



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA

“Preferencias en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones del sistema financiero regulado ecuatoriano. Año 2010”. Plaza. Tena.

TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORES:

Rojas Paz María Geoconda

Caicedo González Andrea Carolina

DIRECTORA:

Ing. Ruth Alexandra Encarnación Esparza

CENTRO UNIVERSITARIO AMBATO

2012

CERTIFICACIÓN

Yo, Ing. Ruth Alexandra Encarnación Esparza

DOCENTE DE LA ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS

CERTIFICA:

Que el presente trabajo realizado por los estudiantes María Geoconda Rojas Paz y Andrea Carolina Caicedo González, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

Loja, Mayo del 2011

.....
Ing. Ruth Alexandra Encarnación Esparza

DIRECTORA

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, María Geoconda Rojas Paz y Andrea Carolina Caicedo González declaramos ser autoras 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: “Forman 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”.

.....
María Geoconda Rojas Paz

.....
Andrea Carolina Caicedo González

AUTORÍA

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

.....
María Geoconda Rojas Paz

.....
Andrea Carolina Caicedo González

DEDICATORIA

Le dedico a Dios nuestro Señor, a mi madre que me han sabido guiar con sus sabios consejos; a mi esposo e hijos que son mi alegría, mi sueño, mi esperanza, mi mundo, y a mis familiares por sus sabios consejos que han sido la guía de mí ser.

María Geoconda Rojas Paz

Con especial cariño, dedico este trabajo a mi esposo y a mis hijos que simbolizan mi vector de vida.

Andrea Carolina Caicedo González

AGRADECIMIENTO

Primeramente agradecemos a Dios, por la oportunidad de vivir y servir.

A la Universidad Técnica Particular de Loja, por abrirnos sus puertas y darnos la oportunidad de estudiar bajo la modalidad a distancia y enriquecerme de conocimientos.

A nuestros maestros que a lo largo de nuestras carreras nos supieron dirigir y guiar para llegar a culminar con éxito nuestra carrera Universitaria.

Finalmente agradecemos a nuestra directora de tesis, ya que sin sus indicaciones nos hubiera sido imposible culminar con éxito el presente trabajo

Las Autoras

INDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN.....	II
CESIÓN DE DERECHOS.....	III
AUTORÍA.....	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
RESUMEN EJECUTIVO.....	XIII
CAPITULO I: El sistema financiero ecuatoriano: Breve descripción y caracterización	
Introducción.....	1
1.1. Ley general de instituciones financieras.....	2
1.1.1. Definición.....	2
1.1.2. Órganos rectores del sistema financiero.....	3
1.1.3. Alcance y regulaciones.....	6
1.2. Estructura del sistema financiero ecuatoriano.....	6
1.2.1. Banca Privada.....	7
1.2.1.1. Definiciones básicas.....	7
1.2.1.2. Caracterización de la banca ecuatoriana.....	8
1.2.1.3. Productos y servicios financieros.....	9
1.2.2. Cooperativismo.....	13
1.2.2.1. Definiciones básicas.....	13
1.2.2.2. Cooperativismo en el Ecuador.....	14
1.2.2.3. Productos y servicios.....	15
1.2.3. El Mutualismo.....	16
1.2.3.1. Definiciones básicas.....	16
1.2.3.2. El Mutualismo en el Ecuador.....	16
1.2.3.3. Productos y servicios.....	17
1.2.4. La banca pública.....	18
1.2.4.1. Definiciones básicas.....	18
1.2.4.2. La banca pública en el Ecuador.....	18
1.2.4.3. Productos y servicios.....	20
1.3. Tendencias actuales de productos y servicios financieros.....	20
1.3.1. La importancia de la Web 2.0 y la tecnología en los productos y servicios financieros.....	20
1.3.2. Canales de provisión de servicios financieros.....	23
1.3.3. Los retos futuros de los productos y servicios financieros en el ecuador....	23
CAPITULO II: Análisis situacional del sistema financiero ecuatoriano. Una perspectiva desde la oferta por plaza.....	25
Introducción.....	25
2.1. El sistema financiero local.....	26
2.2. Evolutivo de captaciones.....	29
2.2.1. Por tipo de depósito.....	35
2.2.2. Profundización financiera de depósitos.....	38
2.3. Evolutivo de colocaciones.....	41
2.3.1. Por tipo de cartera.....	44
2.3.2. Profundización de la cartera de créditos.....	45
2.4. Productos y servicios financieros. Tipos y costos.....	47

CAPITULO III: Acceso y preferencia de productos y servicios financieros. Una perspectiva desde la demanda.....	57
Introducción.....	57
3.1. Factores que influyen en la preferencia de productos y servicios financieros...	70
3.1.1. Estudio comparativo entre tipos de IFIS.....	89
3.1.2. Estudio comparativo entre productos y servicios.....	92
3.2. La Comunicación con el cliente y servicio al cliente.....	97
3.2.1. Comunicación con el cliente.....	100
3.2.2. Servicio al cliente.....	114
Conclusiones.....	120
Recomendaciones.....	121
Bibliografía.....	122
Anexos.....	123

ÍNDICE DE CUADROS GRÁFICOS Y TABLAS

CUADROS:

Cuadro N° 1. Bancarización por Subsistemas.....	28
Cuadro N° 2. Bancarización por Cuentas.....	29
Cuadro N° 3. Número de clientes de depósito por cuenta.....	30
Cuadro N° 4. Clientes por subsistemas y cuentas.....	30
Cuadro N° 5. Bancarización por Cuentas.....	31
Cuadro N° 6. Bancarización por subsistemas y cuentas.....	32
Cuadro N° 7. Número de clientes por regiones.....	33
Cuadro N° 8. Bancarización por regiones.....	33
Cuadro N° 9. Bancarización por regiones y cuentas.....	35
Cuadro N° 10. Depósito por subsistemas.....	39
Cuadro N° 11. Profundización Financiera de depósitos.....	39
Cuadro N° 12. Monto de depósito por regiones.....	40
Cuadro N° 13. Depósito por regiones.....	41
Cuadro N° 14. Reporte gerencial y tipo de cartera año 2009.....	44
Cuadro N° 15. Reporte gerencial y tipo de cartera año 2010.....	44
Cuadro N° 16. Reporte gerencial y tipo de cartera año 2011.....	45
Cuadro N° 17. Cartera por subsistemas (miles)	46
Cuadro N° 17.1 Productos financieros.....	47
Cuadro N° 17.2 Servicios con tarifas máximas.....	54
Cuadro N° 17.3 Servicios con tarifas máximas-cuenta básica.....	54
Cuadro N° 17.4 Tarifas porcentuales de afiliación a establecimientos comerciales....	55
Cuadro N° 17.5 Servicio de afiliación y renovación de tarjetas de crédito.....	55
Cuadro N° 17.6 Servicios y transacciones básicas gratuitas.....	55

GRÁFICOS:

Gráfico N° 1. Bancarización por Subsistemas.....	28
Gráfico N° 2. Depósitos de ahorro.....	36
Gráfico N° 3. Depósitos monetarios.....	37
Gráfico N° 4. Depósitos monetarios a plazos.....	38
Gráfico N° 5. Cartera Bruta.....	43
Gráfico N° 6. Colocaciones por tipo de crédito.....	43
Gráfico N° 7. Provincia.....	58
Gráfico N° 8. Edad.....	59
Gráfico N° 9. Sexo.....	60
Gráfico N° 10. Nivel de Instrucción.....	60
Gráfico N° 11. Situación laboral actual.....	61
Gráfico N° 12. Disponibilidad de cuenta de correo electrónico.....	62
Gráfico N° 13. Razones para tener correo electrónico.....	63
Gráfico N° 14. Actualmente es parte de una red social.....	64
Gráfico N° 15. Razón mas importante para tener una red social.....	64
Gráfico N° 16. Es cliente de una institución financiera regulada.....	65
Gráfico N° 17. Es cliente de la banca privada.....	66
Gráfico N° 18. Orden y preferencia de bancos privados Opción 1.....	66
Gráfico N° 19. Orden y preferencia de bancos privados.....	67
Gráfico N° 20. Es cliente de una Cooperativa Regulada.....	68
Gráfico N° 21. Nombre de la Cooperativa regulada de la cual es cliente. Opción 1....	69
Gráfico N° 22. Nombre de la Cooperativa regulada de la cual es cliente. Opción 2....	69
Gráfico N° 23. Producto financiero de mayor preferencia en la cooperativa. Op. 1....	71

Gráfico N°24. Producto financiero de mayor preferencia en la cooperativa. Op. 2....	72
Gráfico N°25. Servicio financiero de mayor preferencia Opc. 1.....	73
Gráfico N°26. Servicio financiero de mayor preferencia Opc. 2.....	74
Gráfico N°27. Primera razón para ser cliente del banco Opción 1.....	74
Gráfico N°28. Segunda razón para ser cliente del banco Opción 1.....	75
Gráfico N°29. Tercera razón para ser cliente del banco Opción 1.....	76
Gráfico N°30. Primera razón para ser cliente del banco Opción 2.....	77
Gráfico N°31. Segunda razón para ser cliente del banco Opción 2.....	78
Gráfico N°32. Tercera razón para ser cliente del banco Opción 2.....	78
Gráfico N°33. Tiempo que es cliente del banco Opc. 1.....	79
Gráfico N°34. Tiempo que es cliente del banco Opc. 2.....	80
Gráfico N°35. Producto financiero de mayor preferencia en la Cooperativa Opc. 1..	80
Gráfico N°36. Producto financiero de mayor preferencia en la Cooperativa Opc. 2..	81
Gráfico N°37. Servicio financiero de mayor preferencia en la Cooperativa Opc. 1..	82
Gráfico N°38. Servicio financiero de mayor preferencia en la Cooperativa Opc. 2...	82
Gráfico N°39. Razones para ser cliente de la Cooperativa Primera Opc.1.....	83
Gráfico N°40. Razones para ser cliente de la Cooperativa Segunda Opc.1.....	84
Gráfico N°41. Razones para ser cliente de la Cooperativa Tercera Opc.1.....	85
Gráfico N°42. Razones para ser cliente de la Cooperativa Primera Opc.2.....	86
Gráfico N°43. Razones para ser cliente de la Cooperativa Segunda Opc.2.....	87
Gráfico N°44. Razones para ser cliente de la Cooperativa Tercera Opc.2.....	87
Gráfico N°45. Tiempo en la que es cliente de la Cooperativa Opc. 1.....	88
Gráfico N°46. Tiempo en la que es cliente de la Cooperativa Opc. 1.....	89
Gráfico N°47. Primera mejora que le gustaría que se implementen Opc. 1.....	93
Gráfico N°48. Segunda mejora que le gustaría que se implementen Opc. 1.....	94
Gráfico N°49. Tercera mejora que le gustaría que se implementen Opc. 1.....	95
Gráfico N°50. Primera mejora que le gustaría que se implementen Opc. 2.....	96
Gráfico N°51. Segunda mejora que le gustaría que se implementen Opc. 2.....	96
Gráfico N°52. Tercera mejora que le gustaría que se implementen Opc. 2.....	97
Gráfico N°53. Valoración del Servicio al cliente de la Cooperativa por los productos y servicios financieros Opc. 1.....	99
Gráfico N°54. Valoración del Servicio al cliente de la Cooperativa por los productos y servicios financieros Opc. 2.....	100
Gráfico N°55. Primer canal de comunicación que el banco mantiene Opc. 1.....	101
Gráfico N°56. Segundo canal de comunicación que el banco mantiene Opc. 1.....	102
Gráfico N°57. Tercer canal de comunicación que el banco mantiene Opc. 1.....	103
Gráfico N°58. Primer canal de comunicación que el banco mantiene Opc. 2.....	103
Gráfico N°59. Segundo canal de comunicación que el banco mantiene Opc. 2.....	104
Gráfico N°60. Tercer canal de comunicación que el banco mantiene Opc. 2.....	105
Gráfico N°61. Principales canales de comunicación. Primer canal Op. 1.....	105
Gráfico N°62. Principales canales de comunicación. Segundo canal Op. 1.....	106
Gráfico N°63. Principales canales de comunicación. Tercer canal Op. 1.....	107
Gráfico N°64. Principales canales de comunicación. Primer canal Op. 2.....	108
Gráfico N°65. Principales canales de comunicación. Segundo canal Op. 2.....	108
Gráfico N°66. Principales canales de comunicación. Tercer canal Op. 2.....	109
Gráfico N°67. Mejoras que le gustaría recibir. Primera. Opción 1.....	110
Gráfico N°68. Mejoras que le gustaría recibir. Segunda. Opción 1.....	111
Gráfico N°69. Mejoras que le gustaría recibir. Tercera. Opción 1.....	112
Gráfico N°70. Mejoras que le gustaría recibir. Primera. Opción 2.....	112
Gráfico N°71. Mejoras que le gustaría recibir. Segunda. Opción 2.....	113
Gráfico N°72. Mejoras que le gustaría recibir. Tercera. Opción 2.....	114

Gráfico N°73. Valoración del servicio al cliente Opc. 1.....	116
Gráfico N°74. Valoración del servicio al cliente Opc. 1.....	117
TABLAS:	
Tabla N°1. Capital de provincia.....	58
Tabla N°2. Edad.....	59
Tabla N°3. Género.....	59
Tabla N°4. Nivel de instrucción.....	60
Tabla N°5. Situación laboral actual.....	61
Tabla N°6. Disponibilidad de cuenta de correo electrónico.....	62
Tabla N°7. Razones para tener correo electrónico.....	62
Tabla N°8. Actualmente es parte de una red social.....	63
Tabla N°9. Razón mas importante para tener una red social.....	64
Tabla N°10 Es cliente de una institución financiera regulada.....	65
Tabla N°11 Es cliente de la banca privada.....	65
Tabla N°12 Orden y preferencia de bancos privados Opción 1.....	66
Tabla N°13 Orden y preferencia de bancos privados.....	67
Tabla N°14 Es cliente de una Cooperativa regulada.....	68
Tabla N°15 Nombre de la Cooperativa regulada de la cual es cliente Opción 1.....	68
Tabla N°16 Nombre de la Cooperativa regulada de la cual es cliente Opción 2.....	69
Tabla N°17 Producto financiero de mayor preferencia Opción 1.....	71
Tabla N°18 Producto financiero de mayor preferencia Opción 2.....	71
Tabla N°19 Servicio financiero de mayor preferencia Opción 1.....	72
Tabla N°20 Servicio financiero de mayor preferencia Opción 2.....	73
Tabla N°21 Primera razón para ser cliente del banco Opción 1.....	74
Tabla N°22 Segunda razón para ser cliente del banco Opción 1.....	75
Tabla N°23 Tercera razón para ser cliente del banco Opción 1.....	76
Tabla N°24 Primera razón para ser cliente del banco Opción 2.....	77
Tabla N°25 Segunda razón para ser cliente del banco Opción 2.....	77
Tabla N°26 Tercera razón para ser cliente del banco Opción 2.....	78
Tabla N°27 Tiempo que es cliente del banco Opción 1.....	79
Tabla N°28 Tiempo que es cliente del banco Opción 2.....	79
Tabla N°29 Producto financiero de mayor preferencia en la Cooperativa Opción 1....	80
Tabla N°30 Producto financiero de mayor preferencia en la Cooperativa Opción 2...	81
Tabla N°31 Servicio financiero de mayor preferencia en la Cooperativa Opción 1...	81
Tabla N°32 Servicio financiero de mayor preferencia en la Cooperativa Opción 2...	82
Tabla N°33 Razones para ser cliente de la Cooperativa primera Opción 1.....	83
Tabla N°34 Razones para ser cliente de la Cooperativa segunda Opción 1.....	84
Tabla N°35 Razones para ser cliente de la Cooperativa tercera Opción 1.....	85
Tabla N°36 Razones para ser cliente de la Cooperativa primera Opción 2.....	86
Tabla N°37 Razones para ser cliente de la Cooperativa segunda Opción 2.....	86
Tabla N°38 Razones para ser cliente de la Cooperativa tercera Opción 2.....	87
Tabla N°39 Tiempo en la que es cliente de la Cooperativa Opción 1.....	88
Tabla N°40 Tiempo en la que es cliente de la Cooperativa Opción 2.....	88
Tabla N°41 Primera mejora que le gustaría que se implementen Opción 1.....	93
Tabla N°42 Segunda mejora que le gustaría que se implementen Opción 1.....	94
Tabla N°43 Tercera mejora que le gustaría que se implementen Opción 1.....	95
Tabla N°44 Primera mejora que le gustaría que se implementen Opción 2.....	95
Tabla N°45 Segunda mejora que le gustaría que se implementen Opción 2.....	96
Tabla N°46 Tercera mejora que le gustaría que se implementen Opción 2.....	97
Tabla N°47 Valoración del servicio al cliente de la cooperativa por los productos y servicios financieros. Opción 1.....	99

