práctica suele utilizarse como variables para dividir la sociedad, basándose principalmente en factores como el nivel de ingresos, lugar y tipo de vivienda, el nivel de educación o profesión, entre otros. Normalmente suelen distinguirse como clases sociales las siguientes: alta, media-alta, media-media, media-baja y baja.

La influencia de la clase social en el comportamiento del consumidor puede llegar a ser muy importante, debido a que a menudo no se adquieren los productos y servicios porque cubren necesidades específicas, sino porque con ellos se puede aparentar la pertenencia a un status superior, y lo mismo sucede con los lugares de compra. Aunque las diferencias en el consumo suelen ser importantes, en algunas clases sociales existen determinados grupos de personas que actúan como si pertenecieran a una clase superior, lo que implica una propensión al gasto superior que suele denominarse vivir por encima de sus posibilidades.

#### **2.3.2.4. Grupos sociales**

Se puede definir a un grupo social como un conjunto de dos o más personas que interactúan para lograr metas individuales o comunes. Esta interacción supone un comportamiento en base a unas características que

influyen directamente en el comportamiento del consumidor. Existen distintas influencias de los grupos sociales sobre el consumidor, entre las que destacan:

- Influencias informativas: el testimonio de expertos, las referencias de amigos y los comportamientos de consumo visibles, que constituyen comunicaciones que informan al consumidor.
- Influencias comparativas: proporcionan al individuo los criterios para la evaluación de la propia imagen.
- Influencias normativas: instan al cumplimiento de las normas del grupo, por ejemplo fiestas sociales, felicitaciones, etc.

#### **2.3.2.5. Variables situacionales**

La situación se puede estructurar en cinco elementos:

- Entorno Físico: incluye la temperatura ambiental, ruido, espacio, luz
- Entorno social: según nos encontremos en presencia de otras personas o no, y cual sea nuestra relación con dichas personas.
- Perspectiva temporal: el momento del día, mes del año
- El estado mental del individuo: su predisposición a comprar debido a su estado de ánimo.
- El rol del individuo en cada ocasión.

## **CAPITULO III:**

# **ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE FRENTE AL SERVICIO QUE PRESTA LA BANCA PRIVADA EN LA CIUDAD DE LOJA**

### **3.1. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1.1. Objetivos del estudio de mercado**

Los objetivos del estudio de mercado son los siguientes:

- Medir el comportamiento del cliente frente a la actuación de la banca privada de la ciudad de Loja.
- Evaluar la imagen que proyectan al público las entidades bancarias y la eficiencia de los procesos internos que utiliza el banco.

#### **3.1.2. Elección y diseño del instrumento**

La encuesta a aplicarse (ver Anexo 2) consta de cinco partes: La primera parte consta de preguntas informativas del cliente.

La segunda parte incluye un diagnóstico del Sistema Bancario, el cual incluye preguntas, que tienen como finalidad obtener la siguiente información de los clientes:

- Banco del cual es cliente
- Tiempo de operación con el banco
- Productos y servicios bancarios que usa frecuentemente
- Frecuencia de uso de los productos y servicios bancarios

La tercera **procesos Internos** está dirigida a evaluar la percepción que tiene el cliente respecto del servicio que prestan los bancos privados de la ciudad de Loja, específicamente en lo que se refiere a los **procesos** respecto a cuentas corrientes y de ahorro, tarjetas de crédito y débito y crédito, que se efectúan

dentro de la entidad; para lo cual se utilizara nueve parámetros que se detallan a continuación:

- Fiabilidad en pagos
- Información de costos
- Facilidad y tiempo de espera en trámites
- Funcionamiento del sistema tecnológico
- Publicidad pertinente
- Adecuado numero de agencias, ventanillas y cajeros automáticos
- Horarios de atención favorables
- Atención a reclamaciones
- Claridad al ofrecer productos y servicios

La cuarta parte referente a la **atención y entorno**, pretende obtener información respecto de la atención percibida por el cliente en los departamentos del banco que son visitados con mayor frecuencia por el mismo además de si el entorno en el que se desenvuelve la actividad bancaria es el adecuado, se hará uso de parámetros como los siguientes:

Personal:

- Apariencia
- Amabilidad
- Eficiencia
- Profesionalismo
- Atención
- Entendió el problema
- Capacidad para resolver el problema

Entorno:

- Ubicación estratégica del banco

- Ambiente adecuado y decoración
- Optima distribución de espacios y mobiliario
- Alta seguridad del entorno del banco
- Tamaño apropiado del banco

Finalmente la quinta parte comprende preguntas respecto de la **actividad bancaria** en general, lo que pretende definir el nivel de confianza del cliente en el Sistema Bancario Privado, las posibles causas que contribuyen a fomentar la desconfianza por parte del usuario para luego conocer si es necesaria la creación de nuevos productos y servicios y finalmente concluir con las recomendaciones pertinentes.

### 3.1.3. Población y muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se aplica la siguiente fórmula para poblaciones finitas:

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

Donde

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

z = 1.96 Nivel de confianza dado en desviaciones estándar (95%)

e<sup>2</sup> = 0,044 error máximo admisible

p = 0,50 probabilidad a favor

q = 0,50 probabilidad en contra.

Población = 108.782 clientes.

El tamaño de la población se define como resultado de la sumatoria correspondiente al número de clientes especificado anteriormente en el Cuadro

2, desarrollando la formula se procede a determinar el número de encuestas a aplicar así:

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0,50 \times 0,50 \times 108782}{(0,044)^2 (108782-1) + (1.96)^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = 493.8 = 494 \text{ encuestas}$$

Se obtiene entonces que el número de encuestas a aplicar es de 494. Seguidamente se calcula el número de clientes que serán encuestados en relación con el porcentaje de participación que cada banco tiene en el mercado financiero privado en nuestra ciudad tal como se observa en el cuadro 4.

**Cuadro 4:** Participación individual de la banca privada en la ciudad de Loja y número de encuestas a aplicar (segmentación de muestra).

Bancos privados	Participación individual	
	Porcentaje de participación (%)	Numero de encuestas
Banco del Austro	6.85	34
Banco Bolivariano	2.82	14
Banco de Guayaquil	9.51	47
Banco de Loja	56.48	279
Banco de Machala	3.01	15
Banco del Pichincha	15.73	78
Procredit	2.51	12
Produbanco	2.65	13
Unibanco	0.44	2
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>494</b>

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador.

Elaboración: La autora

### 3.1.4. Recopilación de información

La recopilación de información se efectuó mediante la aplicación de encuestas a clientes de los bancos privados de la ciudad; en forma aleatoria se elegirá a las personas al momento que se encuentren efectuando alguna operación bancaria, en colegios, barrios y parques de la ciudad.

### 3.1.5. Procesamiento de información

La información en hojas de excel con el fin de obtener resultados exactos que facilitara el posterior análisis de información.

### 3.1.6. Análisis de información

#### 3.1.6.1. Datos generales

La banca privada se caracteriza por ser un ente prestador mediante la prestación de fondos de apoyo a la economía del país, de esta manera se vincula con una gran diversidad de individuos que se denominan clientes, los cuales presentan una variedad de comportamientos, entre ellos tenemos: el perfil del cliente (tipo de ocupación, nivel de ingresos, edad, sexo).

El sector financiero de la banca privada, enfoca su labor a: guardar los fondos de sus clientes en forma de depósitos (cajas de seguridad, pasivos), renumerando a este mediante el pago de los intereses. De tal manera que el cliente es el principio fundamental, sobre el que se basa el funcionamiento de la banca privada, es decir se constituye la base principal de su actividad, basados en este enfoque a continuación se presentan algunos aspectos generales del cliente de la banca privada en la ciudad de Loja.

**Cuadro 5:** Ocupación de los clientes de la banca privada en la ciudad de Loja, 2009.

Ocupación	Clientes de la banca	
	F	%
Amas de casa	49	10
Empleados públicos	114	23
Profesión independiente	207	42
Estudiantes	49	10
Jubilados	25	5
Informal	35	7
Otros	18	3
<b>Total</b>	<b>494</b>	<b>100</b>

Fuente: Resultados encuesta 2009

Elaboración: La autora

De los resultados de la investigación como se muestran en el cuadro 5., se puede observar que los clientes de la banca privada en la ciudad de Loja es muy diversa en lo referente a la ocupación de las personas, así se tiene que el 42% corresponde a profesionales de diversas rama que ejercen su profesión libremente, seguidamente se tiene a los empleados públicos (23%); amas de casa y estudiantes con el 10% respectivamente; los que representan el menor porcentaje son: informales (7%), jubilados (5%) y otro tipos de empleados con un 3%.