Tabla N°48 Valoración del servicio al cliente de la cooperativa por los productos y servicios financieros. Opción 2.....	100
Tabla N°49 Primer canal de comunicación que el banco mantiene Opción 1.....	101
Tabla N°50 Segundo canal de comunicación que el banco mantiene Opción 1.....	102
Tabla N°51 Tercer canal de comunicación que el banco mantiene Opción 1.....	102
Tabla N°52 Primer canal de comunicación que el banco mantiene Opción 2.....	103
Tabla N°53 Segundo canal de comunicación que el banco mantiene Opción 2.....	104
Tabla N°54 Tercer canal de comunicación que el banco mantiene Opción 2.....	104
Tabla N°55 Principales canales de comunicación. Primer canal Op. 1.....	105
Tabla N°56 Principales canales de comunicación. Segundo canal Op. 1.....	106
Tabla N°57 Principales canales de comunicación. Tercer canal Op. 1.....	107
Tabla N°58 Principales canales de comunicación. Primero canal Op. 2.....	107
Tabla N°59 Principales canales de comunicación. Segundo canal Op. 2.....	108
Tabla N°60 Principales canales de comunicación. Tercer canal Op. 2.....	109
Tabla N°61 Mejoras que le gustaría recibir. Primera. Opción 1.....	109
Tabla N°62 Mejoras que le gustaría recibir. Segunda. Opción 1.....	110
Tabla N°63 Mejoras que le gustaría recibir. Tercera. Opción 1.....	111
Tabla N°64 Mejoras que le gustaría recibir. Primera. Opción 2.....	112
Tabla N°65 Mejoras que le gustaría recibir. Segunda. Opción 2.....	113
Tabla N°66 Mejoras que le gustaría recibir. Tercera. Opción 2.....	113
Tabla N°67 Valoración del servicio al cliente Opción 1.....	116
Tabla N°68 Valoración del servicio al cliente Opción 2.....	117

RESUMEN EJECUTIVO

La Banca ecuatoriana ha sufrido varios cambios a lo largo de los años que le han afectado de manera negativa y también positiva como: la crisis bancaria de 1999, la dolarización y la implementación de nuevas tecnologías y servicios, por ello la presente investigación se propone determinar la preferencia en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones el sistema financiero regulado ecuatoriano durante el año 2010, en el Tena, para ello hemos visto conveniente estudiar un primer capítulo que analice al sistema financiero ecuatoriano, realizando una breve descripción y caracterización de sector.

También se analiza en el segundo capítulo la situación del sistema financiero ecuatoriano desde el punto de vista de la oferta, analizando su sistema local, sus captaciones, tipo de cartera, sus productos y servicios financieros, caracterizado por sus tipos y costos.

Y finalmente en el tercer capítulo se investiga el acceso y preferencia de productos y servicios financieros desde el punto de vista de la demanda, considerando los factores que influyen en la preferencia, un estudio comparativo la comunicación y el servicio al cliente.

CAPITULO I: El sistema financiero ecuatoriano: Breve descripción y caracterización

Introducción.

El sistema financiero está formado por entidades públicas y privadas encargadas de ofertar servicios financieros a sus clientes y socios, estos servicios se encuentran regulados, y se le considera como el motor de la economía de un país.

“El sistema financiero es considerado como uno de los factores más importantes dentro de la economía de un país, ya que permite canalizar el ahorro hacia la inversión, jugando de esta forma un papel trascendental en la vida económica y productiva del sector, ya que se ha convertido en el pilar fundamental para la generación de riqueza, razón por la cual los entes económicos se han apoyado en las diversas instituciones financieras para la obtención de capital de trabajo, expansión productiva e infraestructura”¹.

“Según el criterio de de varios autores como Mc Kinnon (1973), Shaw (1973), Pagano (1993), entre otros, el desarrollo del sistema financiero está íntimamente relacionado con el crecimiento económico. Por definición, el sistema financiero nace con el objeto de facilitar la intermediación financiera entre los diferentes agentes económicos en una sociedad. De manera más amplia, el sistema financiero nace como una estructura formal para reducir los costos de adquirir información, hacer cumplir los contratos y llevar a cabo transacciones generan incentivos para el surgimiento de mercados, intermediarios y contratos financieros, es decir que surgen con el propósito de reducir los costos y minimizar las fricciones y asimetrías que existen en los mercados. El modo en que estos problemas se resuelven influye en las decisiones de ahorro e inversión, y afectan a la asignación de recursos de las economías y al crecimiento económico”².

En el sistema financiero existen varias instituciones financieras como bancos, mutualistas, y cooperativas de ahorro y crédito, que aparecieron en el mundo hace

¹ [En línea]. Disponible en: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/86/6/CAPITULO%20I.pdf> [Consulta 15 de Octubre 2011]

² [En línea]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos72/crecimiento-economico-sistema-financiero/crecimiento-economico-sistema-financiero.shtml> [Consulta 15 de Octubre 2011]

más de siglo y medio dando sus inicios en Europa, desde entonces el sistema cooperativo se ha ido convirtiendo en instituciones fuertes y solidas en el mercado financiero ya que mediante su aporte permite el crecimiento sostenido de los países ya que su finalidad es planificar y realizar actividades de trabajo en beneficio social o colectivo.

También se puede decir que el sistema financiero es un ente que permite captar unidades excedentarias de liquidez y por otra parte unidades económicas deficitarias de liquidez, para canalizar el ahorro hacia la inversión. En definitiva el sistema financiero ecuatoriano es aquel que está constituido por un conjunto de principios y normas jurídicas que se basan en un instrumento y documentos especiales que nos permiten canalizar el ahorro y la inversión de los diferentes sectores hacia otros que lo necesitan y esto conlleva al apoyo y desarrollo de la economía.

Entre las principales instituciones que están dentro del sistema financiero ecuatoriano son los siguientes:

- Bancos privados y públicos
- Cooperativas de ahorro y crédito
- Mutualistas
- Casas de cambio
- Sociedades financieras
- Compañías de servicios

Estas instituciones que forman el sistema financiero del Ecuador se caracterizan por ser las encargadas de la intermediación financiera entre el público y la entidad, captando recursos del público a través del ahorro, para luego utilizar dichas captaciones en operaciones de crédito e inversión.

1.1. Ley general de instituciones financieras

1.1.1. Definición

De acuerdo a la Codificación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, en su artículo 1 dice: “Esta Ley regula la creación, organización,

actividades, funcionamiento y extinción de las instituciones del sistema financiero privado, así como la organización y funciones de la Superintendencia de Bancos y Seguros, en la órbita de su competencia, entidad encargada de la supervisión y control del sistema financiero, en todo lo cual se tiene presente la protección de los intereses del público. En el texto de esta Ley la Superintendencia de Bancos y Seguros, en la órbita de su competencia se llamará abreviadamente "la Superintendencia".

Las instituciones financieras públicas, las compañías de seguros y de reaseguros se rigen por sus propias leyes en lo relativo a su creación, actividades, funcionamiento y organización. Se someterán a esta Ley en lo relacionado a la aplicación de normas de solvencia y prudencia financiera y al control y vigilancia que realizará la Superintendencia dentro del marco legal que regula a estas instituciones en todo cuanto fuere aplicable según su naturaleza jurídica. La Superintendencia aplicará las normas que esta Ley contiene sobre la liquidación forzosa, cuando existan causales que así lo ameriten.

Son instituciones financieras privadas:

- a) Bancos
- b) Sociedades financieras
- c) Asociaciones Mutualistas de Ahorro y Crédito para la vivienda; y
- d) Cooperativas de Ahorro y Crédito que realizan intermediación financiera con el público

1.1.2. Órganos rectores del sistema financiero

“El Banco Central del Ecuador permite promover y coadyuvar a la estabilidad económica del país, tendiente a su desarrollo, para lo cual deberá: realizar el seguimiento del programa macroeconómico; contribuir en el diseño de políticas y estrategias para el desarrollo de la nación; y, ejecutar el régimen monetario de la República, que involucra administrar el sistema de pagos, invertir la reserva de libre disponibilidad y, actuar como depositario de los fondos públicos y como agente fiscal y financiero del Estado.

OBJETIVOS PRINCIPALES:

- a) Procurar la estabilidad macroeconómica;
- b) Participar en la elaboración del programa macroeconómico y efectuar su seguimiento;
- c) Definir los objetivos de crecimiento y desarrollo económico de largo plazo del país;
- d) Administrar la Reserva Monetaria de Libre Disponibilidad;
- e) Promover el buen funcionamiento del sistema de pagos;
- f) Actuar como depositario oficial y agente financiero del Estado;
- g) Proveer el servicio de Entidad de Certificación de Información y servicios relacionados.
- h) Preservar el patrimonio cultural del país; y,
- i) Desarrollar programas de beneficio social marginal.

ESTRUCTURA BÁSICA:

El Banco Central del Ecuador, para el cumplimiento de su objetivo y responsabilidades, está integrado por los siguientes procesos:

PROCESOS GOBERNADORES

- Directorio
- Gerencia General
- Subgerencia General
- Gerencia Sucursal Mayor Guayaquil
- Gerencia Sucursal Cuenca³.

Junta Bancaria: “conformada por cinco miembros: el Superintendente de Bancos y Seguros, en la órbita de su competencia, quien la presidirá; el Gerente General del Banco Central del Ecuador; dos miembros con sus respectivos alternos, que serán designados por el Presidente Constitucional de la República; y un quinto miembro, y su alterno, que serán designados por los cuatro restantes, los miembros de la Junta Bancaria no desempeñarán otra función pública. El Superintendente de Bancos y Seguros, en la órbita de su competencia, tendrá como alterno a la persona que le subrogue en el ejercicio de sus respectivas funciones.

³ [En línea]. Disponible en: <http://www.bce.fin.ec/contenido.php?CNT=ARB0000002> [Consulta 16 de Octubre 2011]

Los miembros de la Junta Bancaria deberán ser ecuatorianos, tener título universitario otorgado en el país o en el extranjero o ser de reconocida experiencia en el campo del derecho financiero, de la economía, las finanzas o la práctica bancaria.

Los miembros de la Junta Bancaria y sus alternos, distintos del Superintendente de Bancos y Seguros, en la órbita de su competencia, y del Gerente General del Banco Central del Ecuador, durarán seis años en sus funciones. Los miembros designados por el Presidente Constitucional de la República, sólo podrán ser removidos por éste mediante decreto y por las causales por las que puede ser removido el Superintendente.

Los miembros de la Junta Bancaria tendrán las mismas incompatibilidades que el Superintendente, pero podrán desempeñar labores remuneradas, excepto en las instituciones controladas por la Superintendencia, previa su posesión deben declarar bajo juramento no hallarse incursos en ninguna incompatibilidad.

Son atribuciones de la Junta Bancaria las siguientes:

- a) Formular la política de control y supervisión del sistema financiero, aprobar las modificaciones del nivel requerido de patrimonio técnico y las ponderaciones de los activos de riesgo y pronunciarse sobre el establecimiento y liquidación de las instituciones financieras, así como de la remoción de sus administradores;
- b) Resolver los casos no consultados en esta ley, así como las dudas en cuanto al carácter bancario y financiero de las operaciones y actividades que realicen las instituciones financieras y dictar las resoluciones de carácter general para la aplicación de esta ley;
- c) Determinar las operaciones y servicios no señalados expresamente en esta ley que sean compatibles con las actividades de las instituciones financieras;
- d) Resolver los recursos de revisión de orden administrativo planteados ante este órgano;
- e) Aprobar el presupuesto y la escala de remuneraciones del personal de la Superintendencia; y,

f) Conocer la memoria que elabore el Superintendente en forma previa a su remisión al Congreso Nacional

Estos órganos rectores de cada uno de los sistemas establecerán unidades centrales de trabajo, encargadas de investigar, proyectar y preparar las normas secundarias de carácter general que deben cumplirse en cada sistema.

Además de ello existen las Superintendencias que son organismos técnicos de vigilancia, auditoria, intervención y control de las actividades económicas, sociales y ambientales y de los servicios que prestan las entidades públicas y privadas con el propósito de que estas actividades y servicios se sujeten al ordenamiento jurídico y atiendan al interés general”⁴.

1.1.3. Alcance y regulaciones

Todos los sistemas financieros están sujetos a regulación y supervisión, con el fin de alcanzar objetivos tales como:

- Lograr la estabilidad del sistema financiero como tal, permitiendo regular el mercado con el objeto de vigilar la solvencia de las entidades que conforman el sistema
- Proteger a los consumidores de los servicios financieros con el fin de lograr operaciones garantizadas

1.2. Estructura del sistema financiero ecuatoriano

La estructura del Sistema Financiero Ecuatoriano se basa en el régimen designado por el Banco Central, en donde intervienen varios organismos autónomos reguladores, como el Directorio del Banco Central, organismo autónomo y supervisado por el estado ecuatoriano, también se encuentra la Superintendencia de Bancos, entidad autónoma encargada de controlar y supervisar las funciones de varias instituciones financieras, y finalmente se encuentran entidades financieras públicas y privadas.

⁴ [En línea]. Disponible en: http://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-mla-law-finance.html [Consulta 19 de Octubre 2011]

1.2.1. Banca Privada

1.2.1.1. Definiciones básicas

Los bancos son instituciones financieras encargadas de realizar intermediación financiera entre los diferentes sectores, por lo tanto están facultadas para recibir depósitos de las personas que poseen suficientes recursos económicos, y luego otorgar créditos a sectores que les hace falta, además están obligados a mantener reservas, con la finalidad de contar con activos disponibles en beneficio de los depositantes.

Este tipo de instituciones se encuentran clasificadas en dos grandes grupos que son los siguientes:

- Bancos Públicos y Privados

Bancos Públicos: La Banca Pública es una entidad financiera cuyo accionista es el Estado, dentro de nuestro país se han constituido las siguientes instituciones: El Banco Central del Ecuador, El Banco Nacional del Fomento, El Banco Ecuatoriano de la Vivienda, las cuales tienen un sinnúmero de funciones que realizar y llevar a cabo dentro de nuestra economía, como el de controlar y aplicar la política monetaria, y en el caso del BNF su principal función es estimular y acelerar el desarrollo socioeconómico del país mediante una amplia y adecuada intermediación para mejorar las condiciones de vida de la población más vulnerable.

Bancos Privados: Los Bancos Privados son aquellos que conforman el subconjunto más importante del sistema financiero privado nacional, estas instituciones están encargadas de captar recursos de capital de un sector que tiene déficit, para luego transferirlo a un sector productivo, es decir transfieren valores que han sido depositados por personas que no lo necesitan por el momento, a otra parte de la sociedad que necesita de esos recursos económicos para iniciar una actividad económicamente productiva. Entre los principales bancos tenemos: Banco Solidario, Banco Produbanco, Banco del Pichincha, Banco Promerica, Banco Internacional, Banco Amazonas, Banco Procredit , Banco Nacional de Fomento, Banco de Guayaquil, Banco General Rumiñahui, Banco del Pacífico, Banco de Loja, Banco del Austro, Banco Bolivariano, Banco de Machala

Bancos Mixtos: Este tipo de instituciones casi no se ven dentro de nuestro país, pero uno de ellos es el Banco de Guayaquil, cuyo capital está repartido entre dos entidades, siendo estas públicas y particulares, aunque su administración está a cargo de la Agencia de Garantía de depósitos.

Son instituciones financieras privadas: los bancos, las sociedades financieras o corporaciones de inversión y desarrollo, las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda, y las Cooperativas de Ahorro y Crédito, el Sistema Financiero Nacional es la columna vertebral de la economía del país, es la base fundamental para la realización de todas las transacciones económicas, tanto a nivel nacional como internacional. El sistema financiero es el creador del dinero, regulando todas las transacciones personales, empresariales y del Estado.

1.2.1.2. Caracterización de la banca ecuatoriana

Es de vital importancia realizar una revisión a través del tiempo de los distintos acontecimientos que se han presentado en la banca tales como:

En los años 70: El sector bancario experimenta 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, controles administrativos sobre tasas de interés y asignación de crédito.

En los años 80: El sector bancario experimenta una crisis, por causa de la deuda externa, que en Ecuador habría alcanzado niveles exorbitantes produciendo la incapacidad de pago por parte de los deudores privados y públicos, lo que provocó que las tasas de interés internacionales aumentaran, se suspendieron las líneas de crédito externo y el precio del petróleo de exportación disminuyeron considerablemente, 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, sobregiros en las cuentas bancarias del exterior y alta dependencia de los créditos canalizados a través del Banco Central.

En la década de los 90's: Existieron muchos cambios en el sector bancario tales como la expedición de la Ley General de Instituciones Financieras, la cual reemplazó a la antigua Ley de Bancos, se creó con el fin de 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, incluyéndose aspectos como 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 como balances e indicadores financieros, se hicieron más severos los criterios de clasificación de cartera de préstamos sujeta a constitución de reservas y los requerimientos de capital, se llevaron además a cabo auditorías externas de las instituciones bancarias por parte de firmas internacionales contratadas por el gobierno para conocer la real situación de cada entidad para determinar los bancos viables y no viables según su solvencia y nivel de patrimonio técnico.

Es importante destacar la crisis financiera de 1999 que fue producida por la liberalización de la Ley Bancaria, catástrofes naturales, deuda pública excesivamente alta, devaluación constante, inestabilidad política, especulación y defraudación.

1.2.1.3. Productos y servicios financieros

De acuerdo a la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero en el Artículo 51 menciona que:

“Los bancos podrán efectuar las siguientes operaciones en moneda nacional o extranjera, o en unidades de cuenta establecidas en la Ley:

- a) Recibir recursos del público en depósitos a la vista. Los depósitos a la vista son obligaciones bancarias, comprenden los depósitos monetarios exigibles mediante la presentación de cheques u otros mecanismos de pago y registro; los de ahorro exigibles mediante la presentación de libretas de ahorro u otros mecanismos de pago y registro; y, cualquier otro exigible en un plazo menor a

treinta días. Podrán constituirse bajo diversas modalidades y mecanismos libremente pactados entre el depositante y el depositario;

- b) Recibir depósitos a plazo. Los depósitos a plazo son obligaciones financieras exigibles al vencimiento de un período no menor de treinta días, libremente convenidos por las partes. Pueden instrumentarse en un título valor, nominativo, a la orden o al portador, pueden ser pagados antes del vencimiento del plazo, previo acuerdo entre el acreedor y el deudor;
- c) Asumir obligaciones por cuenta de terceros a través de aceptaciones, endosos o avales de títulos de crédito, así como del otorgamiento de garantías, fianzas y cartas de crédito internas y externas, o cualquier otro documento, de acuerdo con las normas y usos internacionales;
- d) Emitir obligaciones y cédulas garantizadas con sus activos y patrimonio. Las obligaciones de propia emisión se registrarán por lo dispuesto en la Ley de Mercado de Valores;
- e) Recibir préstamos y aceptar créditos de instituciones financieras del país y del exterior;
- f) Otorgar préstamos hipotecarios y prendarios, con o sin emisión de títulos, así como préstamos quirografarios;
- g) Conceder créditos en cuenta corriente, contratados o no;
- h) Negociar letras de cambio, libranzas, pagarés, facturas y otros documentos que representen obligación de pago creados por ventas a crédito, así como el anticipo de fondos con respaldo de los documentos referidos;
- i) Negociar documentos resultantes de operaciones de comercio exterior;
- j) Negociar títulos valores y descontar letras documentarias sobre el exterior, o hacer adelantos sobre ellas;

- k) Constituir depósitos en instituciones financieras del país y del exterior;
- l) Adquirir, conservar o enajenar, por cuenta propia, valores de renta fija, de los previstos en la Ley de Mercado de Valores y otros títulos de crédito establecidos en el Código de Comercio y otras Leyes, así como valores representativos de derechos sobre estos, inclusive contratos a término, opciones de compra o venta y futuros; podrán igualmente realizar otras operaciones propias del mercado de dinero; podrán participar directamente en el mercado de valores extrabursátil, exclusivamente con los valores mencionados en esta letra y en operaciones propias. Las operaciones efectuadas a nombre de terceros, o la venta y distribución al público en general de dichos valores, deberán ser efectuados a través de una casa de valores u otros mecanismos de transacción extrabursátil;
- m) Efectuar por cuenta propia o de terceros operaciones con divisas, contratar reportos y arbitraje sobre éstas y emitir o negociar cheques de viajeros;
- n) Efectuar servicios de caja y tesorería;
- ñ) Efectuar cobranzas, pagos y transferencias de fondos, así como emitir giros contra sus propias oficinas o las de instituciones financieras nacionales o extranjeras;
- o) Recibir y conservar objetos muebles, valores y documentos en depósito para su custodia y arrendar casilleros o cajas de seguridad para depósitos de valores;
- p) Actuar como emisor u operador de tarjetas de crédito, de débito o tarjetas de pago;
- q) Efectuar operaciones de arrendamiento mercantil de acuerdo a las normas previstas en la Ley;

- r) Comprar, edificar y conservar bienes raíces para su funcionamiento, sujetándose a las normas generales expedidas por la Superintendencia y enajenarlos;
- s) Adquirir y conservar bienes muebles e intangibles para su servicio y enajenarlos;
- t) Comprar o vender minerales preciosos acuñados o en barra;
- u) Emitir obligaciones con respaldo de la cartera de crédito hipotecaria o prendaria propia o adquirida, siempre que en este último caso, se originen en operaciones activas de crédito de otras instituciones financieras;
- v) Garantizar la colocación de acciones u obligaciones;
- w) Efectuar inversiones en el capital social de las sociedades a que se refiere la letra b) del artículo 57 de esta Ley; y,
- x) Efectuar inversiones en el capital de otras instituciones financieras con las que hubieren suscrito convenios de asociación de conformidad con el cuarto inciso del artículo 17 de esta Ley.

Tratándose de las operaciones determinadas en las letras p) y q) de este artículo, un banco o sociedad financiera o corporación de inversión y desarrollo podrá realizarlas directamente o a través de una sociedad subsidiaria de servicios financieros, la que no podrá realizar operaciones distintas a las mencionadas en dichas letras.

Para las operaciones en moneda extranjera se someterán a las normas que determine el Directorio del Banco Central del Ecuador.

Para la realización de nuevas operaciones o servicios financieros, las instituciones requerirán autorización de la Superintendencia, indicando las características de las mismas. Una vez recibida esta información, la Superintendencia deberá solicitar informe al Directorio del Banco Central del Ecuador. Estas operaciones o servicios

podrán ser suspendidos de oficio o a petición del Directorio del Banco Central del Ecuador, cuando impliquen desviaciones al marco propio de las actividades financieras o por razones de política monetaria y crediticia”⁵.

El artículo 57 literal b) de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero menciona que: “b) Un banco o sociedad financiera o corporación de inversión y desarrollo que posea una compañía de seguros y reaseguros, sociedades de servicios financieros o auxiliares previstas en esta Ley, las instituciones previstas en la Ley de Mercado de Valores, así como las subsidiarias del país o del exterior de cualesquiera de éstas”⁶.

Salvo lo previsto en el inciso cuarto del artículo 17 y en el artículo 145 de esta Ley, un grupo financiero, cualquiera que sea su conformación, no podrá estar integrado por más de un banco, ni por un banco y una sociedad financiera o corporación de inversión y desarrollo, ni por más de una compañía de seguros o reaseguros, ni por más de una sociedad financiera o corporación de inversión y desarrollo al mismo tiempo, ni poseer más de una sociedad de servicios financieros o auxiliares dedicada a la misma actividad.

Se entenderá conformado un grupo financiero desde el momento en el que la sociedad controladora, el banco o la sociedad financiera o corporación de inversión y desarrollo posean una o más de las instituciones señaladas en las letras que anteceden.

1.2.2. Cooperativismo

1.2.2.1. Definiciones Básicas

El Cooperativismo empieza a desarrollarse en Europa a finales del siglo XVIII y toma fuerza durante el siglo XIX, periodo durante el cual adquiere su fundamento

⁵ LEY GENERAL DE INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO Art. 51 Corporación de Estudios y Publicaciones. 2006. p. 32.

⁶ LEY GENERAL DE INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO Art. 57 Corporación de Estudios y Publicaciones. 2006. p. 33.

filosófico, que curiosamente se debe a los planteamientos de una serie de pensadores considerados ficticios.

Las Cooperativas son asociaciones voluntarias de personas y no de capitales, con plena personería jurídica, de duración indefinida y responsabilidad limitada, en las que los individuos se organizan democráticamente a fin de satisfacer sus necesidades y promover su mejoramiento económico y social, como un medio de superar su formación individualista en las cuales el motivo del trabajo, de la producción, de la distribución y del consumo, es el servicio y no el lucro, se las considera también cooperativas a las sociedades de derecho privado formadas por personas naturales o jurídicas que sin perseguir finalidades de lucro, tiene por objeto planificar y realizar actividades o trabajos de beneficio social o colectivo, a través de una empresa manejada y común y formada con la aportación económica intelectual y moral de sus miembros.

Los derechos, obligaciones y actividades de las cooperativas y de sus socios se regirán por las normas establecidas en la Ley de Cooperativas, en el Reglamento General, en los Reglamentos especiales y en los estatutos y por los principios universales del cooperativismo, los mismos que deberán ser aplicados en las resoluciones de carácter general emitidas para el sector cooperativo.

Los principios del Cooperativismo son:

- Adhesión abierta y voluntaria
- Control democrático de los socios
- Participación económica de los socios
- Autonomía e independencia
- Educación, capacitación e información
- Cooperación entre Cooperativas; y
- Compromiso con la comunidad

1.2.2.2. Cooperativismo en el Ecuador

“En los orígenes y consolidación del movimiento cooperativo ecuatoriano se pueden distinguir por lo menos tres etapas fundamentales:

a) la primera se inicia aproximadamente en la última década del siglo XIX, cuando se crean especialmente en Quito y Guayaquil- una serie de organizaciones artesanales y de ayuda mutua;

b) la segunda empieza a partir de 1937, año en el cual se dicta la primera Ley de Cooperativas con el propósito de dar mayor alcance organizativo a los movimientos campesinos, modernizando su estructura productiva y administrativa, mediante la utilización del modelo cooperativista;

c) La tercera etapa comienza a mediados de los años sesenta con la expedición de la Ley de Reforma Agraria (en 1964) y de la nueva Ley de Cooperativas (en 1966)", (Da Ros, 1985: 13).

En el Ecuador en el año de 1937 aparece la primera Ley de Cooperativas y aparecieron las primeras seis Cooperativas. La ausencia de una identidad de las organizaciones nacientes no permitió su afianzamiento, en 1966 se promulga la segunda Ley de Cooperativas por influencia de la Organización Internacional del Trabajo, los años 70's y 80's no fueron los mejores para el desarrollo del Cooperativismo.

Actualmente estamos frente a la revolución ciudadana que pretende rescatar la economía nacional, pero hasta la fecha no se ha visto cambios significativos ni en los estamentos estatales a cargo de fortalecer el sector cooperativo ni en el criterio de los empleados privados que dirigen las Cooperativas.

Se pueden clasificar a las Cooperativas de Ahorro y crédito en primer y segundo piso, las Cooperativas de primer Piso son aquellas que pueden realizar intermediación financiera con sus socios y terceros que podrían ser personas naturales o jurídicas; las Cooperativas de Segundo Piso son aquellas que únicamente pueden realizar intermediación financiera con Cooperativas de Ahorro y crédito de Primer Piso que sean o no socias, las Cooperativas pueden ser de producción, consumo, ahorro, crédito y servicios.

1.2.2.3. Productos y servicios

Los principales productos y servicios que ofrecen las Cooperativas son:

Ahorros a la vista, Depósitos a plazo fijo, Certificados de Aportación, Remesas Internacionales, Capacitación a los Socios, Créditos de Consumo, Créditos de Vivienda, Microcréditos, Créditos Comerciales.

Para revisar las Cooperativas y reguladas ver anexo 3.

1.2.3. El Mutualismo

1.2.3.1. Definiciones básicas

El Mutualismo es un sistema comunal, basado en el sistema cooperativista regido por un banco del pueblo al servicio de los propios usuarios, siendo su fin específico las operaciones bancarias sin usura, no se oponen al dinero ni al intercambio, creen en la propiedad privada mientras esté basada en el uso personal, pretenden su desarrollo basado en la cooperación voluntaria mediante el libre intercambio y la cooperación mutua.

La sociedad es su misión fundamental en la que la economía esté organizada en torno al mercado libre de productores y la producción esté llevada por artesanos y campesinos autónomos, pequeñas cooperativas de productos, empresas grandes controladas por los trabajadores y cooperativas de consumidores.

El sistema mutua es sinónimo de solidaridad, fue creado para que las personas ante una emergencia o necesidad de algún bien o servicio al que no pueda tener acceso en forma individual, lo pueda hacer mediante la ayuda mutua.

1.2.3.2. El Mutualismo en el Ecuador

Constituye la asociación libre, sin fines de lucro, por personas inspiradas en la solidaridad, con el objeto de brindarse ayuda reciproca frente a riesgos eventuales o de concurrir a su bienestar material y espiritual mediante una contribución periódica.

Las Mutualistas establecen dos categorías para sus asociados, no aportan capital, ni cuota inicial, no distribuyen excedentes, solo los socios activos participan del gobierno de la misma, no tiene derecho al reintegro de sus aportes, en el caso de las Mutualistas para la Vivienda, están autorizadas para incursionar en el negocio inmobiliario además del financiero.

El 23 de mayo de 1961, se expide el decreto que crea el mutualismo en el Ecuador considerando el elevado déficit habitacional detectado en ese entonces y la insuficiencia de que el BEV pueda suplir dichas necesidades. Presentación institucional

El considerable déficit habitacional que existe en el país, motiva la creación de nuevos entes especializados en esta materia, es así que las Asociaciones Mutualistas de Ahorro y crédito para la vivienda fueron inicialmente creadas para canalizar créditos externos destinados a suplir las necesidades de vivienda de los sectores menos favorecidos de la sociedad. Estos créditos fueron específicamente canalizados permitiendo el desarrollo de programas de vivienda con financiamiento de hasta veinticinco años, las mutualistas también captan recursos del público principalmente en libretas de ahorro, mismos que serán revertidos en el desarrollo de importantes programas de vivienda.

Con la expedición de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero en mayo de 1994, se eliminaron ciertas condiciones especiales que protegían a estas entidades, dándose un tratamiento igualitario a todas las instituciones financieras, sin embargo se ratifica su naturaleza en el Artículo 2 de la Ley invocada, que menciona: “Las Asociaciones Mutualistas de Ahorro y Crédito para la vivienda son instituciones cuya actividad principal es la captación de recursos del público para destinarlos al financiamiento de la vivienda, la construcción y bienestar familiar de sus asociados, que deberá evidenciarse en la conformación de sus activos”.