Además la investigación señala que la demanda de productos y servicios del mercado financiero, en la ciudad de Loja en la actualidad es homogéneo, es decir tanto de hombres (53%) y mujeres (47%), utilizan este servicio, debido a que todos las personas tienen derecho a las mismas oportunidades laborales y derechos sociales.

Simultáneamente se contrasta, que la mayoría de los clientes que ocupan los servicios bancarios fluctúan entre los 32 a 45 años, esto se debe principalmente al nivel y estabilidad de los ingresos, debido a que a esta edad se desempeña una profesión independiente en su mayoría y además son empleados públicos.

### **3.1.6.2. Diagnostico y sistematización**

#### **3.1.6.2.1. Clientes de la banca privada**

En el actual contexto de la economía ecuatoriana, se manifiesta constantes desequilibrios macroeconómicos (inflación, desempleo, déficit fiscales, etc.), es de consenso que su crecimiento pasa por dinamizar las pequeñas economía, en el cual los sectores financieros como la banca privada juega un rol fundamental como instrumento de desarrollo.

No obstante, la demanda del sistema financiero de los diversos sectores (altos, medios y bajos) depende de la oferta financiera con que operan las diferentes instituciones en determinado medio, la cual se espera que ésta sea accesible a las pequeñas economías de la diversidad de los clientes.

Los usuarios de la banca privada buscan un sistema financiero acorde a sus necesidades de financieras, con este enfoque, en la actualidad en la ciudad de Loja se ubican un gran variedad de bancas privadas.

**Cuadro 6:** Clientes de banca privada, en la ciudad de Loja, 2009.

Bancos privados	Numero de clientes	
	f	%
Banco del Austro	34	6,9
Banco Bolivariano	14	2,8
Banco de Guayaquil	47	9,5
Banco de Loja	279	56,5
Banco de Machala	15	3,0
Banco del Pichincha	78	15,8
Procredit	12	2,4
Produbanco	13	2,6
Unibanco	2	0,4
<b>Total</b>	<b>494</b>	<b>100</b>

Fuente: Resultados encuesta 2009  
Elaboración: La autora

Los clientes de los bancos privados que se ha determinado en la investigación como se observa en el cuadro 6., señala que el 56,5% corresponden al banco de Loja, esto se debe principalmente a que es una de las primeras entidades bancarias creada en nuestra ciudad con capitales lojanos por lo tanto existe mayor confianza por parte de los usuarios. El banco de pichincha con 15,8 %; y el banco que registra el menor numero de clientes es el Unibanco con el 0,4%.

Como información adicional se tiene que el 36% de los clientes del mercado financiero local, viene utilizando los instrumentos bancarios por más de seis años, constituyendo el banco de Loja, el que cuenta con el mayor número de beneficiarios debido al posicionamiento alcanzado en el mercado bancario además de aspectos señalados anteriormente.

### **3.1.6.2.2. Productos y servicios bancarios utilizados**

Para la determinar la demanda de los productos y servicios bancarios, debemos considerar a los clientes o consumidores como la población objetiva a la cual se orientará la canalización de recursos financieros por parte de la banca privada; considerando que estos buscan una entidad financiera con: solvencia, rentabilidad, eficiencia operativa y además buscan consolidar niveles de capitalización de sus recursos económicos.

Las necesidades del cliente abarca un sin numero de características esenciales, que motivan al consumidor a utilizar los servicios de la entidad financiera; tales particulares son complejas y cambiantes, dependen del entorno del individuo así como otras características personales físicas, grupos sociales (nivel de ingresos, nivel de educación o profesión, entre otros aspectos que diferencien a cada individuo cliente de la banca privada.

**Cuadro 7:** Productos y servicios bancarios utilizados en la ciudad de Loja, 2009.

Productos y servicios	Numero de clientes	
	F	%
Cuentas de ahorro	212	43
Cuentas corrientes	103	21
Tarjetas de crédito	30	6
Pólizas de acumulación	5	1
Pago impuestos SRI	20	4
Pago servicios básicos	5	1
Depósitos a plazo fijo	10	2
Créditos	64	13
Tarjetas de debito	15	3
Giros	10	2
Pago de aportes patronales IESS	15	3
Otros	5	1
<b>Total</b>	<b>494</b>	<b>100</b>

Fuente: Resultados encuesta 2009

Elaboración: La autora

La información que anota el cuadro 7, registra que el 43% utiliza cuentas de ahorro, esto se debe a que este se considera un requisito básico en la mayoría de los bancos para tener opción a otras prestaciones; el 21% cuentas

corrientes por tratarse de comerciante al igual que los créditos (13%), el 6% tarjetas de crédito, el 4% pago de impuestos al SRI, el 3% tarjetas de débito; 2% representa a depósitos a plazo fijo, giros pago de aportes patronales al IESS, respectivamente; y el 1% a pólizas de acumulación, y, pago de servicios básicos y otro tipos de servicios.

Los usuarios utilizan los servicios bancarios mensualmente, principalmente porque la mayoría de los clientes, tienen sus cuentas para que se les deposite sus haberes; además en el caso de créditos se los debe cancelar en cuotas mensuales, otros servicios como son internet y pago de servicios básicos que también se los realiza de la misma manera.

**Cuadro 8:** Calificación de los productos y servicios bancarios utilizados en la ciudad de Loja, 2009.

Descripción		Bancos privados																	
		Banco del Austro		Banco Bolivariano		Banco de Guayaquil		Banco de Loja		Banco de Machala		Banco de Pichincha		Banco Produbanco		Banco Procredit		Banco Unibanco	
Servicios	Calificación	f	%	F	%	f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Cuenta corriente/ ahorros	Excelente	64	23	13	11	102	28	1021	59	29	22	198	33	11	18	18	20	4	22
	Regular	161	58	66	54	196	53	559	32	68	50	276	46	39	63	42	45	9	50
	Deficiente	61	19	44	36	73	20	158	9	38	28	127	21	12	19	32	35	5	28
	<b>Total</b>	<b>276</b>	<b>100</b>	<b>123</b>	<b>100</b>	<b>371</b>	<b>100</b>	<b>1738</b>	<b>100</b>	<b>135</b>	<b>100</b>	<b>601</b>	<b>100</b>	<b>62</b>	<b>100</b>	<b>92</b>	<b>100</b>	<b>18</b>	<b>100</b>
Tarjeta de crédito/ debito	Excelente	13	48	0	0	31	50	306	59	0	0	38	31	36	80	4	44	1	12
	Regular	9	33	9	100	22	36	161	31	3	33	70	58	9	20	5	66	4	44
	Deficiente	5	19	0	0	9	14	49	10	6	66	13	11	0	0	0	0	4	44
	<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>62</b>	<b>100</b>	<b>516</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>121</b>	<b>100</b>	<b>45</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>
Créditos	Excelente	31	44	5	11	47	28	394	59	3	5	85	33	-	-	13	29	-	-
	Regular	15	21	23	51	69	41	194	29	46	74	103	40	-	-	19	42	-	-
	Deficiente	25	35	17	38	53	31	78	12	13	21	70	27	-	-	13	29	-	-
	<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100</b>	<b>45</b>	<b>100</b>	<b>169</b>	<b>100</b>	<b>666</b>	<b>100</b>	<b>62</b>	<b>100</b>	<b>258</b>	<b>100</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>45</b>	<b>100</b>		<b>100</b>
<b>Total</b>		<b>34</b>		14		47		279		15		78		12		13		2	
<b>%</b>		<b>6.9</b>		2.8		9.5		56.6		3.0		15.8		2.4		2.6		0.4	

Fuente: Resultados encuesta 2009

Elaboración: La autora

Como se observa en el cuadro 8., en el banco del Austro los procesos internos en el servicio de cuentas de ahorros y corrientes se define como regular (58%); tarjetas de crédito y débito excelente (13%) y los créditos son catalogados como excelente (44%).

En el banco Bolivariano el servicio de las cuentas de ahorros y corrientes se puntualiza como regular (54%); tarjetas de crédito y débito regular (9%) y los créditos son regulares (51%).