Las mutualistas se constituyen en los únicos entes privados especializados en vivienda en el Ecuador y que han cumplido con su rol fundamental de satisfacer las necesidades de vivienda, las mutualistas no disponen de capital ni de accionistas y

su patrimonio se ha ido formando a través del tiempo sobre la base de sus resultados de las operaciones positivas que pertenecen a todos sus asociados.

1.2.3.3. Productos y servicios

Las Mutualistas ofrecen los siguientes productos y servicios:

- Ahorro tradicional
- Ahorro programado
- Inversiones
- Créditos hipotecarios
- Tarjeta de crédito
- Seguros
- Vivienda de interés social
- Transacciones vía celular
- Transacciones Call Center

1.2.4. La Banca Pública

1.2.4.1. Definiciones Básicas

La Banca Pública es una entidad financiera que pertenece al Estado, en el Ecuador existen varias Instituciones que cumplen la función de Banca pública, las cuales cumplen un papel preponderante en la economía del País, ya que permiten controlar y aplicar la política monetaria, con el fin de colaborar en la política monetaria para estimular y acelerar el desarrollo socioeconómico del país mediante una amplia y adecuada intermediación para mejorar las condiciones de vida de la población más vulnerable.

1.2.4.2. La Banca Pública en el Ecuador

En el Ecuador se han desarrollado varias entidades financieras públicas tales como el Banco del Estado, Banco Ecuatoriano de la Vivienda, Banco Nacional de Fomento, Corporación Financiera Nacional. El Banco del Estado, nace con la promulgación de la Ley de Régimen Monetario y Banco del Estado, publicada en el

registro oficial suplemento número 930, de 7 de mayo de 1992, el Banco del Estado es el banco público del Ecuador encargado de financiar los servicios públicos, proyectos de inversión, infraestructura, a través de préstamos a los diversos gobiernos seccionales. Desde el 2007 conjuntamente con el gobierno de Rafael Correa el Banco del Estado, ha decidido fortalecer el sistema de crédito público. En ese sentido, el Banco del Estado ha tomado un rol trabajando directamente con gobiernos subnacionales y comunidades, a diferencia de los bancos comerciales, ejecutando obras públicas que satisfacen sus necesidades básicas. Tiene su sede en la ciudad de Quito, el banco tiene personería jurídica y autonomía.

El Banco del Estado se ha consolidado institucional y financieramente para convertirse en la entidad líder en el financiamiento de la obra de los gobiernos autónomos descentralizados, brindando servicios financieros y no financieros en las mejores condiciones para sus clientes, actualmente el Banco es líder en el financiamiento para la obra de los gobiernos seccionales, tiene cobertura regional y nacional, con cinco sucursales ubicadas en Quito, Guayaquil, Portoviejo, Cuenca y Loja.

El Banco Ecuatoriano de la Vivienda fue creado el 26 de mayo de 1961 mediante Decreto de Ley de Emergencia número 23, publicado en el Registro Oficial número 233, siendo su finalidad la de atender el déficit de la demanda habitacional del país, el Banco afronta con responsabilidad el desafío de convertir a la institución en un Banco de Desarrollo al servicio de la ejecución de proyectos habitacionales de interés social, siendo uno de los objetivos fundamentales de la entidad, atender la mercado hipotecario y financiero atendiendo la demanda de vivienda y su financiamiento, con suficientes recursos y con la participación dinámica del sector privado, el BEV está presente a nivel nacional a través de las oficinas de Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y Portoviejo.

La Corporación Financiera Nacional es una institución financiera pública cuya misión se centra en canalizar productos financieros y no financieros para servir a los sectores productivos del país, con especial atención a la micro y pequeña empresa apoyándoles adicionalmente en programas de capacitación, asistencia técnica y firma de convenios interinstitucionales para el fomento productivo buscando mejorar

y resaltar la gestión empresarial como fuente de competitividad a mediano y largo plazo, al CFN cuenta con oficinas en Quito, Guayaquil, Riobamba, Cuenca, Loja, Latacunga, Ambato, Ibarra, Esmeraldas, Manta, Machala, Salinas.

La Banca Pública Ecuatoriana en los primeros tres meses de 2011 colocó 412,8 millones de dólares en créditos tanto para obras de infraestructura local, como para proyectos productivos y habitacionales, la CFN entregó 120 millones en créditos a favor de 4.663 beneficiarios.

1.2.4.3. Productos y servicios

Entre los productos y servicios que brindan son:

Banco del Estado: Pre inversión e inversión, Asistencia Técnica, Crédito

Banco Ecuatoriano de la Vivienda: Crédito a Personas Naturales, Crédito a Personas Jurídicas, Crédito a Gobiernos Autónomos Descentralizados, Crédito a Fideicomisos, Crédito a Cooperativas, Crédito a Organizaciones de carácter social, Redescuento de Cartera, Cuentas de Ahorro y Fondos de Garantía.

Banco Nacional de Fomento: Apertura de Cuentas Corrientes, Cuentas de Ahorro, Certificados de Inversión, Créditos de Desarrollo, Envío y pago de giros, Pago y recepción de cuentas judiciales, Tarjeta de débito, Recaudación de impuestos.

Corporación Financiera Nacional: Crédito Directo, Capital de trabajo, Crédito Automotriz, Multisectorial, Negocios Fiduciarios, Fondos de Garantía, Financiamiento Bursátil, Fomento Productivo, Asistencia Técnica, Atención al Cliente.

1.3. Tendencias Actuales de productos y servicios financieros

1.3.1. La importancia de la Web 2.0 y la tecnología en los productos y servicios financieros.

La Web 2.0 es la representación de la evolución de las aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones web enfocadas al usuario final. El Web 2.0 es una actitud y no precisamente una tecnología. La Web 2.0 es la transición que se ha dado de aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones que funcionan a través de la web enfocada al usuario final.

Se trata de aplicaciones que generen colaboración y de servicios que reemplacen las aplicaciones de escritorio.

Es una etapa que ha definido nuevos proyectos en Internet y está preocupándose por brindar mejores soluciones para el usuario final. Muchos aseguran que hemos reinventado lo que era el Internet, otros hablan de burbujas e inversiones, pero la realidad es que la evolución natural del medio realmente ha propuesto cosas más interesantes como lo analizamos diariamente en las notas de actualidad.

Y es que cuando el web inició, nos encontrábamos en un entorno estático, con páginas en HTML que sufrían pocas actualizaciones y no tenían interacción con el usuario.

Constantemente estaban surgiendo nuevas aplicaciones y sitios con sorprendentes funcionalidades. Y así se dio la pauta para la conferencia Web 2.0 que arranca en el 2004 y hoy en día se realiza anualmente en San Francisco, con eventos adicionales utilizando la marca en otros países.

En la charla inicial de la conferencia Web se habló de los principios que tenían las aplicaciones Web 2.0:

- La web es la plataforma
- La información es lo que mueve al Internet
- Efectos de la red movidos por una arquitectura de participación.
- La innovación surge de características distribuidas por desarrolladores independientes.
- El fin del círculo de adopción de software pues tenemos servicios en beta perpetuo

Ya hace algunos años que se acuñó el término web 2.0, un concepto para referirse a una nueva generación en la historia de la tecnología web, cuya característica básica es la evolución de las aplicaciones tradicionales hacia entornos orientados al usuario final, así las webs definidas como 2.0 promueven toda una serie de canales de comunicación y una gama de servicios para sus usuarios, fomentando la

colaboración, agilizando el intercambio de información y contribuyendo a que la línea que separaba a emisor y receptor sea cada vez más difusa. Parece evidente que estas webs, que también podríamos denominar como sociales, son consecuencia de un desarrollo tecnológico. Pero no sólo, ya que igualmente esencial es que se produzca un cambio de actitud por parte de quienes generamos estos contenidos digitales.

Los servicios financieros deben adaptarse a una nueva era comunicacional y tomar ventaja de ella ofreciendo nuevos productos o servicios, los negocios actuales basados en la Web están luchando con un cambio generacional, está surgiendo una nueva serie de modelos técnicos y de negocios que brindan acceso a oportunidades comerciales importantes para aquellos que puedan adoptarlos. El usuario Web 2.0 tiene un rol como actor principal, es participativo, cooperativo, y colaborativo, busca espacios de sociabilidad, divulgan muchas más informaciones y opiniones y no tienen miedo de probar aplicaciones nuevas e innovadoras tales como:

La banca electrónica hace referencia al tipo de banca que se realiza por medios electrónicos como puede ser cajeros electrónicos, teléfono y otras redes de comunicación. Tradicionalmente, este término ha sido atribuido a la banca por Internet o banca online, pero conviene aclarar su significado. Algunos autores lo consideran como un constructo de orden superior que supone varios canales que incluyen también la banca telefónica, la banca por teléfono móvil (basada en tecnología Wireless Application Protocol –WAP– que traslada Internet al teléfono móvil) y la basada en televisión interactiva (iNet-television).

La banca por Internet' o en línea comprende aquellas herramientas que ofrecen una entidad para que sus clientes hagan sus operaciones bancarias a través de la computadora utilizando una conexión a la red Internet. Para otros investigadores la banca por Internet es un nuevo tipo de sistema de información que usa los recursos novedosos de Internet y la World Wide Web (WWW) para permitir a los consumidores efectuar operaciones financieras en el espacio virtual.

La banca virtual o sin presencia física. Se considera a un banco virtual como un banco sin oficina y normalmente se asocia el concepto banca virtual al de banca

electrónica. En términos generales, este mercado no debería denominarse virtual, siendo más adecuada la denominación de banca electrónica o por Internet, puesto que las organizaciones participantes en el intercambio son totalmente reales y existen físicamente.

La transferencia electrónica es la manera de traspasar fondos desde una cuenta a otra, a través de un servidor autorizado que es generalmente el del banco con quien tenemos dado de alta nuestra cuenta y claves de acceso, se utiliza tanto por empresas como por personas para hacer todo tipo de pagos de servicios y transferencias a terceras personas.

Representa una manera muy segura de mover dinero de una cuenta a otra, ya que evita que se tenga que acudir al banco a depositar, sobre todo cuando se trata de grandes cantidades de dinero o cheques. Además de que ofrece acceso a los bancos internacionales.

Un cajero automático es una máquina expendedora usada para extraer dinero utilizando una tarjeta magnética, sin necesidad de personal del banco.

Los cajeros automáticos, originalmente llamados ATM (Automatic Teller Machine o Máquina de cajero Automático) son dispositivos electrónicos que permiten a los clientes de un banco hacer retiro de efectivo y ver sus estados de cuentas, depositar efectivos o cheques, transferir dinero de entre diferentes cuentas de bancos, utilizar tarjeta con chip o, incluso comprar tiempo para tu celular a cualquier hora del día los 365 días del año, sin necesidad de ir al banco.

1.3.2. Canales de provisión de servicios financieros

Los bancos proveen servicios financieros mediante una variedad de mecanismos, incluyendo sucursales bancarias, ATMs, puntos de venta (POS), banca por Internet, banca telefónica, banca celular y corresponsales no bancarios. Aunque la gran mayoría de los países aún no cuentan con información agregada sobre la cobertura bancaria mediante la utilización de banca por Internet, telefónica y celular, existe información sobre sucursales, ATMs y, en algunos casos, POS. No obstante, dado el

desarrollo tecnológico y la globalización a nivel mundial, y el cada vez mayor uso de tecnología bancaria, el acceso a canales de provisión de servicios financieros (POS), aún no está al alcance de la mayoría de la población adulta que lo usa con el fin de facilitar sus transacciones diarias mediante Internet.

1.3.3. Los retos futuros de los productos y servicios financieros en el Ecuador

Los productos y servicios financieros en el Ecuador enfrenta numerosos desafíos, con el fin de aumentar la eficacia operativa, mejorar y expandir las ofertas de productos, mejorar el nivel de servicios y las relaciones con el cliente, bajos costos por unidad, aumentar la productividad y asegurar el cumplimiento de las reglamentaciones, con el fin de alcanzar un papel fundamental en la optimización de sus procesos y el mejoramiento de la rentabilidad han llegado a la implementación de los llamados portales y sus evoluciones en intranet e internet.

CAPITULO II: Análisis situacional del sistema financiero Ecuatoriano

Introducción

Como todo sistema, es un cuerpo de doctrina tendiente a conseguir el desarrollo ordenado y equilibrado de la economía del país, canalizando los recursos de las familias hacia las familias o unidades deficitarias, fomentado el ahorro, facilitando su utilización, en suma promoviendo y ordenando el crédito y la inversión para con esto llegar al crecimiento económico del país y al logro de las aspiraciones sociales como son: la disminución de las tasas de desempleo aspirando al pleno empleo, la estabilidad de precios, el saldo positivo en la balanza de pagos, la equilibrada distribución de los ingresos, la corrección de las aberraciones económicas como: la inflación, la deflación, etc.

El sistema financiero ecuatoriano está conformado por el conjunto de instituciones financieras tales como: Bancos, Sociedades Financieras, Mutualistas de Ahorro y Crédito para la vivienda y las Cooperativas de Ahorro y Crédito que realizan intermediación financiera con el público, las Instituciones Financieras se caracterizan por ser intermediarias en el mercado financiero, captando recursos del público para obtener fondos a través de depósitos o cualquier otra forma de captación con el objeto de realizar créditos e inversiones para el público en general.

En conclusión el Sistema Financiero Nacional es la columna vertebral de la economía del país, es la base fundamental para la realización de todas las transacciones económicas, tanto a nivel nacional como internacional. El Sistema Financiero es el creador del dinero, esta regulando todas las transacciones personales, empresariales y del Estado.

El sistema financiero en el año 1997 se vio afectado por el fenómeno del Niño, ya que impidió que muchos productores de la región Costa pudieran cancelar sus deudas, lo que ocasionó pérdidas en las instituciones financieras, a esto se sumó el retraso en el pago de la deuda pública que elevó el riesgo país y dificultó la obtención de recursos del exterior, se aceleró la devaluación del sucre, junto con la especulación sobre su valor, ocasionando que las tasa de interés se elevaran lo que

generó pérdidas en los valores de los activos de las instituciones financieras, por lo que se adoptó el proceso de la dolarización.

El sector financiero en el año 2009, fue un periodo difícil ya que se generaron una serie de regulaciones y medidas que generaron una disminución de los ingresos en las instituciones financieras, regulaciones de precios, controles de las tasas de interés, regular las tarifas de servicios financieros, creación de nuevos impuestos exclusivos para el sector financiero, disminuyó la rentabilidad y capacidad de crecimiento patrimonial de la mayoría de instituciones financieras del país, esto acompañado de la crisis financiera internacional que afectó los mercados internacionales, causando un impacto muy significativo en la economía Ecuatoriana, reduciendo considerablemente la liquidez, se redujo considerablemente las remesas del exterior, aumentaron las restricciones a las importaciones, se incremento el desempleo y subempleo, se redujo el precio del petróleo, bajaron considerablemente las inversiones públicas, lo que produjo un impacto macroeconómico en la economía Ecuatoriana, siendo más afectado el sistema financiero.

En los años 2009-2010 existió un comportamiento que se caracterizó por el bajo crecimiento del sector financiero, lográndose recuperar en gran parte los depósitos del público mediante la intervención de la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD) mediante la inyección de liquidez del Gobierno al sector público.

En la actualidad el riesgo país ha mejorado considerablemente y el peso de la deuda con relación al producto interno bruto (PIB) ha disminuido, por lo que se ha logrado controlar ciertos factores generando un panorama de solidez para el sistema financiero ecuatoriano originando confianza y la reactivación del aparato financiero ecuatoriano.

2.1. El sistema financiero local (Análisis por plaza y por subsistema)

“Entre Diciembre del 2009 y Diciembre 2010, la bancarización del Sistema Financiero Nacional se incrementó en 6,08 puntos porcentuales pues mientras que la población lo hizo en 1,44%, el número de clientes de depósito (cuentas corrientes, ahorro y depósitos a plazo) creció en 10,80%. Igual comportamiento se observó en

el período Diciembre 2007 – Diciembre 2010, en el que el índice creció 22,35 puntos, dado que los clientes de depósitos aumentaron 49,94%, frente al 4,41% de la población.

El principal elemento para este comportamiento fue el desempeño del subsistema de Bancos que registró en la última fecha un índice de bancarización del 40,01%, cifra que representó el 56% de la bancarización total. Le sigue el subsistema de Cooperativas con un índice de 23,60%, cifra que representa el 33% del índice total de bancarización, los depósitos de Ahorro a Diciembre 2010 tuvieron un índice de Bancarización de 59,84%, contribuyendo con el 83,06% del índice total, lo que demuestra la importancia de este factor en la conducta del indicador. Le sigue en importancia el índice de Cuenta Corriente con el 5,74%, pero disminuyendo en 1,72 puntos, respecto de Diciembre 2009. Tanto depósitos a Plazo y los clasificados como otros mantienen indicadores marginales que no afectan el comportamiento del promedio.

Por regiones, se destaca que la Sierra es la mayormente bancarizada con el 89,26%, le sigue la Costa con el 57,77%, la región Amazónica con el 67,13% y la Insular con el 81,09%. Todas las regiones incrementaron su nivel de bancarización en el último año, pero la Sierra se vio más favorecida con 10,58 puntos de aumento, en tanto que la Costa lo hizo en tan solo 1,76 puntos.

La profundización financiera de los depósitos del sistema financiero nacional llegó a 35,47% superior en 2,49 puntos porcentuales al registrado en Diciembre 2009, mientras que entre Diciembre 2007 y Diciembre 2010 el incremento registrado fue de 8,53 puntos, la banca privada registró el mayor índice de profundización (27,93%), cifra que representó el 79% de la profundización total de los depósitos. La Región Sierra, a su vez presentó el mayor índice de profundización de depósitos (24,11%), cifra que representó el 70% de la profundización total.

A continuación en el cuadro Nro. 1 se muestran los datos de Bancarización por Subsistemas del Sistema Financiero Nacional que muestra el número de clientes de depósito por subsistema, el mismo que nos dará una idea clara de cómo se encuentra distribuida la bancarización por Subsistemas en el Sistema Financiero Nacional Ecuatoriano.

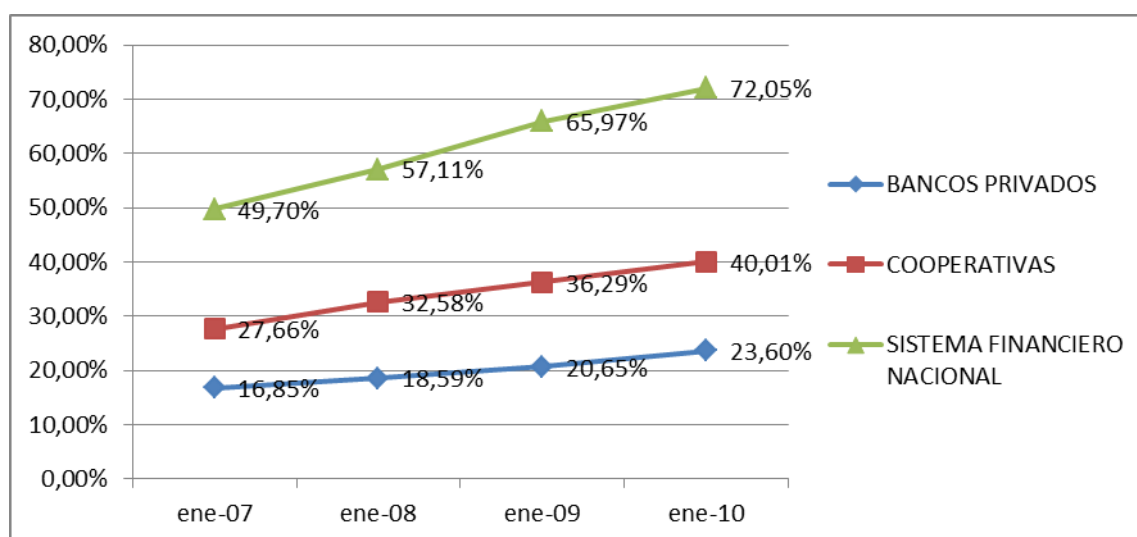
CUADRO Nro. 1
BANCARIZACIÓN POR SUBSISTEMAS
 SISTEMA FINANCIERO NACIONAL
 NÚMERO DE CLIENTES DE DEPÓSITO POR SUBSISTEMA

	Diciembre 2007	Diciembre 2008	Diciembre 2009	Diciembre 2010	Variación Absoluta	Variación Relativa
BANCA PÚBLICA	331.851	522.299	929.922	837.085	(92.837)	-9.98%
BANCOS PRIVADOS	3.762.969	4.497.993	5.033.888	5.629.765	595.877	11.84%
COOPERATIVAS	2.292.203	2.565.897	2.864.244	3.321.530	457.286	15.97%
MUTUALISTAS	359.050	285.186	304.347	327.693	23.346	7.67%
SOCIEDADES FINANCIERAS	15.615	12.415	18.460	22.707	4.247	23.01%
Total General	6.761.688	7.883.790	9.150.851	10.138.780	987.919	10.80%

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas
 ELABORACIÓN: Los Autores

A Diciembre del 2010, el número de clientes del Sistema Financiero Nacional llegó a 10,1 millones, de los cuales 5,6 millones le correspondieron al subsistema de Bancos Privados y 3,3 millones de clientes fueron del subsistema de Cooperativas de Ahorro y Crédito. Es importante destacar el incremento de clientes registrado en el último año que fue de 987 mil clientes, de los cuales 596 mil correspondieron a la Banca Privada y 457 mil a las Cooperativas; sin embargo en el caso de la Banca Pública el número de clientes disminuyó en 93 mil. La variación del número de clientes de depósitos del sistema financiero influye directamente en el índice de bancarización⁷.

GRÁFICO Nro. 1
 SISTEMA FINANCIERO NACIONAL
 BANCARIZACIÓN POS SUBSISTEMAS



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas
 ELABORACIÓN: Los Autores

⁷ Muñoz, Roberto. (2010). Desarrollo Financiero [En línea]. Disponible en: http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/articulos_financieros/Estudios%20Tecnicos/2011/AT1_2011.pdf. [Consulta 2 de Noviembre 2011]

2.2. Evolutivo de captaciones

“Entre Diciembre 2009 – Diciembre 2010, la bancarización del Sistema Financiero Nacional se incrementó en 6,08 puntos porcentuales pasando de 65,97% a 72,05%, pues mientras que la población lo hizo en 1,44%, el número de clientes de depósito (cuentas corrientes, ahorro y depósitos a plazo) creció en 10,80%. Igual comportamiento se observó en el período Diciembre 07 - Diciembre 10, en el que el índice creció 22,35 puntos, dado que los clientes de depósito aumentaron 49,94%, frente al 4,41% de la población.

Se destaca como el principal elemento para este comportamiento, el desempeño del subsistema de bancos que registró en la última fecha un índice de bancarización del 40,01% (56% del índice del sistema financiero nacional); además de ser el subsistema con el mayor crecimiento en el índice (3,72 puntos porcentuales), le sigue el subsistema de Cooperativas con un incremento de 2,96 puntos para ubicarse en 23,60%. La Banca Pública por su parte, fue el único subsistema con descenso en el indicador (0,76 puntos), al pasar de 6,70% a 5,95%.

Por tanto se puede decir que la merma en el indicador de la Banca Pública, fue cubierta básicamente por los subsistemas de Bancos y Cooperativas, en tanto que la participación de las Sociedades Financieras y Mutualistas continuó marginal.

CUADRO Nro. 2
BANCARIZACIÓN POS CUENTAS
SISTEMA FINANCIERO NACIONAL
BANCARIZACIÓN POR SUBSISTEMA

	Diciembre 2007	Diciembre 2008	Diciembre 2009	Diciembre 2010	Variación
BANCA PÚBLICA	2.44%	3.78%	6.70%	5.95%	(0.76)
BANCOS PRIVADOS	27.66%	32.58%	36.29%	40.01%	3.72
COOPERATIVAS	16.85%	18.59%	20.65%	23.60%	2.96
MUTUALISTAS	2.64%	2.07%	2.19%	2.33%	0.13
SOCIEDADES FINANCIERAS	0.11%	0.09%	0.13%	0.16%	0.03
SISTEMA FINANCIERO NACIONAL	49.70%	57.11%	65.97%	72.05%	6.08

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas
ELABORACIÓN: Los Autores

CUADRO Nro. 3
SISTEMA FINANCIERO NACIONAL
NÚMERO DE CLIENTES DE DEPÓSITO POR CUENTA

	Diciembre 2007	Diciembre 2008	Diciembre 2009	Diciembre 2010	Variación Absoluta	Variación Relativa
AHORROS	5.461.996	6.416.950	7.301.728	8.420.837	1.119.109	15.33%
CORRIENTE	623.911	704.308	1.035.008	807.339	(227.669)	-22.00%
PLAZO	162.814	182.622	214.282	259.066	44.784	20.90%
OTROS	512.967	579.910	599.843	651.538	51.695	8.62%
TOTAL GENERAL	6.761.688	7.883.790	9.150.861	10.138.780	987.919	10.80%

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas

ELABORACIÓN: Los Autores

A Diciembre 2010, de los 10,1 millones de clientes de depósito, 8,4 millones (83%) fueron clientes de cuentas de ahorro (que aumentaron en 1,1 millones de clientes en el último año), 8% cuentas corrientes (que cayeron en 228 mil clientes en el último año) y 2,5% depósitos a plazo (que aumentaron en 45 mil clientes en el año 2010, respecto del año 2009).

CUADRO Nro. 4
SISTEMA FINANCIERO NACIONAL
CLIENTES POR SUBSISTEMA Y CUENTAS

	Dic-07	Dic-08	Dic-09	Dic-10	Absoluta	Relativa
BANCA PUBLICA	331.851	522.299	929.922	837.085	(92.837)	-9.98%
AHORROS	312.462	500.556	625.228	804.164	178.936	28.62%
CORRIENTE	8.128	9.736	289.148	15.707	(273.441)	-94.57%
PLAZO	2.182	2.395	3.521	3.494	(27)	-0.77%
OTROS DEPÓSITOS	9.079	9.612	12.025	13.720	1.695	14.10%
BANCOS PRIVADOS	3.762.969	4.497.993	5.033.888	5.629.765	595.877	11.84%
AHORROS	3.047.727	3.677.452	4.156.867	4.692.770	535.903	12.89%
CORRIENTE	615.783	694.572	745.860	791.632	45.772	6.14%
PLAZO	80.808	96.391	99.640	105.435	5.795	5.82%
OTROS DEPÓSITOS	18.651	29.578	31.521	39.928	8.407	26.67%
COOPERATIVAS	2.292.203	2.565.897	2.864.244	3.321.530	457.286	15.97%
AHORROS	1.768.159	1.978.071	2.241.647	2.625.762	384.115	17.14%
PLAZO	51.133	61.225	81.441	115.088	33.647	41.31%
OTROS DEPÓSITOS	472.911	526.601	541.156	580.680	39.524	7.30%
MUTUALISTAS	359.050	285.186	304.347	327.693	23.346	7.67%
AHORROS	333.648	260.871	277.986	298.141	20.155	7.25%
PLAZO	13.099	10.216	11.238	12.401	1.163	10.35%
OTROS DEPÓSITOS	12.303	14.099	15.123	17.151	2.028	13.41%
SOCIEDADES FINANCIERAS	15.615	12.415	18.460	22.707	4.247	23.01%
PLAZO	15.592	12.395	18.442	22.648	4.206	22.81%
OTROS DEPÓSITOS	23	20	18	59	41	227.78%
TOTAL GENERAL	6.761.688	7.883.790	9.150.861	10.138.780	987.919	10.80%

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas

ELABORACIÓN: Los Autores

En el último año, los clientes de cuentas de ahorro, fueron las de mayor crecimiento absoluto en todos los subsistemas; en tanto que la disminución de los clientes de cuentas corrientes estuvo incidida exclusivamente por la reducción de este tipo de depositantes en la Banca Pública. El comportamiento descrito incidió directamente en el índice de bancarización por cuentas, del Sistema Financiero Nacional.

CUADRO Nro. 5
SISTEMA FINANCIERO NACIONAL
BANCARIZACIÓN POR CUENTAS

	Diciembre 2007	Diciembre 2008	Diciembre 2009	Diciembre 2010	Variación
AHORROS	40,15%	46,48%	52,64%	59,845%	7,20
CORRIENTE	4,59%	5,10%	7,46%	5,74%	(1,72)
PLAZO	1,20%	1,32%	1,54%	1,84%	0,30
OTROS	3,77%	4,20%	4,32%	4,63%	0,31
TOTAL GENERAL	49.70%	57.11%	65.97%	72.05%	6.08

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas
ELABORACIÓN: Los Autores

A Diciembre 2010, los índices de bancarización por tipo de cuenta destacan que los depósitos de Ahorro tuvieron un índice de 59,84%, contribuyendo con el 83,06% del índice total de bancarización (72,05%), lo que demuestra la importancia de este factor en la conducta del indicador. Le sigue en importancia el índice de cuenta corriente con el 5,74%, pero disminuyendo en 1,72 puntos. Tanto los Depósitos a Plazo y los clasificados como Otros mantienen indicadores marginales que no afectan de manera importante el comportamiento del indicador total.

Analizando el indicador acumulado en los últimos tres años, se aprecia un incremento de 22,35 puntos, con la influencia del factor Ahorros (19,70 puntos), como consecuencia del incremento en 54,17% de los clientes de depósitos en ahorro, favoreciendo para que el incremento de los depositantes totales se ubique en 49,94%.

A continuación en el cuadro número 6 se muestra el Sistema Financiero Nacional mediante Bancarización por Subsistemas y cuentas, distribuidos en diferentes tipos de bancos.

CUADRO Nro. 6
SISTEMA FINANCIERO NACIONAL
BANCARIZACIÓN POR SUBSISTEMAS Y CUENTAS

	Dic-07	Dic-08	Dic-09	Dic-10	Variación
BANCA PUBLICA	2,44%	3,78%	6,70%	5,95%	(0,76)
AHORROS	2,30%	3,63%	4,51%	5,71%	1,21
CORRIENTE	0,06%	0,07%	2,08%	0,11%	(1,97)
PLAZO	0,02%	0,02%	0,03%	0,02%	(0,00)
OTROS DEPÓSITOS	0,07%	0,07%	0,09%	0,10%	0,01
BANCOS PRIVADOS	27,66%	32,58%	36,29%	40,01%	3,72
AHORROS	22,40%	26,64%	29,97%	33,35%	3,38
CORRIENTE	4,53%	5,03%	5,38%	5,63%	0,25
PLAZO	0,59%	0,70%	0,72%	0,75%	0,03
OTROS DEPÓSITOS	0,14%	0,21%	0,23%	0,28%	0,06
COOPERATIVAS	16,85%	18,59%	20,65%	23,60%	2,96
AHORROS	13,00%	14,33%	16,16%	18,66%	2,50
PLAZO	0,38%	0,44%	0,59%	0,82%	0,23
OTROS DEPÓSITOS	3,48%	3,81%	3,90%	4,13%	0,23
MUTUALISTAS	2,64%	2,07%	2,19%	2,33%	0,13
AHORROS	2,45%	1,89%	2,00%	2,12%	0,11
PLAZO	0,10%	0,07%	0,08%	0,09%	0,01
OTROS DEPÓSITOS	0,09%	0,10%	0,11%	0,12%	0,01
SOCIEDADES FINANCIERAS	0,11%	0,09%	0,13%	0,16%	0,03
PLAZO	0,11%	0,09%	0,13%	0,16%	0,03
OTROS DEPÓSITOS	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00
TOTAL GENERAL	49,70%	57,11%	65,97%	72,05%	6,08

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas

ELABORACIÓN: Los Autores

Tanto el subsistema de Bancos como el de Cooperativas, que abarcan más del 80% de los clientes de ahorro del mercado financiero registraron mayor presencia en el ratio, observándose en especial que la bancarización en cuentas de ahorro por parte de la banca privada llegó a 33,35% en Diciembre 2010, es decir un aumento de 3,38 puntos respecto de Diciembre 2009, en tanto que en las Cooperativas, el factor ahorros llegó a 18,66% a Diciembre 2010. Es importante mencionar que, en este subsistema, la bancarización de los clasificados como otros, esto es: depósitos por confirmar, depósitos de garantía y depósitos restringidos tuvieron un índice de 4,13%, muy superior al mostrado por los otros subsistemas, como la banca privada con 0,28%, mientras que los otros subsistemas, no sobrepasan el 0,12%. Se debe anotar que esta característica del subsistema de Cooperativas, la viene manteniendo con anterioridad.