Con respecto al banco de Guayaquil tenemos que el servicio de cuentas de ahorros y corrientes es regular (53%); las tarjetas de crédito y débito se consideran como excelente (50%) y los créditos son regulares (41%). Referente al bando de Loja, el 59 % corresponde a excelente en las cuentas de ahorros y corrientes, igualmente en las tarjetas de crédito y débito y similar caso ocurre con respecto a los créditos. En el banco de Machala, los clientes catalogan como regular el servicio de cuentas de ahorros y corrientes (50%), deficiente (66%) las tarjetas de crédito y débito; y regular (74%) al servicio de créditos. El banco de Pichincha, registra, un servicio regular para todas las prestaciones así: (46%) cuentas de ahorros y corriente, (58%) las tarjetas de crédito y débito; y 40% al servicio de créditos.

Para el caso de Produbanco se tiene que el servicio de cuentas de ahorros y corrientes es regular (63%); y, las tarjetas de crédito y débito se consideran como excelente (80%). El banco Procredit, cuenta con una calificación regular el servicio de cuentas de ahorros y corrientes (45%), regular (66%) las tarjetas de crédito y débito; y regular (42%) al servicio de créditos. Y por ultimo el banco Unibanco cuenta con una calificación regular el servicio de cuentas de ahorros y corrientes (50%).

**Cuadro 9:** Atención de los servicios bancarios prestados por los funcionarios en las entidades financieras en la ciudad de Loja, 2009.

Descripción		Bancos privados																	
		Banco del Austro		Banco Bolivariano		Banco de Guayaquil		Banco de Loja		Banco de Machala		Banco de Pichincha		Banco Produbanco		Banco Procredit		Banco Unibanco	
Servicios	Calificación	f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	F	%	f	%	f	%
Buena apariencia	(A)	21	24	2	5	3	5	138	20	12	22	50	25	7	23	7	22	2	29
	(D)	5	8	12	28	35	22	1	1	3	9	7	5	3	11	1	8		
	(NR)	1	13	-	-														
Amabilidad y paciencia	(A)	16	18	3	8	9	15	112	17	8	15	33	16	8	20	8	19	2	29
	(D)	10	15	10	23	29	18	20	14	7	20	22	17	4	14	1	8		
	(NR)	1	13	-	-			1	6			1	17			1	33		
Eficiencia	(A)	15	17	10	26	14	24	95	14	7	13	29	14	5	17	4	13	2	29
	(D)	12	19	4	17	24	15	37	26	8	23	27	21	5	18	3	23		
	(NR)	1	13	-	-							1	17			1	33		
Profesionalismo	(A)	12	14	8	21	11	19	94	14	9	16	30	15	5	17	5	16	1	14
	(D)	14	22	6	14	26	16	34	24	6	17	27	21	5	18	3	23	1	20
	(NR)	1	13	-	-			1	6			1	17						
Comprensión del problema	(A)	12	14	7	18	12	20	81	12	9	16	28	14	4	18	5	16	2	40
	(D)	12	19	6	14	21	13	35	25	6	17	25	19	5	13	3	23		
	(NR)	2	25	-	-	4	57	15	83			1	17						
Capacidad de solucionar problemas	(A)	13	15	8	21	10	17	160	24	10	18	31	15	3	10	5	16	2	40
	(D)	18	19	5	12	24	15	14	10	5	14	21	16	6	21	2	15		
	(NR)	2	25	1	100	3	43	1	6			2	33			1	33		
<b>Total</b>	(A)	89	55	38	46	59	26	680	82	55	63	201	60	30	52	32	67	7	58
	(D)	65	40	43	53	159	71	141	17	35	37	129	38	28	48	13	27	5	42
	(NR)	8	5	1	1	7	3	18	1	0	0	6	2	0	0	3	6	0	0
		162	100	82	100	225	100	839	100	90	100	336	100	58	100	48	100	12	100

Fuente: Resultados encuesta 2009  
 Elaboración: La autora

(A)De acuerdo  
 (D)En desacuerdo  
 (NR)No lo recuerda

### **3.1.6.2.3. Atención y entorno de las entidades financieras en los servicios bancarios**

Las necesidades de cliente, además de aspectos como el entorno del individuo, también se ve influenciada por otros aspectos tales como es la atención del cliente, dentro de este se enmarcan características como: eficiencia, profesionalismo del empleado entre otras, las mismas que influenciarán en el cliente.

De la investigación se registran los siguientes datos, referente a la atención brindada por parte de los empleados, a los clientes en las entidades bancarias, que engloban aspectos como: buena apariencia, amabilidad y paciencia; eficiencia; profesionalismo; comprensión del problema y capacidad de solucionar problemas, a continuación se presentan los resultados para cada entidad bancaria (Ver cuadro 9):

Para el banco del Austro, el 55% está en acuerdo con la atención brindada, el 40% no está de acuerdo y el 5% no lo recuerda. El banco Bolivariano registra valores de 56% no está de acuerdo, 46% está de acuerdo y el 1% no recuerda. Para el banco de Guayaquil 71% no está de acuerdo, el 26% está de acuerdo y el 3% no recuerda.

En el banco de Loja en 82% está de acuerdo, 17% no está de acuerdo y el 1% no recuerda. En el banco de Machala el 63% está de acuerdo, y el 37% no está de acuerdo. Para el banco de Pichincha el 60% está de acuerdo, el 38% no está de acuerdo y el 2% no recuerda. En Produbanco se registra valores de 52% está de acuerdo y 48% no está de acuerdo. Para el Procredit el 67% está de acuerdo, el 27% no está de acuerdo y el 6% no recuerda el servicio brindado. Y finalmente en

Unibanco el 58% esta de acuerdo y el 42% no esta de acuerdo en el tipo de atención brindada en esta entidad financiera.

Además se puede decir que los bancos privados de la localidad se encuentran ubicados en lugares estratégicos de manera que los clientes accedan fácilmente y de forma segura a ellos.

Al cliente le interesa un sistema financiero eficiente, es decir una entidad que le de confianza, que además le provea solvencia y sea rentable, que sirva de vehículo del desarrollo de la economía; operando en un adecuado marco de regulación y supervisión bancaria; que además genere una eficiencia operativa, con la administración de recursos y la a asignación de los recursos.

**Cuadro 10:** Confianza del cliente en el sistema financiero privado en la ciudad de Loja, 2009.

Entidad Bancaria		Confía mucho	Confía poco	Confía muy poco	Total
<b>Banco del Austro</b>	f	16	10	8	34
	%	47	29	24	100
<b>Banco Bolivariano</b>	f	7	5	2	14
	%	50	36	14	100
<b>Banco de Guayaquil</b>	f	30	12	5	47
	%	64	26	11	100
<b>Banco de Loja</b>	f	207	57	15	279
	%	74	20	5	100
<b>Banco de Machala</b>	f	7	3	5	15
	%	47	20	33	100
<b>Banco de Pichincha</b>	f	50	12	13	75
	%	67	16	17	100
<b>Banco Produbanco</b>	f	5	3	4	12
	%	42	25	33	100
<b>Banco Procredit</b>	f	7	3	3	12
	%	54	23	23	100
<b>Banco Unibanco</b>	f	-	-	2	2
	%	-	-	100	100

Fuente: Resultados encuesta 2009  
Elaboración: La autora

En el cuadro 10., se observan valores enfocados al nivel de confianza que tiene en la entidad bancaria, de los cuales se tiene: el 47% confía mucho en el banco del Austro; el 50% confía en el banco Bolivariano; los clientes del banco de Guayaquil confían (64%) en esta institución; el 74% confía en el banco de Loja; el 47% en el banco de Machala; el 67% en el banco de Pichincha; el 42% en el Produbanco y el 54% en el Unibanco.

Con estos datos se corrobora que existe un alto nivel de confianza en la banca privada, en un menor porcentaje hay inconformidad debido al excesivo costo de productos y servicios y al bajo interés de nivel pagado en cuentas de ahorros.