Otro factor a destacar, es el importante incremento en bancarización que tuvo el subsistema de bancos en los 3 últimos años, siendo este de 12,35 puntos, apoyado en el factor de los ahorros (10,95 puntos), mientras que el segundo subsistema en importancia, lo hizo en la mitad, 6,76 puntos casi completamente afectado por el

incremento en el índice de los ahorros (5,66 puntos), mientras que Banca Pública con 3,51 puntos, creció igualmente en la mitad que lo hizo Cooperativas.

En cuanto a la Banca Pública, ésta mantiene un índice cercano al 6%, siendo el elemento cuentas de Ahorro, el más influyente con 5,71% con un crecimiento desde 2007 de 3,42 puntos, pero de tan solo 1,21 puntos en el último año. Los otros factores presentan disminuciones o crecimientos marginales, que en conjunto contribuyeron para que le índice de bancarización de la Banca Pública llegue a 5,95%, inferior al 6,70% registrado en el 2009.

CUADRO Nro. 7
BANCARIZACIÓN POR REGIÓN
NÚMERO DE CLIENTES POR REGIONES

	Diciembre 2007	Diciembre 2008	Diciembre 2009	Diciembre 2010	Variación Absoluta	Variación Relativa
AMAZONICA	272.033	327.621	396.561	468.645	72.084	18,18%
COSTA	2.524.018	3.149.419	3.832.923	4.005.854	172.931	4,51%
INSULAR	14.452	16.442	17.320	19.442	2.122	12,25%
SIERRA	3.951.185	4.390.308	4.904.057	5.644.839	740.782	15,11%
TOTAL GENERAL	6.761.688	7.883.790	9.150.861	10.138.780	987.919	10.80%

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas
ELABORACIÓN: Los Autores

Entre Diciembre 2007 y Diciembre 2010, la Región Sierra, concentró la mayor cantidad de clientes de depósitos, es así como a la última fecha el número de clientes fue de 5,6 millones, es decir el 56% del total de clientes del Sistema Financiero Nacional. Le siguió en importancia la Región Costa con una participación del 39,5%. En el último año el incremento de 988 mil clientes estuvo incidido en el 75%, por la Región Sierra.

CUADRO Nro. 8
SISTEMA FINANCIERO NACIONAL
BANCARIZACIÓN POR REGIONES

	Diciembre 2007	Diciembre 2008	Diciembre 2009	Diciembre 2010	Variación
AMAZONICA	41,03%	48,22%	58,08%	67,13%	9,05
COSTA	37,56%	46,25%	56,01%	57,77%	1,76
INSULAR	63,73%	70,57%	73,98%	81,09%	7,11
SIERRA	64,65%	70,78%	78,68%	89,26%	10,58
TOTAL GENERAL	49.70%	57.11%	65.97%	72.05%	6.08

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas
ELABORACIÓN: Los Autores

El índice de Bancarización por regiones, que resulta de relacionar el número de depositantes de cada región para su población, destaca que la región Sierra es la mayormente bancarizada con el 89,26%, le sigue la región Insular con el 81,09%, luego se ubica la región Amazónica con el 67,13% y finalmente está la Costa con el 57,77% de bancarización. Todas las regiones incrementaron su nivel de bancarización en el último año, pero la Sierra se vio más favorecida con 10,58 puntos de aumento, en tanto que la Costa lo hizo en tan solo 1,76 puntos. En el periodo 2007-2010, el incremento promedio del Sistema Financiero (22,35 puntos) se repartió por sobre los 20 puntos en todas las regiones en especial la Amazónica con 26,10 puntos; la Insular lo hizo en 17,36 puntos.

La Banca Privada tiene presencia importante en todas las regiones del país. En la mayoría de ellas, alcanza un índice superior al 30%, llegando hasta el 51,64% como es el caso de la región Insular y al 48,61% en la región Sierra, siendo esta región la que mayor incremento del índice tuvo (4,81 puntos) en el último año. El incremento menos significativo se dio en la región Amazónica con 1,94 puntos. Por otra parte, la región Insular fue atendida únicamente por la Banca Privada y la Banca Pública, siendo la bancarización de este último subsistema del 29,45%. Este mismo subsistema en las regiones de la Sierra y Costa, aportó con una reducida bancarización del orden del 3,86% y del 6,75% respectivamente, advirtiéndose que en esta última región se registró una reducción de 2,34 puntos entre Diciembre 2009 y Diciembre 2010.

Las Cooperativas por su parte, han bancarizado a todas las regiones del país, a excepción de la región Insular. Siendo la de mayor atención por parte de este subsistema la Sierra con el 32,32% y la Amazonía con el 28,09%. Esta última región, frente al 24,64% del año anterior, se convirtió en la de mayor crecimiento en bancarización por parte de la Banca Pública, tendencia que se mantiene si se compara con el 2007, cuyo aumento llegó a 11,41 puntos porcentuales.

En cuanto a las Sociedades Financieras, su participación ha sido secundaria, centrándose en las regiones de la Costa y de la Sierra, mientras que el subsistema

de Mutualistas ha bancarizado las dos regiones, destacándose la Sierra con el 4,30%”⁸.

CUADRO Nro. 9
SISTEMA FINANCIERO NACIONAL
BANCARIZACIÓN POR REGIÓN Y CUENTAS

	Dic-07	Dic-08	Dic-09	Dic-10	Variación
AMAZONICA	41,03%	48,22%	58,08%	67,13%	9,05
BANCA PUBLICA	7,56%	9,80%	13,25%	16,92%	3,66
BANCOS PRIVADOS	16,79%	18,30%	20,18%	22,12%	1,94
COOPERATIVAS	16,68%	20,12%	24,64%	28,09%	3,45
COSTA	37,56%	46,25%	56,01%	57,77%	1,76
BANCA PUBLICA	2,38%	4,27%	9,09%	6,75%	(2,34)
BANCOS PRIVADOS	23,00%	28,12%	31,48%	35,45%	2,97
COOPERATIVAS	11,33%	13,09%	14,56%	15,60%	1,04
MUTUALISTAS	0,76%	0,71%	0,76%	0,80%	0,04
SOCIEDADES FINANCIERAS	0,08%	0,06%	0,12%	0,17%	0,05
INSULAR	63,73%	70,57%	73,98%	81,09%	7,11
BANCA PUBLICA	21,58%	25,38%	25,13%	29,45%	4,31
BANCOS PRIVADOS	42,15%	45,19%	48,85%	51,64%	2,79
COOPERATIVAS	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	--
SIERRA	64,65%	70,78%	78,68%	89,26%	10,58
BANCA PUBLICA	1,91%	2,56%	3,39%	3,86%	0,47
BANCOS PRIVADOS	34,30%	39,47%	43,80%	48,61%	4,81
COOPERATIVAS	23,23%	24,79%	27,27%	32,32%	5,04
MUTUALISTAS	5,04%	3,82%	4,05%	4,30%	0,25
SOCIEDADES FINANCIERAS	0,17%	0,14%	0,16%	0,17%	0,01
TOTAL GENERAL	49,70%	57,11%	65,97%	72,05%	6,08

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas

ELABORACIÓN: Los Autores

2.2.1. Por tipo de depósitos

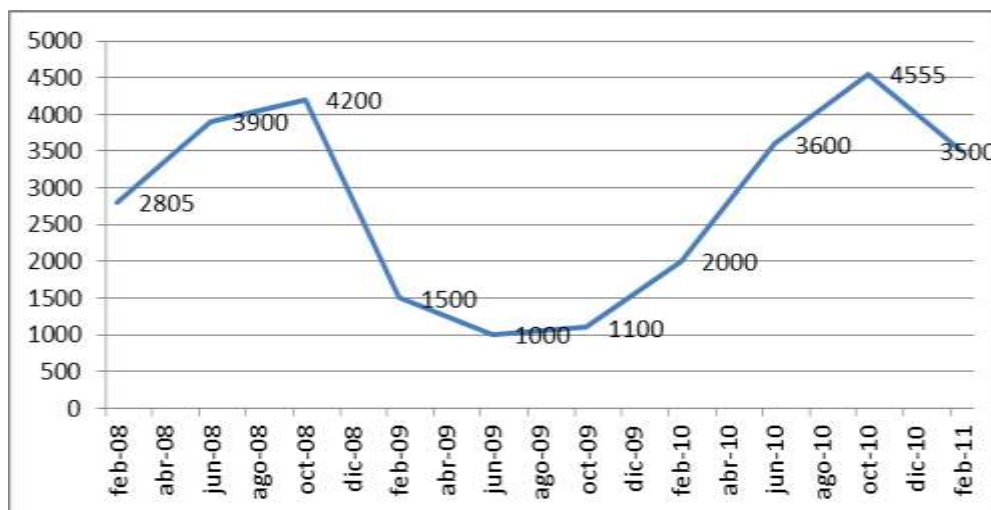
Depósitos de Ahorro: De acuerdo a RODRÍGUEZ, Valverde (2009), manifiesta que depósitos de ahorro “Es un contrato por el cual se brinda a las personas naturales o jurídicas la posibilidad de depositar su dinero en condiciones que estimulen su tenencia de ahorrar, los que pueden ser retirados, previo un aviso anticipado o liberado del mismo en cualquier momento, con derecho a una remuneración por el tiempo de permanencia del depósito en poder del Banco”

“Los depósitos de ahorro a febrero del 2011, registraron una tendencia positiva al mostrar una tasa de crecimiento mensual del 1,93% misma que implicó un aumento de USD \$ 86 millones en captaciones de este tipo, respecto a Enero del 2010 (Ver gráfico número 2). El saldo de las captaciones de ahorro para este mes contabilizó

⁸ Muñoz, Roberto. (2010). Desarrollo Financiero [En línea]. Disponible en: http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/articulos_financieros/Estudios%20Tecnicos/2011/AT1_2011.pdf. [Consulta 2 de Noviembre 2011]

USD \$ 4,555 millones, es decir USD \$ 849 millones más que el saldo mantenido en febrero 2010, su tasa de crecimiento anual fue del 22.91%. Entre febrero 2008 y 2011, estas captaciones se han expandido en el 62.42% con una media anual del 20.81%, en términos absolutos esta expansión representa un aumento en las captaciones por un monto de USD \$ 1,751 millones.

**GRÁFICO Nro. 2
DEPÓSITOS DE AHORRO**



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas
ELABORACIÓN: Los Autores

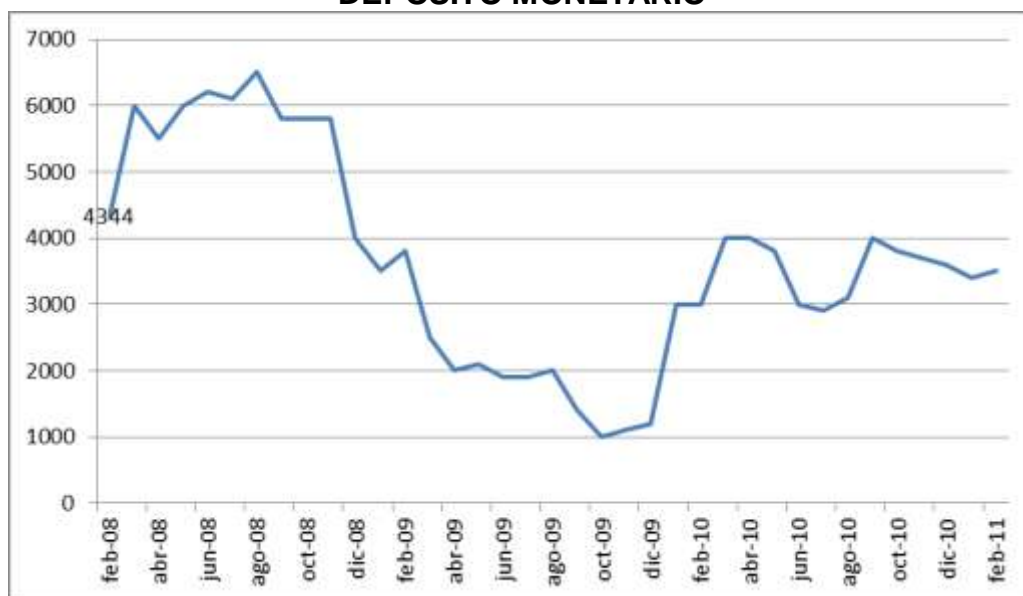
Depósitos Monetarios: De acuerdo a PEREZ, Carlos (2010), manifiesta que depósitos monetarios “Son recursos que están a disposición de los titulares en forma inmediata, pudiéndolos retirar mediante la presentación de cheques de su cuenta u otros medios como tarjetas de retiro de cajero automático”, es decir son depósitos corrientes que pueden ser utilizados en cualquier momento a voluntad y requerimiento del titular de la cuenta, es una forma de captación de depósito que constituye un servicio que ofrece el banco y al cual acuden y se cogen los clientes debido a la confianza, comodidad, seguridad, y control que se le da a los fondos que ponen bajo la custodia del banco.

El saldo de los depósitos monetarios al finalizar el mes de febrero del 2011 ascendió a USD \$ 7,199 millones, registrando una variación mensual del 3,25% misma que implica un aumento neto de USD \$ 227 millones respecto al saldo mantenido en enero pasado. Entre febrero del 2010 y 2011, las captaciones monetarias se han

expandido a una tasa del 23,435% anual, índice que denota un incremento de USD \$ 1,366 millones en el último año.

La tendencia que se observa para los últimos meses sigue siendo positiva, aun cuando no se registren los niveles de crecimiento obtenidos en periodos pasados. El saldo de las captaciones de este tipo a febrero es 1,65 veces superior al obtenido en febrero del 2008 (ver gráfico número 3).”⁹

**GRÁFICO Nro. 3
DEPOSITO MONETARIO**



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas

ELABORACIÓN: Los Autores

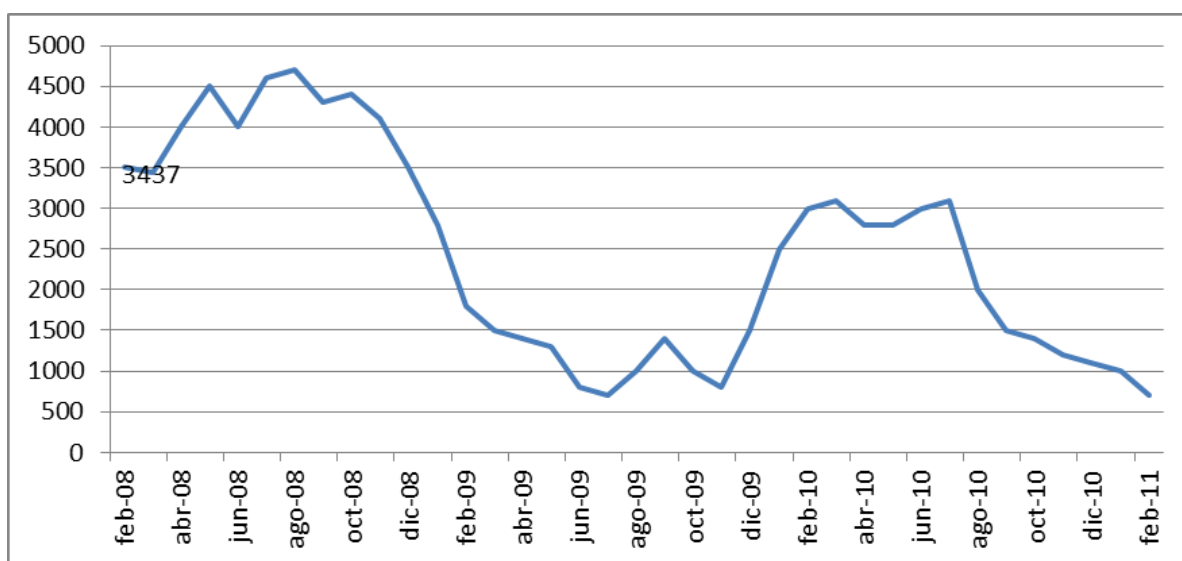
Depósitos A Plazo: De acuerdo a MORALES, Edgar (2008), manifiesta que depósitos a plazo “Son depósitos que se formalizan entre el cliente y el banco por medio de un documento o certificado; se pactan por un monto y plazo determinado y de los mismos no pueden hacerse retiros ni incrementarse antes del vencimiento del plazo pactado”.