**Cuadro 11.** Factores que fomentan incomodidad en el SFN, en Loja, 2009.

Banco		Mal manejo	Falta de información	Excesivo costo	Garantía	Bajo interés	Total
Banco del Austro	f	1	7	13	11	15	47
	%	2	15	28	23	32	100
Banco Bolivariano	f		2	6	7	3	18
	%		11	33	39	17	100
Banco de Guayaquil	f	1	7	13	12	14	47
	%	2	15	28	26	30	100
Banco de Loja	f	2	30	46	31	54	163
	%	1	18	28	19	33	100
Banco de Machala	f	1	3	8	6	5	23
	%	4	13	35	26	22	100
Banco de Pichincha	f	1	5	16	13	13	48
	%	2	10	33	27	27	100
Banco Produbanco	f		3	5	4	3	15
	%		20	33	27	20	100
Banco Procredit	f		3	5	5	4	17
	%		18	29	29	24	100
Banco Unibanco	f		2	2	2	1	7
	%		29	29	29	14	100

Fuente: Resultados encuesta, 2009.  
Elaboración: La autora

En el cuadro 11., se presentan los resultados con respecto a los factores que fomentan inconformidad en los sistemas financieros de las entidades bancarias de la siguiente manera:

- Banco del Austro.- El 2% por el mal manejo de fondos por parte de la entidad, el 15% la falta de información, el 28% por excesivo costo de productos y servicios; el 23% se debe a la escasa garantía de devolución de fondos y el 32% al bajo nivel de interés pagado.
- Banco Bolivariano.- Por la falta de información (11%), excesivo costo de productos y servicios (33%, la escasa garantía de devolución de fondos (39%) y el 17% al bajo nivel de interés pagado.
- Banco de Guayaquil.- Un 2% el mal manejo de fondos por parte de la entidad, en un 15% la falta de información, el 28% el excesivo costo de productos y servicios, el 26% a la escasa garantía de devolución de fondos y el 30% al bajo nivel de interés pagado.
- Banco de Loja.- El 1% respecto al mal manejo de fondos por parte de la entidad, en un 18% la falta de información, el 28% el excesivo costo de productos y servicios, el 19% a la escasa garantía de devolución de fondos y el 33% al bajo nivel de interés pagado.
- Banco de Machala.- En un 4% al mal manejo de fondos por parte de la entidad, en un 13% la falta de información, el 35% el excesivo costo de productos y servicios, el 25% a la escasa garantía de devolución de fondos y el 22% al bajo nivel de interés pagado.

- Banco del Pichincha.- El 2% por el mal manejo de fondos por parte de la entidad, en un 10% la falta de información, el 33% el excesivo costo de productos y servicios, el 27% a la escasa garantía de devolución de fondos y el 27% al bajo nivel de interés pagado.
- Produbanco.- El 20% por la falta de información, el 33% el excesivo costo de productos y servicios, el 27% a la escasa garantía de devolución de fondos y el 20% al bajo nivel de interés pagado.
- Procredit.- Lo causa en un 18% la falta de información, el 29% el excesivo costo de productos y servicios, el 29% a la escasa garantía de devolución de fondos y el 24% al bajo nivel de interés pagado.
- Unibanco.- Es causado en un 29% la falta de información, el 29% el excesivo costo de productos y servicios, el 29% a la escasa garantía de devolución de fondos y el 14% al bajo nivel de interés pagado.

La banca privada cuenta con productos y servicios que cubren las múltiples necesidades de los clientes. También suelen brindar asesoría especializada para buscar alternativas de reducción de costos, ahorrar tiempo y optimizar mecanismos de cobro y pago.

Pero, además se busca generar nuevos servicios encaminados a mejorar las economías de sus clientes. De esta manera se presentan algunos de los criterios que ellos proponen a las entidades financieras de la ciudad de Loja.

**Cuadro 12.** Creación de nuevo producto o servicio, en el sistema financiero privado en la ciudad de Loja, 2009.

Banco		a	b	C	Total
<b>Banco del Austro</b>	f		24	10	34
	%		71	29	100
<b>Banco Bolivariano</b>	f		14		14
	%		100		100
<b>Banco de Guayaquil</b>	f		81	187	268
	%		30	70	100
<b>Banco de Loja</b>	f	7	3	5	15
	%	47	20	33	100
<b>Banco de Machala</b>	f	50	12	13	75
	%	67	16	17	100
<b>Banco de Pichincha</b>	f	5	3	4	12
	%	42	25	33	100
<b>Banco Produbanco</b>	f	7	3	3	13
	%	54	23	23	100
<b>Banco Procredit</b>	f			2	2
	%			100	100
<b>Banco Unibanco</b>	f				7
	%				100

Fuente: Resultados encuesta, 2009.

Elaboración: La autora

En lo referente a la creación de un nuevo producto o servicio en la banca privada local se llega a la conclusión de que no es necesaria debido a que los ya existentes satisfacen las necesidades de los clientes como se observa en el cuadro 12.

- Banco del Austro.- el 71% de los clientes del banco cree que no es necesaria la creación de un nuevo producto o servicio bancario y el 29% no contesta.
- Banco Bolivariano.- el 100% de los clientes opina que no es necesaria la creación de un producto o servicio bancario.
- Banco de Guayaquil.- el 66% de los clientes opina que no es necesaria la creación de un nuevo producto o servicio bancario y el 34% restante no contesta.

- Banco de Loja.- el 30% de los clientes del banco cree que no es necesaria la creación de un producto o servicio bancario y el 70% no contesta.
- Banco de Machala.- el 47% de los clientes opina que es necesaria la creación de un producto o servicio bancario, el 20% cree que no es necesaria y el 33% no contesta.
- Banco del Pichincha.- el 67% de los clientes opina que es necesaria la creación de un producto o servicio bancario, el 16% cree que no es necesaria y el 17% no contesta.
- Produbanco.- el 42% de los clientes opina que es necesaria la creación de un producto o servicio bancario, el 25% cree que no es necesaria y el 33% no contesta.
- Procredit.- el 54% de los clientes opina que es necesaria la creación de un producto o servicio bancario, el 23% cree que no es necesaria y el 23% no contesta.
- Unibanco.- el 100% de los clientes no contesta.

Además como información adicional se presentan algunas alternativas que dan los usuarios de la banca privada, los cuales se detallan a continuación:

- Con respecto al banco del Austro, el 18% opina que se debe reducir el tiempo en operaciones de crédito y atención en ventanilla, un 4% que se debe ampliar los horarios de atención al público, el 11% que se debe reducir el interés cobrado en ctas. de ahorro y créditos y el 4% que se deben ampliar las instalaciones.

- En el banco Bolivariano.- El 31% opina que se debe reducir el tiempo en operaciones de crédito y atención en ventanilla y se debe capacitar al personal para mejorar la atención (8%).
- Banco de Guayaquil.- El 15% cree que se debe reducir el tiempo en operaciones de crédito y atención en ventanilla, el 8% que se debe ampliar las instalaciones y el 10% que se debe capacitar al personal para mejorar la atención.
- Banco de Loja.- El 7% opina que debe incrementarse el porcentaje pagado en ctas. de ahorro y depósitos a plazo, el 13% que debe reducir el tiempo en operaciones de crédito y atención en ventanilla, el 33% que se debe reducir el interés cobrado en ctas. de ahorro y créditos, el 3% que se debe capacitar al personal para mejorar la atención, el 1% opina que se debe aperturar más ventanillas para atención de tercera edad, aperturar más cajeros automáticos y sucursales (norte y sur), las transacciones en cajeros automáticos deben ser gratuitas y que se debe reducir el monto para aperturar cuentas.
- Banco de Machala.- El 7% opina que se debe incrementar el porcentaje pagado en ctas. de ahorro y depósitos a plazo, el 27% que se debe reducir el tiempo en operaciones de crédito y atención en ventanilla, el 7% que se debe capacitar al personal para mejorar la atención y el 7% que se debe aperturar más cajeros automáticos y sucursales.
- Banco de pichincha.- El 5% opina que se debe incrementar el porcentaje pagado en ctas. de ahorro y depósitos a plazo, el 9% que se debe reducir el tiempo en operaciones de crédito y atención en ventanilla, el 10% que se deben ampliar las instalaciones, el 4% que se debe capacitar al personal y se debe aperturar más cajeros automáticos y sucursales

- Produbanco.- El 17% opina que se debe reducir el tiempo en operaciones de crédito y atención en ventanilla, el 8% que es necesario la reducción del interés cobrado en ctas. de ahorro y créditos, y se debe ampliar las instalaciones, además que se capacite al personal.
- Procredit.- El 23% opina que se debe incrementar el interés pagado en ctas. de ahorro y depósitos a plazo, el 15% que se debe reducir el interés cobrado en ctas. de ahorro y créditos, y el 8% que se deben aperturar más cajeros automáticos y sucursales; y la reducción en operaciones de crédito y atención en ventanilla.
- Unibanco.- El 50% se debe reducir el tiempo en operaciones de crédito y atención en ventanilla.

## **3.2. PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA BANCA PRIVADA DE LA CIUDAD DE LOJA**

### **1. PRESENTACIÓN**

Prestar un servicio de calidad y excelencia requiere de un compromiso personal y una vocación de entrega total que significa superarse continuamente para que las instituciones financieras del país ofrezcan servicios dirigidos a mejorar las condiciones de vida de nuestra gente.

Por tanto, el concepto servicio de calidad en el sistema económico de un país no es sino una manera de expresar lo que la cultura de una sociedad edifica, moldea y desarrolla para mantener la identidad de sus miembros; hacer posible la comunicación, el diálogo entre las personas y sus interrelaciones a través de un conjunto de normas y reglas comúnmente aceptadas que lleven a las personas a satisfacer sus necesidades fundamentales y con ello resolver sus problemas que en un futuro próximo mejoren sus condiciones de vida. Estos conceptos tienen su aplicación plena en el proyecto vida de una organización familiar.

Desde esta perspectiva a través de la presente propuesta se propone desarrollar una alternativa de mejoramiento dirigida al sistema financiero de la banca privada en Loja a través de la implementación de un sistema permanente de capacitación dirigido al personal directivo, administrativo y de servicios, relacionada con la forma o manera de atender a los clientes en un contexto de comunicación asertiva coherentes con los productos que ofrece el banco y pertinentes con las necesidades de los clientes. En las siguientes líneas se destacará lo importante de la propuesta y la viabilidad de la misma.

## 2. PROBLEMÁTICA

Los grandes cambios suscitados en los últimos años y la crisis por la que atraviesa la economía latinoamericana han provocado una inestabilidad económica, política y social que ha profundizado negativamente el mejoramiento de la calidad de vida fundamentalmente de los sectores menos favorecidos.

En el marco de estos cambios, es evidente que los países menos desarrollados como los de la Región Andina y entre ellos el Ecuador, para alcanzar un cierto nivel de desarrollo en ésta perspectiva, se ven obligados a replantear sus modelos económicos y estrategias; entendidos éstos no simplemente como modelos de acumulación de capitales, sino como visión orientada a buscar el bienestar de la población, el incremento de capacidades, oportunidades y derechos.

La importancia de impulsar acciones de desarrollo que incluye la revitalización del sector económicamente activo ha dejado inclusive una brecha difícil de llenar entre ricos y pobres, no existe un sistema financiero con una función eminentemente social que pretenda el mejoramiento de la calidad de vida de las familias y el desarrollo social.

Hablar de la banca privada en nuestra ciudad es adentrarse en un aspecto financiero que busca fortalecer los mandos medios de la sociedad, dejando de lado la finalidad social para proteger sus capitales y sus respectivas utilidades.

En materia económica y financiera suelen definirse las divisiones de la sociedad de carácter relativamente permanente y homogéneo, a las cuales las familias o individuos están adscritos en base a una serie de intereses, valores, costumbres, estilos de vida, categoría, entre otros. En la práctica suele utilizarse como

variables para dividir la sociedad, basándose principalmente en factores como el nivel de ingresos, lugar y tipo de vivienda, el nivel de educación o profesión, entre otros. Normalmente suelen distinguirse como clases sociales las siguientes: alta, media-alta, media-media, media-baja y baja, todo esto en función de recursos económicos disponibles.

La influencia de la clase social en el comportamiento del consumidor, juega un papel preponderante a la hora de acceder a los servicios, aunque es necesario recalcar que todos buscamos un servicio cuanto este puede llegar a ser muy importante, en función de satisfacer necesidades específicas.

.Aunque las diferencias en el consumo suelen ser importantes, en algunas clases sociales existen determinados grupos de personas que actúan como si pertenecieran a una clase superior, lo que implica una propensión al gasto superior que suele denominarse vivir por encima de sus posibilidades, pero no dentro de una economía real.

En el contexto de la presente investigación, se ha podido analizar también el criterio de las personas respecto de sus necesidades financieras, situaciones que se expresan en forma de opinión, pero el éxito de poderlo hacer es precisamente sin que esta forma de pensar cause problemas a nadie; pero, si cuestiona el acontecer financiero y productivo. En tal virtud, partiendo del concepto de gestión como la acción y efecto de gestionar, y entendiendo por gestionar la realización de diligencias encaminadas a la obtención de un negocio o beneficio empresarial, y tomando a las personas como los recursos activos de las organizaciones podría decirse que la gestión de recursos humanos sería ~~el~~ conjunto de actividades que

ponen en funcionamiento, desarrollan y movilizan a las personas que una organización necesita para realizar sus objetivos.<sup>11</sup>

Se puede colegir el hecho de que la banca no responde a las necesidades de los sectores sociales más desposeídos, toda vez está enfocada a cumplir estrategias para vender productos financieros a personas que tienen su respaldo económico en términos de estabilidad financiera, quedando al margen del beneficio las personas que se dedican a la microempresa y a los pequeños índices de producción, situación que debe ser analizada desde una visión estratégica.

Por otra parte, no se puede menoscabar el hecho de la promoción empresarial que ha realizado la banca, para lograr captar la atención de sus clientes mediante el esfuerzo consciente por alcanzar un determinado nivel de intercambio con un público para vender sus productos.

Los grupos sociales interactúan y un alto porcentaje cuestiona el servicio de la banca en cuanto se relaciona con el servicio que presta, no todas las personas conocen el principio fundamental de la existencia de la banca en el mercado. Esta interacción supone un comportamiento en base a unas características que influyen directamente en la respuesta del consumidor. Por su parte, las instituciones bancarias no están ausentes de esta realidad y por lo mismo dentro de sus procesos Internos está realizándose la evaluación desde la percepción que tiene el cliente respecto del servicio que prestan los bancos privados de la ciudad de Loja, específicamente en lo que se refiere a los procesos respecto de cuentas corrientes y de ahorro, tarjetas de crédito y débito y crédito, que se efectúan dentro de la entidad.

---

<sup>11</sup> **Gestión de recursos humanos y estrategia**  
**Autor: María Escat Cortés**  
**Gestión del talento**

**"La administración tiene que ver con seres humanos. Su tarea es capacitarlos para la acción conjunta, hacer que su fuerza sea eficaz y que sus debilidades sean insignificantes"**

Del análisis realizado se deduce que los sistemas financieros deberían favorecer la autonomía crediticia dentro de un contexto de seguimiento y evaluación a la inversión por pequeña que sea, ya que no se tiene cultura de ahorro asociativo, necesitamos clientes perseverantes en el manejo de recursos, con capacidad para enfrentar y superar dificultades, espíritu de superación y tenacidad para hacer frente al sector competitivo. Pero, es indudable que la banca debe volcarse al análisis de la realidad, porque los pobres somos más, y la sociedad necesita fortalecerse desde la perspectiva económica y de capacitación.

Es menester entonces que las entidades financieras realicen serios esfuerzos orientados a brindar capacitación a sus servidores, de tal manera que ellos conozcan lo positivo de este ámbito, dentro de una concepción única, basada en un criterio estructural, establecida a partir de un sistema de relaciones entre las dos perspectivas tanto interna como externa, bajo un concepto integrador incluyente y no excluyente.

Del análisis realizado se deduce que las capacidades no se desarrollan solo a través de eventos programados y sistemáticos. Dependen en esencia de una actitud corporativa+ que estimula la participación de los colaboradores en procesos de mantenimiento y desarrollo del sistema organizacional. Son también producto de la sinergia de las competencias de los individuos (capital humano), que encuentran en la cultura de su organización el estímulo y el reconocimiento por los aportes del conocimiento.

## **1. POBLACIÓN OBJETIVO**

Nivel gerencial, directivos y servidores de la banca privada en Loja

## **2. OBJETIVOS**

**General:** Capacitar al personal de la banca privada en sistemas de atención a clientes internos y externos y, destacar la importancia de este proceso en el quehacer del sistema financiero.