“Las captaciones a plazo durante el mes de febrero del 2011 mostraron una evolución favorable mensual, al registrar una tasa de expansión del 2,20% misma que representó un aumento de USD \$ 91 millones. Sin embargo, respecto a febrero del 2010 las captaciones a plazo muestran una contracción del 3.43% producto de

⁹ [En línea]. Disponible en http://www.asobancos.org.ec/inf_macro/febrero.pdf [Consulta 6 de Noviembre 2011]

una reducción de USD \$ 150 millones en su saldo a febrero del presente año. En ese orden, las captaciones de hasta 30, 90, 180 días se han reducido en USD \$ 72, USD \$ 138 y USD \$ 30 millones respectivamente durante el último año: este comportamiento denota que la gente puede estar buscando mayores plazos de inversión o buscan mantener sus recursos en captaciones de alta liquidez como las monetarias o de las de ahorro”¹⁰.

**GRÁFICO Nro. 4
DEPOSITOS MONETARIOS**



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas

ELABORACIÓN: Los Autores

2.2.2. Profundización financiera de depósitos

“La profundización financiera de los depósitos del sistema financiero nacional llegó a 35,47% superior en 2,49 puntos porcentuales al registrado en Diciembre 2009, mientras que entre Diciembre 2007 y Diciembre 2010 el incremento registrado fue de 8,53 puntos. La banca privada registró el mayor índice de profundización (27,93%), cifra que representó el 79% de la profundización total de los depósitos. La Región Sierra, a su vez presentó el mayor índice de profundización de depósitos (24,11%), cifra que representó el 70% de la profundización total.

¹⁰ [En línea]. Disponible en http://www.asobancos.org.ec/inf_macro/febrero.pdf [Consulta 8 de Noviembre 2011]

CUADRO Nro. 10
PROFUNDIZACIÓN FINANCIERA DE LOS DEPÓSITOS
 SISTEMA FINANCIERO NACIONAL
 DEPÓSITOS POR SUBSISTEMAS (miles)

	Diciembre 2007	Diciembre 2008	Diciembre 2009	Diciembre 2010	Variación Absoluta	Variación Relativa
BANCA PUBLICA	312.911	451.127	1.323.815	1.462.199	138.384	10,45%
BANCOS PRIVADOS	10.241.273	12.766.453	13.673.00	15.921.170	2.248.165	16,44%
COOPERATIVAS	929.696	1.133.562	1.376.526	1.829.101	452.575	32,88%
MUTUALISTAS	430.236	315.547	319.883	382.296	62.414	19,51%
SOCIEDADES FINANCIERAS	345.457	521.280	460.292	621.608	161.316	35,05%
TOTAL GENERAL	12.259.573	15.187.969	17.153.520	20.216.375	3.062.855	17.86%

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas
 ELABORACIÓN: Los Autores

A Diciembre 2010, el total de depósitos en el país ascendió a 20.216,37 millones de dólares, esto es 17,86% más que Diciembre 2009 y alrededor de 64,90% más que Diciembre 2007; recursos que fueron captados de 10.138.780 depositantes alrededor del país, superior en 987.919 al número de clientes de diciembre pasado y aproximadamente unos 3,5 millones más que Diciembre 2007; es decir hubo un crecimiento acumulado de clientes de 49,94%.

CUADRO Nro. 11
PROFUNDIZACIÓN FINANCIERA DE LOS DEPÓSITOS POR SUBSISTEMAS
 SISTEMA FINANCIERO NACIONAL
 PROFUNDIZACIÓN FINANCIERA DE DEPOSITOS

	Diciembre 2007	Diciembre 2008	Diciembre 2009	Diciembre 2010	Variación Absoluta
BANCA PUBLICA	0,69%	0,83%	2,54%	2,57%	0,02
BANCOS PRIVADOS	22,51%	23,55%	26,28%	27,93%	1,65
COOPERATIVAS	2,04%	2,09%	2,65%	3,21%	0,56
MUTUALISTAS	0,95%	0,58%	0,61%	0,67%	0,06
SOCIEDADES FINANCIERAS	0,76%	0,96%	0,88%	1,09%	0,21
TOTAL GENERAL	26.94%	28,02%	32,97%	35,47%	2,49

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas
 ELABORACIÓN: Los Autores

A Diciembre 2010 la profundización financiera de los depósitos del sistema financiero nacional llegó a 35,47% superior en 2,49 puntos porcentuales al registrado en Diciembre 2009, mientras que entre Diciembre 2007 y Diciembre 2010 el incremento registrado llegó a 8,53 puntos.

El comportamiento de la profundización en el último año fue producto del incremento proporcionalmente superior de los depósitos frente al crecimiento del PIB nominal (9,6%).

Desde Diciembre 2007 hasta la fecha, dada la tendencia creciente de los depósitos del Sistema Financiero Nacional frente al crecimiento más lento del PIB, reveló índices de profundización ascendentes y su comportamiento estuvo explicado fundamentalmente por el comportamiento del subsistema de bancos cuyo peso fue comparativamente superior con los demás subsistemas en términos de profundización total.

En efecto, la banca privada que llegó a un nivel de profundización de 27,93% aportó mayoritariamente con el 78,75% del índice total, pero inferior en 5,30 puntos a la participación que tuvo en el 2008. La pérdida de participación referida fue cubierta por la banca pública cuyo índice fue de 2,57%, mostrando un avance en su participación dentro de la profundización de los depósitos totales al pasar de 2,96% a 7,25%, entre Diciembre 2008 y Diciembre 2010. También las cooperativas que lograron un índice de 3,21% reflejaron un incremento de participación en la profundización financiera en 1,58 puntos porcentuales, mientras que los subsistemas de mutualistas y sociedades financieras al igual que el subsistema de bancos mermaron su peso en la profundización, cabe anotar que a pesar del ligero movimiento en el índice del último año de la banca privada, ésta aumentó desde Diciembre 2007 a la fecha en 5,43 puntos, en tanto que la Banca Pública, y Cooperativas lo hicieron en 1,88 y 1,17 puntos, respectivamente, mientras que Sociedades Financieras lo hizo pero de una manera secundaria en 0,33 puntos.

CUADRO Nro. 12
PROFUNDIZACIÓN FINANCIERA DE DEPÓSITOS POR REGIONES
MONTO DE DEPOSITOS POR REGIONES (miles)

	Diciembre 2007	Diciembre 2008	Diciembre 2009	Diciembre 2010	Variación Absoluta	Variación Relativa
AMAZONICA	201.382	252.512	274.635	317.051	42.416	15,44%
COSTA	3.766.407	4.794.239	5.022.769	6.134.832	1.112.063	22,14%
INSULAR	24.478	24.311	22.309	24.647	2.338	10,48%
SIERRA	8.267.307	10.116.907	11.833.808	13.739.845	1.906.038	16,11%
TOTAL GENERAL	12.259.573	15.187.969	17.153.520	20.216.375	3.062.855	17.86%

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas
ELABORACIÓN: Los Autores

A Diciembre 2010, las Regiones Sierra y Costa aportaron con el 55,68% y 39,51% de clientes depositantes del SFN; correspondiente a 5,6 millones y 4,0 millones de depositantes, respectivamente, registrándose que mientras en la Costa entre Diciembre 2007 y Diciembre 2009 los depositantes crecieron a un promedio de 654

mil por año, entre Diciembre 2009 y Diciembre 2010, esta tendencia cayó a 172 mil. No así en la región Sierra donde se observa que entre Diciembre 2007 y Diciembre 2009 el crecimiento fue en promedio de 476 mil por año, frente a los 741 mil del último año.

En cuanto a los montos depositados, la Costa mantiene una participación de alrededor 30% del total nacional, en cambio que la Sierra lo hace en porcentajes próximos al 68%.

Esta mayor participación de la Sierra dio lugar para que en último año la profundización de esta región llegue al 24,11%, 1,36 puntos más que en el año anterior y 5,94 puntos más que el 2007. La región Costa por su parte, alcanzó una profundización de 10,76%, 1,11 puntos superior a la del 2009, y de 2,49 puntos a la del 2007. Tanto la Región Amazónica como la Insular, mantienen profundizaciones bastante bajas ¹¹.

CUADRO Nro. 13
SISTEMA FINANCIERO NACIONAL PROFUNDIZACIÓN FINANCIERA DE LOS DEPÓSITOS POR REGIONES

	Diciembre 2007	Diciembre 2008	Diciembre 2009	Diciembre 2010	Variación
AMAZONICA	0,44%	0,47%	0,53%	0,56%	0,03
COSTA	8,28%	8,84%	9,66%	10,76%	1,11
INSULAR	0,05%	0,04%	0,04%	0,04%	0,00
SIERRA	18,17%	18,66%	22,75%	24,11%	1,36
TOTAL GENERAL	26.94%	28,02%	32,97%	35,47%	2,49

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas

ELABORACIÓN: Los Autores

2.3. Evolutivo de Colocaciones

“El año 2010 para la economía ecuatoriana, al igual que ha ocurrido con la economía mundial, ha sido un año de recuperación económica en comparación a lo vivido en el año 2009, en donde la economía ecuatoriana vio mermar su crecimiento a consecuencia de la crisis económica internacional que evidenció sus efectos tanto en el sector financiero como en el sector real. La crisis económica iniciada en los sectores financieros se transmitió al sector real de la economía al crear un clima de incertidumbre que afectó variables reales, como el consumo, provocando una

¹¹ [En línea]. Disponible en http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/articulos_financieros/Estudios%20Tecnicos/2011/AT1_2011.pdf [Consulta 8 de Noviembre 2011]

contracción en la demanda de bienes y servicios que repercutió en menores niveles de producción; tal es así que el PIB en el año 2009 creció a una tasa del 0.36% en relación al año 2008. Para el año 2010, como ya se mencionó anteriormente, la economía ecuatoriana muestra una recuperación, lo cual se refleja en la mayor tasa de crecimiento del PIB que hasta el tercer trimestre del año 2010 fue del 3.96%.

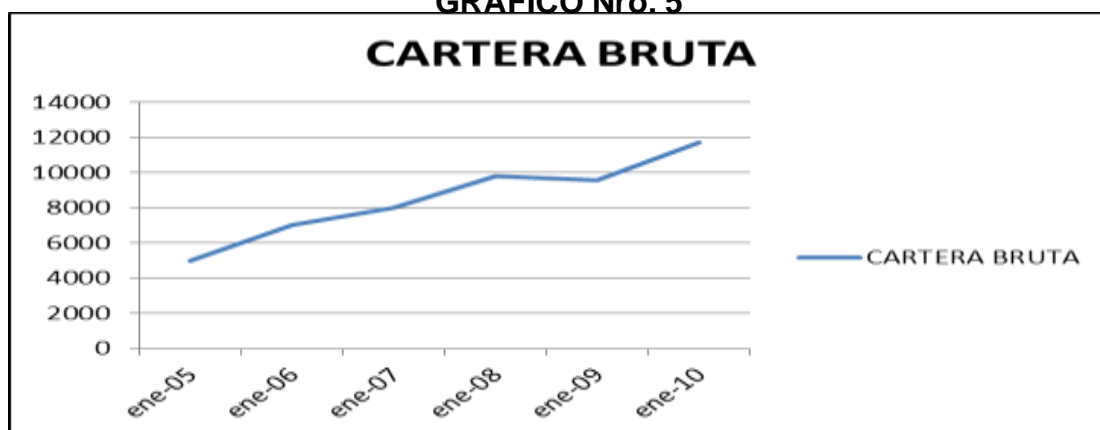
Durante el año 2009, el sistema bancario ecuatoriano experimentó una reducción en sus colocaciones, consecuencia de factores coyunturales como la crisis financiera internacional que generó un clima de incertidumbre. El sistema bancario en general sufrió una desaceleración de sus captaciones en el año 2009, que consecuentemente frenó el ritmo de crecimiento que venían manteniendo las colocaciones de las instituciones financieras componentes del sistema hasta el año 2008. Los hechos mencionados determinaron un moderado crecimiento del sistema bancario en el año 2009; sin embargo, este ritmo de crecimiento denota una recuperación para el año 2010, en donde se observa que los activos totales del sistema de bancos privados pasaron de US\$ 17,525.59 millones en 2009 a US\$ 20,595.28 millones, lo cual muestra un importante crecimiento del 17.52%, reflejando la recuperación de los niveles de crecimiento en activos del sector

Luego de un periodo de crecimiento constante de las colocaciones del sistema comprendido entre los años 2005 y 2008, para el año 2009 la crisis económica internacional tuvo sus efectos en el sistema bancario local al reducir el ritmo de crecimiento de la cartera de créditos. Sin embargo, para el año 2010 se observa una recuperación paulatina de las colocaciones que se deriva del mejor contexto económico vivido durante dicho año, en el cual ante la menor incertidumbre del sistema se reactivó la demanda de crédito; así, la cartera de créditos del sistema de bancos privados creció de US\$ 8,847.70 millones en diciembre de 2009 a US\$ 10,717.68 millones en diciembre de 2010.

La estructura de las colocaciones del sistema determinó que la mayor parte de los créditos colocados en el sistema corresponde a la cartera comercial, que ascendió a US\$ 5,175.21 millones, los que representan el 45.55% de la cartera de créditos bruta. La cartera de consumo en términos reales mostró un crecimiento de US\$ 851.7 millones ya que pasó de US\$ 2,869.73 millones en 2009 a US\$ 3,721.43

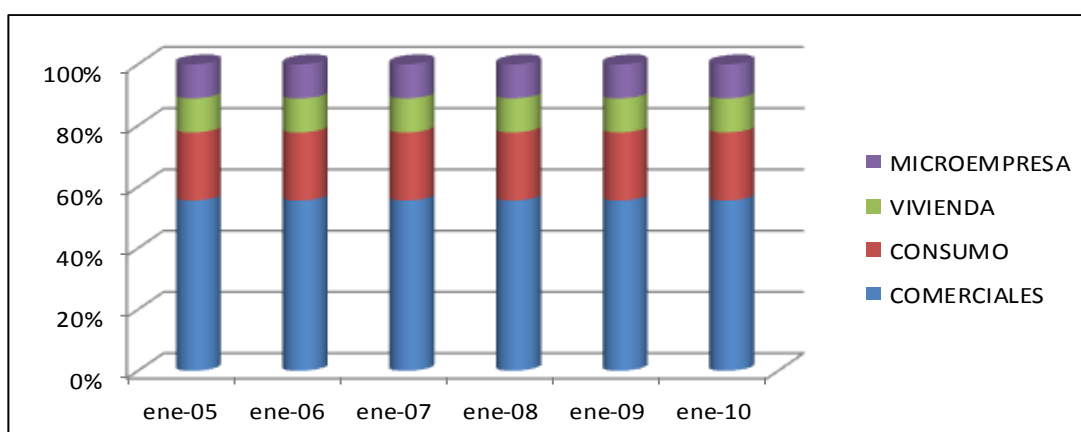
millones en 2010, representando el 32.76% de la cartera bruta. Por otra parte, la cartera de vivienda mostró un ligero incremento, ya que pasó de US\$ 1,309.93 millones en 2009 a US\$ 1,466.20 millones en 2010, lo cual representa el 12.91%. Adicionalmente, se debe destacar el espacio que ha ganado el segmento de crédito a la microempresa a partir del año 2005, cuando representó el 6.51% de la cartera bruta; durante este último periodo se observa un incremento pasando de US\$ 847.27 millones en 2009 a US\$ 998.18 millones en 2010, mostrando un crecimiento del 17.81%, y llegando a representar el 8.79% de la cartera bruta. Con ello se ratifica el crecimiento que ha venido manteniendo la línea de crédito dirigido para la microempresa durante este periodo de tiempo (2005-2010), en el que se observa que esta cartera de crédito ha crecido a una tasa promedio anual de 23.80%.”¹².