### **Específicos:**

- Encaminar el proceso de capacitación hacia la adopción de procedimientos que permitan el desarrollo del talento de quienes son actores del sistema financiero local.
- Realizar talleres de capacitación en la aplicación de programas para desarrollo del talento y la creatividad, que permitan conducir a la institución hacia procesos de evaluación que garanticen el cumplimiento de los objetivos, misión y visión institucional.

## **3. RESULTADO ESPERADO**

Que el 90 % de los servidores conozcan y compartan el proceso de atención al cliente en términos de equidad propiciados desde una comunicación asertiva y alternativa.

#### **4. EVALUACIÓN**

El proyecto será evaluado tomando en cuenta los siguientes aspectos:

- Grado de interés de los participantes.
- Fundamentos teóricos científicos relacionados con la temática.
- Metodología utilizada por parte de los capacitadores.
- Actualización científica.
- Grado de identificación en el proceso de aplicación de los eventos o programas.
- Cohesión entre el proceso administrativo y el quehacer financiero.

#### **5. PROCESO DE OPERATIVIZACIÓN**

- Revisión y análisis de la estructura organizativa y administrativa de la institución financiera.
- Análisis teórico-científica de la gestión institucional.
- Elaboración del Proyecto de Capacitación sobre Desarrollo del Talento y atención Estratégica.
- Conocimiento de la cohesión entre los diferentes componentes de la gestión administrativa relacionada con la atención al cliente.
- Elaboración de memorias, formularios, fichas de seguimiento y demás instrumentos
- Socialización.

## CONCLUSIONES

Contrastada la investigación dentro de un marco teórico científico se llega a las siguientes conclusiones:

- En la actualidad los mercados financieros de la banca privada no funcionan eficientemente, por los riesgos de producción y de precios, la información imperfecta y los costos de transacción son problemas subyacentes dominantes, especialmente para los sectores más vulnerables.
- Resulta indispensable contar con un sistema financiero nacional con capacidad para responder a los requerimientos del sector de consumidores en condiciones de montos y plazos que hagan posible el acceso al crédito y los servicios de fomento y promoción, en términos más amplios que aquéllos que plantea la liberalización financiera.
- Alcanzar una mayor eficiencia en la canalización de recursos financieros, para cuyo propósito será importante reducir y eliminar todo tipo de interferencias políticas o de otro carácter, a fin de impedir que los bancos suministren créditos y servicios que no resultan viables ni competitivos.
- Los Bancos deberán establecer políticas de tasas de interés que además de asegurar una gestión financiera sana, permitan una asignación eficiente de los recursos a los diversos clientes de mercado financiero.
- Al ser los usuarios los principales actores de la banca privada, estas deben enfocarse en los aspectos fundamentales e importantes desde las perspectivas de los clientes.

- En cuanto a la capacitación del personal, ésta debe ser continua capaz de responder eficazmente a los requerimientos planteados por los avances tecnológicos de los mercados financieros.
- Los accionistas de los bancos deben impulsar la promoción de los diferentes productos y servicios que ofertan con el fin de atraer el mayor número de clientes para fortalecer así el mercado financiero local además de fomentar fuentes de empleo.
- Optimizar la atención al cliente a través de la innovación en la calidad del servicio; con el fin de captar nuevos usuarios así como también la instalación de cajeros automáticos para la atención oportuna.
- Se debe mejorar la atención en ventanillas, donde deben atender personas con un alto nivel cultural y profesional. Así como también, ampliar el número de éstas para mejorar el servicio a las personas de la tercera edad y con capacidades diferentes.
- De acuerdo al crecimiento cuantitativo de usuarios se debe ampliar las instalaciones físicas del banco para de ésta manera dar mayor comodidad a los mismos.
- A pesar de que los porcentajes para el pago de tasas están dados por la Superintendencia de Bancos los clientes sugieren de que se debe reducir los intereses en créditos e incrementarse en cuentas de ahorro y depósitos a plazo fijo.

- Que los trámites para solicitar un crédito no sean tan rigurosos y los requisitos sean mínimos con el fin de reducir el tiempo y abaratar los costos.
- Que el monto de apertura de cuentas de ahorro no sea excesivo con la finalidad de dar oportunidad de que más personas accedan a la utilización de éste producto en la entidad de su preferencia.
- Se deben colocar buzones en lugares visibles y de fácil acceso para receptar las sugerencias, quejas y reclamos; que servirán para mejorar la atención tanto interna como externa de los productos y servicios que ofrecen las entidades.

## RECOMENDACIONES

- Suscribir convenios de capacitación en banca, finanzas, economía, relaciones laborales, alta gerencia de productividad y desarrollo, con Instituciones Públicas y Privadas del país y fuera de él.
- implementar pasantías bancarias a fin de interrelacionar una cultura bancaria al servicio del usuario y el cliente y, la consecuente práctica profesional.
- Que exista un mayor y mejor acercamiento entre accionistas, empleados y trabajadores a fin de mantener viva en sus mentes y corazones la misión y visión de la Institución que honra sus necesidades y que está en el mercado con un solo objetivo, servir a los demás.
- Los resultados de un mercado conjunto, en equipo, a través de una adecuada programación, organización y planificación, garantizará estabilidad de la institución al seno de la sociedad, los clientes son nuestros mandantes y sus anhelos nuestra prioridad.
- Los empleados y trabajadores de la banca, que luego de su evaluación hayan alcanzado altos estándares de calidad, servicios, responsabilidad, ética y con notoria vocación al trabajo, deben ser tomados en cuenta para una segunda capacitación con los gastos totalmente cubiertos por la Institución.
- La creatividad financiera nace de una sensibilidad a la realidad económica que vive el usuario y el cliente, debe ser estimuladas su confianza con productos y servicios que satisfagan sus intereses y garanticen su economía,

para ello es necesario acudir a la Superintendencia de Bancos con un plan específico y definido en relación a ésta prioridad.

- Finalmente, se recomienda la divulgación de ésta investigación a entidades involucradas en el sector financiero lo cual permitirá brindar alternativas de mejoramiento en cuanto a productos y servicios que oferta la banca privada de la ciudad de Loja.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Antoranz Pablo Martin, 1999. Marketing sin bla, bla, bla 2. Selección e investigación de mercados y consumidores, primera edición. Editorial Ciss S.A. Valencia.
- Assael Henry, 1998. Comportamiento del Consumidor, sexta edición. International Thomson Editores, México.
- Canessa Oneto Mario Jose,1999 La Banca del Ecuador: una explicación histórica, primera edición. Auspicio: Odebretch ESPOL, Guayaquil.
- Hawkings Del I, Best Roger J, Coney Kenneth A, 1997, Comportamiento del Consumidor, primera edición. McGraw-Hill/Hirwin, Colombia.
- Leroy Miller Roger, Pulsinelli Robert,1992. Moneda y Banca, segunda edición. Colombia.
- Paladines Lenin,2001 Legislación Monetaria y Bancaria, Loja.
- Paladines Lenin, 2004. Guía Didáctica de Legislación Monetaria y Bancaria. UTPL, Loja.
- Rivas Javier Alonso, 2000. Comportamiento del Consumidor, tercera edición. Esic Editorial, Madrid.
- Salomón Michael R, 1997. Comportamiento del Consumidor, tercera edición. Prentice . Hall Hispanoamericana S.A, México.

- Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador, Memoria 2009.
- Vilagines Josep Alet i, 2000. Marketing Relacional. Como obtener clientes leales y rentables, segunda edición. Ediciones Gestión S.A, España.
- Wayland Robert E, Cole Paul M, 1998. Cerca del Cliente, primera edición. Ediciones Deusto SA, España.
- [www.asobancos.org.ec](http://www.asobancos.org.ec)
- [www.superban.gov.ec](http://www.superban.gov.ec)
- [www.bce.gov.ec](http://www.bce.gov.ec)
- [www.monografias.com](http://www.monografias.com)
- [www.bancoguayaquil.com/](http://www.bancoguayaquil.com/)
- [bolivariano.com/](http://bolivariano.com/)
- [bancodelpichincha.com/](http://bancodelpichincha.com/)
- [bolivariano.com/](http://bolivariano.com/)
- [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)

**ANEXOS**

## ANEXO 1

### ***Glosario de Productos y Servicios Bancarios***

**Autobanco.-** Realice sus Depósitos y Retiros de hasta \$2.000,00 desde su vehículo, y disfrute de toda la comodidad, rapidez y seguridad con la mejor atención personalizada. Somos el único banco en Loja que le brinda este moderno servicio.

**Aval bancario.-** Mediante la emisión de una Letra de Cambio avalizada por el Banco le permitirá cumplir con cualquier obligación para con terceros. Una forma segura para el beneficiario de cubrir sus obligaciones. Los plazos y formas de pago de este producto se coordinaran con el beneficiario del aval.

**Banca celular.-** Ahora su celular le conecta a los servicios transaccionales que usted desee. La nueva Banca Celular le permitirá consultar saldos, mantener al día sus pagos y comunicarse con el mundo de la banca en el momento en que usted lo desee.

**Banca electrónica.-** La Banca Electrónica es un sistema de homebanking o información en línea que permite a los clientes del Banco realizar transacciones y acceder a diversa información a través de un computador personal, desde cualquier parte del mundo y a toda hora.

**Banca telefónica.-** Acceso las 24 horas al día, los 365 días del año, a un servicio que le permitirá tener a su alcance todos los servicios bancarios.

**Cajero automático.-** Terminal financiero de autoservicio diseñado para que los usuarios efectúen sus transacciones sobre sus cuentas de manera directa.

**Cartas de Crédito.-** Las cartas de crédito son instrumentos de pago que se utilizan en las operaciones comerciales para garantizar el cumplimiento de las obligaciones a proveedores y compradores.

**Cartas de crédito de importación.-** Producto que le facilitará con absoluta seguridad realizar sus compras, tanto de materia prima como de maquinaria y equipos, en el exterior. A través de nuestras líneas de Bancos corresponsales podemos brindar la apertura de Cartas de Crédito de Importación a cualquier parte del mundo.

Los pagos se realizarán una vez cumplidas todas las condiciones que se hayan pactado con el exportador. Las Cartas de Crédito de Importación podrían ser objeto de refinanciamiento local previo acuerdo con su oficial de crédito. Documentos habilitantes a presentar para la emisión de la carta de crédito de importación: DUI, Póliza de seguro, endoso a póliza de seguro de transporte, nota de pedido o factura proforma.

**Cartas de crédito de exportación.-** Crédito documentario que le permitirá financiar sus exportaciones a través del descuento de las mismas. Una vez confirmada la carta de crédito de exportación, financiamos el pre-embarque hasta el 80% del valor de la carta de crédito de exportación confirmada.

**Carta de crédito domestica.-** Es un instrumento o modalidad de pago a ser utilizada para atender una obligación producto de una transacción comercial dentro del territorio nacional, siendo éste un compromiso asumido por un Banco, actuando por cuenta del Comprador (Ordenante) o en su propio nombre, de pagar al beneficiario el importe indicado en los instrumentos de giro y/o documentos siempre y cuando se cumplan los términos y condiciones del crédito.

**Casa de valores.-** Es una compañía que tiene como objetivo la compra y venta de títulos en general a través de las Bolsas de Valores.

Según la Ley de Mercado de Valores del Ecuador una Casa de Valores está facultada para:

“ Operar en los mercados bursátil y extrabursátil a través de las Bolsas de Valores del país.

“ Administrar portafolios de valores o dineros de terceros para invertirlos en instrumentos del mercado.

“ Dar asesoría e información en materia de intermediación, de finanzas, de estructuración de portafolios de valores, adquisiciones, fusiones, escisiones u otras operaciones, además de promover fuentes de financiamiento, para personas naturales o jurídicas y entidades del sector público.

**Cash Management.-** Es un proceso que abarca la administración y óptimo control de los flujos de efectivo que ingresan y salen de las cuentas de la Empresa, permitiendo una correcta planificación financiera y un eficiente manejo de todos los procesos dentro de la cadena de valor de su organización.

**Casilleros de seguridad.-** Custodia de objetos de valor de forma segura y personal.

**Certificados de depósito.-** Un certificado de depósito o un CD, es un instrumento financiero en el que un cliente deposita dinero en una institución financiera por un período fijo de tiempo a un tipo de interés fijo. Este sitio servirá como una guía especializada en certificado de seguro o inversiones de depósito, la búsqueda de los mejores seguros y más altas tasas de CD para sus clientes.

**Cheque.-** Documento consistente en un mandato de pago que permite a su poseedor recibir una determinada cantidad de dinero contra los fondos que la persona que firma el cheque (librador) tiene en una entidad bancaria.

**Cheque certificado.-** Cheque de un cuentahabiente girado sobre un banco, en cuya cara el banco ha puesto la palabra "certificado" con la fecha y firma de un signatario autorizado por el banco. El cheque se convierte, entonces, en una obligación en el banco.

**Cheque de gerencia.-** Le ofrecemos la posibilidad de adquirir un cheque a favor de terceros girados desde nuestra cuenta corriente y pagadera en todo el País, el cual evita el traslado de sumas importantes de dinero dando seguridad al cliente, respaldo y garantía de pago para sus negocios.

**Cheque del exterior.-** Lleve el dinero para sus viajes de negocios en el exterior de manera segura, Banco de Loja le ofrece la emisión de un cheque a favor de terceros en el exterior a través de nuestras cuentas internacionales en CITIBANK y BANCO DEL PICHINCHA MIAMI, con la seguridad de aceptación en todos los países.

**Cobranza de importación y exportación.-** Manejo de cobranzas tanto de importación como de exportación, a través de Bancos corresponsales.

**Corresponsalía con el Banco Central del Ecuador.-** Aprobación inmediata de **Documentos Únicos de Importación (DUI)** y los **Formularios Únicos de Exportación (FUE)** para realización trámites de importación / exportación y registro como importadores o exportadores ante el Banco Central del Ecuador. Las entidades bancarias, públicas o privadas o sociedades financieras podrán solicitar al Banco Central la autorización para actuar como sus bancos o

sociedades financieras corresponsales en el país, para la recepción y aprobación de las declaraciones de importación y exportación y demás actividades que se detallan en este Reglamento.

**Crédito para capital de trabajo con fuente de repago.-** En función del endoso de sus cuentas por cobrar (facturas, letras de cambios, pagarés, redescuento de cartera, etc.) se otorga un crédito inmediato que permite tener liquidez necesaria para seguir manejando la operación.

**Credipyme.-** Crédito sencillo, estándar y de fácil acceso. Diseñado para satisfacer cualquier necesidad financiera de un negocio. Con tasas de interés fijas y diferentes plazos 12, 24 y 36 meses.

**Cuenta corriente.-** Es un contrato bancario donde el titular efectúa ingresos de fondos y la entidad. Con una cuenta corriente se puede disponer de los depósitos ingresados de forma inmediata a través de talonarios, cajeros automáticos o la ventanilla de la caja o banco.

**Cuenta de ahorros.-** Es un depósito ordinario a la vista, en la que los fondos depositados por el cuentahabiente tienen disponibilidad inmediata y le generan cierta rentabilidad o intereses durante un periodo determinado según el monto ahorrado.

Las condiciones de remuneración varían en función del producto concreto. Así, pueden existir cuentas de ahorro que abonen los intereses por ejemplo mensual, trimestral o anualmente. Igualmente, la remuneración puede ser lineal (mismo interés para cualquier saldo), por tramos de saldo o incluso en especie.

**Cuenta integración de capital.-** Para la constitución de su compañía el Banco le ofrece la Cuenta de Integración de Capital, la misma que se apertura con las

aportaciones de los socios o accionistas de acuerdo a la Ley permitiéndole a su empresa obtener así la personería jurídica

**Depósito a plazo.-** Son inversiones que generan un rendimiento sobre su dinero, de acuerdo al plazo mínimo de 30 días en adelante y a la tasa de interés fija pactada con su oficial de inversiones, quien le recomendará la mejor alternativa que se ajuste a sus necesidades.

**Deposito a plazo fijo.-** Es una operación financiera por la cual una entidad financiera, a cambio del mantenimiento de ciertos recursos monetarios inmovilizados un periodo de tiempo determinado, reporta una rentabilidad financiera fija o variable, en forma de dinero o en especie.

**Factoring.-** Operación financiera que consiste en que una empresa cede a otra empresa (empresa de factoring) créditos comerciales contra sus clientes, a fin de su gestión de cobro.

**Financiamiento Importación.-** Son préstamos con recursos del exterior, que permiten obtener liquidez para el pago de importaciones.

Estos financiamientos deben estar debidamente respaldados con documentación de embarque por igual valor o superior.

**Garantía aduanera.-** Es aquella que asegura a satisfacción de la aduana el cumplimiento de una obligación contraída con la misma. La garantía se denomina global cuando asegura el cumplimiento de las obligaciones resultantes de varias operaciones.

**Garantía bancaria.-** es un compromiso que asume el banco a favor de un tercero por cuenta y orden de un cliente para de esta manera brindarle seguridad en el cumplimiento de una transacción efectuada. Si el cliente incumple el contrato o las condiciones establecidas, el banco honrará el pago de este documento.

**Garantía mandataria.-** Este producto tiene como finalidad dar seguridad de pagos o respaldar los contratos de las empresas que realizan actividades comerciales internacionales.

**Giros y transferencias nacionales e internacionales.-** Envío de dinero o transferencia de fondos por medio de letras de cambio, cheques, pagarés u otros medios de pago.

**Inversión renta fija.-** Los instrumentos de inversión de renta fija son emisiones de deuda que realizan los estados y las empresas dirigidos a un amplio mercado. Generalmente son emitidos por los gobiernos y entes corporativos de gran capacidad financiera en cantidades definidas que conllevan una fecha de expiración.

La renta fija funciona exactamente igual que un préstamo bancario, pero tiene algunas particularidades:

- Los prestamistas son una gran cantidad de inversores, que se denominan *obligacionistas*.
- La deuda se representa mediante títulos valores negociables en el mercado de valores, por lo que el inversor puede acudir al mercado y vender su participación para recuperar su inversión rápidamente.

**Inversión renta variable.-** Los fondos de inversión de renta variable son aquellos que invierten la mayoría de su patrimonio en acciones de empresas cotizadas o no cotizadas.

Estos fondos dependen de la evolución de los mercados bursátiles, por lo que en determinados periodos pueden presentar una rentabilidad negativa.

Aunque hay diversos tipos de Fondos de renta variable, podemos decir, en general, que se trata de Fondos para inversores, tanto privados como institucionales, hechos normalmente a largo plazo, que apuestan por la bolsa, asumiendo su volatilidad y dispuestos a esperar, ya que no precisan liquidez a corto plazo. El gran potencial de la renta variable, está en las largas secuencias temporales que asumen sus inversiones.

**Leasing.-** Operación según la cual una compañía de leasing adquiere en propiedad el bien objeto del contrato de leasing, que cede a una empresa o particular (arrendatario) durante un tiempo convenido, a cambio de un precio distribuido en cuotas periódicas. En dicho contrato se prevé la opción de compra del bien por el arrendatario.

**Póliza de acumulación.-** Es la libranza o título que contiene una orden para percibir o cobrar alguna suma de dinero en un plazo más o menos corto, presentan las siguientes características: Son títulos de corto plazo, generan una renta fija, podrían ser nominativas a la orden o al portador.

En cuanto a la transferencia pueden ser nominativas en donde se transfieren mediante cesión, al portador que se transfieren con la entrega del título, y a la orden que se transfieren mediante endoso.

El objetivo de este título es incentivar al ahorro nacional, hacia actividades de corto plazo. Las pólizas de acumulación se negocian directamente entre los bancos e inversionistas; las negociaciones secundarias se realizan en las Bolsas de Valores.

**Recaudación de servicios básicos.-** Cancele a través de Banco de Loja todos los valores por consumo de servicios básicos de agua, luz y teléfono, únicamente suscríbese a nuestro servicio de débito directo a su cuenta.

El **sat, Sistema de Administración de Tesorería**, es una plataforma basada en internet que mediante métodos sencillos de suscripción, registro y validación de datos, permite realizar a su empresa, sea esta grande o pequeña, transacciones financieras con el Banco. Los requerimientos son ágilmente procesados a través de redes de comunicación, facilitando su gestión y permitiendo el ahorro de tiempo y esfuerzo de su empresa. El **sat** ha sido desarrollado con la más alta tecnología en términos de seguridad y rapidez en las transacciones. De esta manera otorgamos a nuestros clientes la satisfacción de realizar sus operaciones y transacciones con el mayor nivel de confidencialidad, desde un lugar tan seguro y cómodo como su propia empresa.

**Seguro de vida.-** Contrato en el que una entidad aseguradora se compromete, a cambio del cobro de una prima, a pagar una indemnización económica si el asegurado fallece o si sobrevive más allá de un período determinado

**Tarjeta de crédito.-** Tarjeta que tiene asignado un límite de crédito mensual, del cual se resta el importe de cada operación que se realiza con la tarjeta.

**Tarjeta de debito.-** Tarjeta que, al realizar una operación con ella, genera un cargo directo por el importe de la operación en el depósito de ahorro asociado a la tarjeta.

**Transferencias interbancarias.-** Traspaso de fondos ordenado por un cliente desde su cuenta a la de un beneficiario (en la misma u otra entidad bancaria). Esta operación comporta normalmente el cobro de una comisión por parte de la entidad.

## ANEXO 2



UNIVERSIDAD TÉCNICA  
PARTICULAR DE LOJA  
*La Universidad Católica de Loja*

### Escuela de Administración en Banca y Finanzas

Estimado usuario sírvase contestar el siguiente cuestionario, cuya finalidad es medir el comportamiento del cliente frente a la actuación de la banca privada de la ciudad de Loja. Seleccione su respuesta y márquela dentro del recuadro o paréntesis correspondiente.

#### A. DATOS INFORMATIVOS

SEXO: Hombre ( ) Mujer ( )

EDAD: a. De 18 a 31 años ( )  
b. De 32 a 45 años ( )  
c. De 46 a 59 años ( )  
d. Más de 60 años ( )

OCUPACION: \_\_\_\_\_

#### B. DIAGNOSTICO DEL SISTEMA BANCARIO

1. ¿De qué bancos privados de la ciudad es usted cliente?

- A. Austro ( )
- B. Bolivariano ( )
- C. Guayaquil ( )
- D. Loja ( )
- E. Machala ( )
- F. Pichincha ( )
- G. Produbanco ( )
- H. Procredit ( )
- I. Unibanco ( )

2. ¿Cuánto tiempo lleva utilizando sus servicios?

Tiempo	Banco
a. Más de 6 años	
b. Entre 4 y 6	
c. Entre 2 y 4	
d. Entre 1 y 2	
e. Menos de 1 año	

3. ¿Qué servicios y productos bancarios maneja usted con mayor frecuencia?

Productos y Servicios	Banco
a. Cuentas de ahorros	
b. Depositos a Plazo fijo	
c. Cuentas corrientes	

d. Créditos	
e. Tarjetas de crédito	
f. Tarjeta de debito	
g. Pólizas de acumulación	
h. Giros	
i. Pago impuesto al SRI	
j. Pago de aportes patronales IESS	
k. Pago de servicios básicos	
l. Otros (especifique)	

**4. ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios bancarios? Marque en el cuadro la inicial que corresponda con el banco del cual es cliente.**

A. Austro      B. Bolivariano      C. Guayaquil      D. Loja      E. Machala      F. Pichincha      G. Prodebanco  
H. Procredit      I. Unibanco

	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l
Diariamente												
Semanalmente												
Quincenalmente												
Mensualmente												
Trimestralmente												

**C. PROCESOS INTERNOS**

**5. De la siguiente lista de atributos califique cada uno de ellos con los parámetros que a continuación se detallan:**

E = Excelente  
R = Regular  
D = Deficiente

De donde: Cta.C/A=Cuenta Corriente o Ahorro      Tarj. C/D=Tarjeta de Crédito y Debito

PROCESOS INTERNOS	BANCO ò ò ò ò ò .		
	Cta. C/A	Tarj. C/D	Créditos
a. Fiabilidad en los pagos			
b. Información de costos			
c. Facilidad y tiempo de espera para tramites			
e. Funcionamiento del sistema tecnológico			
f. Publicidad pertinente			
h. Adecuado numero de agencias, ventanillas y cajeros automáticos			
i. Horarios de atención favorables			
j. Atención a reclamaciones			
k. Claridad al ofrecer productos y servicios			

**D. ATENCION Y ENTORNO**

**6. Por favor, marque con los siguientes signos su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones, respecto del servicio prestado por los funcionarios del banco.**

+ De acuerdo  
- En desacuerdo  
x No lo recuerda