GRÁFICO Nro. 5



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 6
COLOCACIONES POR TIPO DE CREDITO



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas
ELABORACIÓN: Los Autores

¹² [En línea]. Disponible en http://www.ratingspcr.com/archivos/publicaciones/SECTORIAL_ECUADOR_BANCOS_201012.pdf [Consulta 10 de Noviembre 2011]

2.3.1. Por Tipo de Cartera

“El nivel de activos del sistema de bancos privados en Ecuador mostró un considerable crecimiento del 17.52% con respecto al año 2009, lo cual evidencia la recuperación del sector ya que el crecimiento de los activos se sustenta principalmente en su cartera de créditos y también en las inversiones del sector. La cartera de créditos del sistema de bancos privados ascendió a US\$ 10,717.68 millones a diciembre de 2010, mostrando un crecimiento del 21.14% en relación al año 2009, evidenciando de esta manera la reactivación del ritmo de las colocaciones del sector a medida que la crisis financiera de 2009 se ha ido superando. Por otro lado, las inversiones crecieron un 22.25% ya que a diciembre de 2010 ascendieron a 2,625.86 millones”¹³.

CUADRO Nro. 14
SISTEMA FINANCIERO DE REPORTE GERENCIAL Y TIPO DE CARTERA AÑO 2009

CUENTA	BANCOS PRIVADOS	COOPERATIVAS AHORRO Y CREDITO	MUTUALISTAS	SOCIEDADES FINANCIERAS	BANCA PUBLICA
CARTERA BRUTA	9.453,75	1.396,40	221,62	792,22	2.175,18
COMERCIAL	4.426,82	16,57	36,07	65,54	1.984,22
% Total Carter Bruta	0,05	1,19	16,28	8,27	91,22
CONSUMO	2.869,73	634,06	46,33	682,95	32,20
% Total Carter Bruta	0,03	45,41	20,90	86,21	1,48
VIVIENDA	1.309,93	144,23	137,86	10,57	19,06
% Total Carter Bruta	0,01	10,33	62,21	1,33	0,88
MICROEMPRESA	847,27	601,54	1,36	33,16	139,70
% Total Carter Bruta	8,96	43,08	0,61	4,19	6,42

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas
ELABORACIÓN: Los Autores

CUADRO Nro. 15
SISTEMA FINANCIERO DE REPORTE GERENCIAL Y TIPO DE CARTERA AÑO 2010

CUENTA	BANCOS PRIVADOS	COOPERATIVAS AHORRO Y CREDITO	MUTUALISTAS	SOCIEDADES FINANCIERAS	BANCA PUBLICA
CARTERA BRUTA	1.827,80	264,36	264,36	958,29	2.852,76
COMERCIAL	42,80	41,89	41,89	75,29	2.438,94
% Total Carter Bruta	2,34	15,85	15,85	7,86	85,49
CONSUMO	870,13	85,50	85,50	835,23	43,70
% Total Carter Bruta	47,61	32,34	32,34	87,16	1,53
VIVIENDA	193,40	135,22	135,22	9,18	23,13
% Total Carter Bruta	10,58	51,15	51,15	0,96	0,81
MICROEMPRESA	721,48	1,74	1,74	38,59	346,99
% Total Carter Bruta	39,47	0,66	0,66	4,03	12,16

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas
ELABORACIÓN: Los Autores

¹³ [En línea]. Disponible en http://www.ratingspqr.com/archivos/publicaciones/SECTORIAL_EC_UADOR_BANCOS_201012.pdf [Consulta 10 de Noviembre 2011]

CUADRO Nro. 16
SISTEMA FINANCIERO DE REPORTE GERENCIAL Y TIPO DE CARTERA AÑO 2011

CUENTA	BANCOS PRIVADOS	COOPERATIVAS AHORRO Y CREDITO	MUTUALISTAS	SOCIEDADES FINANCIERAS	BANCA PUBLICA
CARTERA BRUTA	12.250,09	2.034,75	300,47	991,07	2.947,55
COMERCIAL	5.462,14	52,72	48,18	70,15	2.562,85
% Total Carter Bruta	0,04	2,59	16,03	7,08	86,95
CONSUMO	4.278,14	1.000,08	91,15	876,32	50,71
% Total Carter Bruta	0,03	49,15	30,34	88,42	1,72
VIVIENDA	1.489,97	208,15	158,07	8,54	21,87
% Total Carter Bruta	0,01	10,23	52,61	0,86	0,74
MICROEMPRESA	1.019,84	773,80	3,07	36,06	312,12
% Total Carter Bruta	8,33	38,03	1,02	3,64	10,59

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas

ELABORACIÓN: Los Autores

2.3.2. Profundización Financiera de la Cartera de Créditos

“La profundización financiera de los depósitos del sistema financiero nacional llegó a 35,47% superior en 2,49 puntos porcentuales al registrado en Diciembre 2009, mientras que entre Diciembre 2007 y Diciembre 2010 el incremento registrado fue de 8,53 puntos. La banca privada registró el mayor índice de profundización (27,93%), cifra que representó el 79% de la profundización total de los depósitos. La Región Sierra, a su vez presentó el mayor índice de profundización de depósitos (24,11%), cifra que representó el 70% de la profundización total.

La profundización de cartera llegó a 25,99% con una tendencia creciente entre Diciembre 2007 y Diciembre 2010, que en promedio llegó a 2,16 puntos porcentuales, siendo el 2009, el año de mayor incremento con 4,14 puntos porcentuales. El subsistema de bancos presentó el mayor índice de profundización de cartera (16,71%), cifra que representó el 64% del índice total. La Región Sierra reflejó la mayor profundización de la cartera (14,91%) cifra que a su vez representó el 57% de la profundización total de la cartera.

La densidad financiera incluidos todos los puntos de atención al cliente del Sistema Financiero Nacional en Diciembre 2010 fue de 10,70 Puntos de Atención por cada 20.000 habitantes, cifra superior en 1,66 puntos respecto de Diciembre 2009; y, mayor en 4,18 puntos en relación a Diciembre 2007. La banca privada registró el mayor índice de densidad financiera (9,32 puntos de atención por cada 20.000 habitantes), cifra que representó el 87% de la densidad financiera total.

A Diciembre 2010, la Región Insular presentó el mayor nivel de densidad financiera con un índice de 25,45 puntos de atención por cada 20.000 habitantes; luego se ubicó la Sierra con un índice de 12,33 puntos. La Provincia de Galápagos registró el mayor nivel de densidad financiera incluido todos los puntos de atención, con un índice de 25,45 Puntos de atención por cada 20.000 habitantes; seguida por Santa Elena con 25,34 puntos y Pichincha con 17,56 puntos de atención. La densidad por entidades, tomando en cuenta todos los Puntos de Atención, destaca la presencia del Banco de Guayaquil con 4,29 Puntos de Atención por cada 20.000 habitantes, habiendo crecido en el último año en 1,35 Puntos y 3,23 Puntos desde Diciembre 2007.

En definitiva, entre Diciembre 2007 y Diciembre 2010, la bancarización, la profundización financiera tanto de depósitos como de cartera y la densidad financiera del Sistema Financiero Nacional registraron un comportamiento favorable y creciente, aportando de esta manera al incremento del desarrollo financiero del país.

CUADRO Nro. 17
SISTEMA FINANCIERO NACIONAL CARTERA POR SUBSISTEMAS (miles)

	Diciembre 2007	Diciembre 2008	Diciembre 2009	Diciembre 2010	Variación Absoluta	Variación Relativa
BANCA PUBLICA	1.090.313	1.688.489	2.381.454	3.009.671	628.217	26,83%
BANCOS PRIVADOS	6.456.637	8.188.759	8.994.101	9.525.835	531.734	5,91%
COOPERATIVAS	947.023	1.185.691	1.380.045	1.802.474	422.429	30,61%
MUTUALISTAS	250.219	220.776	216.426	256.926	40.500	18,71%
SOCIEDADES FINANCIERAS	140.326	159.105	160.607	221.325	60.718	37,81%
TOTAL GENERAL	8.884.518	11.442.820	13.132.632	14.816.231	1.683.599	12,82%

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas

ELABORACIÓN: Los Autores

A Diciembre 2010, la cartera bruta totalizó 14.816,23 millones de dólares, esto es 1.683,60 millones (12,82%) más que en Diciembre 2009, explicado principalmente por el comportamiento de la Banca Pública que incrementó su cartera en 628,22 millones, la de la Banca Privada en 531,73 millones y Cooperativas en 422,43 millones. Sin embargo entre Diciembre 2007 y Diciembre 2010, la cartera del sistema financiero crece en 5.931,71 millones, siendo la Banca Privada la protagonista con 3.069,20 de incremento y la Banca Pública con 1.919,36 millones, mientras que el Sector de Cooperativas lo hizo en 855,45 millones”¹⁴.

¹⁴ [En línea]. Disponible en http://www.ratingspqr.com/archivos/publicaciones/SECTORIAL_ECUDOR_BANCOS_201012.pdf [Consulta 14 de Noviembre 2011]

2.4. Productos y Servicios Financieros. Tipos y Costos

Los productos y los servicios financieros forman parte de las actividades que los bancos e intermediarios financieros ofrecen a sus clientes con el fin de satisfacer necesidades relacionadas con los depósitos y colocaciones.

Dentro de los **Productos financieros** podemos destacar:

**CUADRO Nro. 17.1
PRODUCTOS FINANCIEROS**

PRODUCTOS FINANCIEROS	MODALIDADES
CUENTAS BANCARIAS	Cuenta Corriente: Es un contrato escrito por el cual un banco se obliga a cumplir órdenes de pago que emite el cuenta correntista en forma de cheques
	Cuenta de ahorros: El objetivo principal es la protección de los ahorros.
	Cuenta de ahorro vivienda: Se crea con el fin de depositar los ahorros destinados a la compra de vivienda.
DEPOSITO BANCARIO	Depósitos de Ahorro: Es una operación pasiva a la vista
	Depósitos a la vista: Son saldos de las cuentas bancarias a los que los depositantes tienen acceso a la vista mediante cheque o cajero
	Depósitos a Plazo: Es una operación financiera por la cual una entidad financiera a cambio del mantenimiento de ciertos recursos monetarios reporta rentabilidad en forma de dinero o especie
	Plazo Fijo: Permite administrar la operatoria de captación de depósitos a plazo con vencimientos fijos.
	Repos: Son captaciones de fondos de 1 a 30 días mediante venta de papeles
CRÉDITOS	Préstamo: Son obligaciones contractuales en que un prestamista entrega dinero a un prestatario a cambio de un interés y/o comisiones al cabo de un tiempo determinado.
	Préstamo Hipotecario: Préstamo que tiene como garantía un bien inmueble.
	Préstamos Personales: Es una operación de crédito que consiste en prestar cierta cantidad de dinero a una persona natural amprado en un contrato.
	Préstamos Quirografario: Es una préstamo en el que el prestatario firma uno o varios pagares, por los que se ve obligado a reembolsar el capital más los intereses al prestamista
	Tarjeta de Crédito: Es un documento que permite a su titular adquirir bienes o servicios en establecimientos afiliados al sistema, difiriendo su pago o a crédito.
	Tarjetas de Débito: Son un medio para comprar sin usar efectivo.

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas

ELABORACIÓN: Los Autores

SERVICIOS FINANCIEROS

El sector de los servicios financieros corresponde a una actividad comercial, prestadora de servicios de intermediación relacionados al ámbito de generación de valor a través del dinero. Desde el punto tributario, son actividades que están clasificadas en el comercio. Tributan en la 1ª Categoría, sobre la base de rentas efectivas. Las actividades que incluye este sector de los servicios financieros son principalmente:

1. Bancos e instituciones financieras: Bancos internacionales, extranjeros, representaciones.
2. Oferta y contratación de seguros: Empresas de seguros generales, de vida, de crédito, corredores.
3. Administradoras de fondos: Generales, de pensiones, mutuos, para la vivienda, de inversión.
4. Mercado de valores: Bolsas de comercio y de valores, corredores.
5. Otros servicios financieros: Factoraje, arrendamiento financiero, casas de cambio.

Siendo el sistema financiero un elemento fundamental para el desarrollo de la economía a que canaliza los recursos financieros desde las unidades económicas excedentarias a las unidades económicas deficitarias, para realizar operaciones comerciales e inversiones.

El sistema financiero se puede definir como el mecanismo que, respetando las condiciones de seguridad suficientes para el ahorro (o aquel que presta sus fondos) garantiza a la inversión los fondos necesarios para su actividad, lo que constituye el motor para la generación de renta y riqueza.

El sistema financiero pertenece al sector terciario desde el punto de vista estático, pero adquiere un peso especial en la economía, ya que desde el punto de vista dinámico, es el circuito a través del cual se captan, movilizan y asignan los recursos financieros, con los que se hace posible la producción, distribución y consumo de bienes.

Los servicios que presta el sistema financiero son numerosos y cada vez más necesarios para el comportamiento económico de particulares y empresas. Pero según el lugar que este ocupa en el funcionamiento del sistema económico, vamos a destacar 3 funciones fundamentales:

Provisión de recursos a sectores productivos: (Proveer a los inversores, de fondos para realizar inversiones). Es la función principal.

El sistema financiero hace posible los procesos de inversión productiva y a través de ello condiciona el nivel de producción real y el nivel de empleo. Para ello el sistema financiero realiza 3 subfunciones: Captación, Canalización y Asignación de los recursos financieros.

- Captación de capital. La cantidad de recursos disponibles para la inversión depende de la capacidad del sistema financiero de captar ahorro. El ahorro depende de la rentabilidad, liquidez y riesgo que ofrezcan los intermediarios financieros a las unidades económicas excedentarias, por la que el sistema financiero puede influir en el nivel de ahorro. Por tanto su funcionamiento debe ser óptimo para captar el máximo ahorro potencial y convertirlo en ahorro efectivamente disponible.
- Canalización. Para su buen funcionamiento es necesaria una estructura suficientemente diversificada para ofrecer a los inversores un fácil acceso a las fuentes de financiación (ofrecer diversidad de productos tanto para ahorradores, como para inversores), buscando un coste de intermediación mínimo (coste del proceso de canalización que suponen una carga para la economía, al reducir el volumen de recursos disponibles).
- Asignación de recursos. Es necesario que el sistema financiero seleccione las mejores oportunidades de inversión, garantizándole financiación suficiente. Es una forma de impulsar a las empresas, es importante que inversiones potencialmente rentables no queden desasistidas.
- Creación de liquidez. El efectivo en circulación, billetes y monedas de uso legal suponen un 10% de la liquidez total (no todo el dinero que poseen las

personas existe físicamente). El resto del dinero lo crean las entidades financieras con la concesión de préstamos y créditos y la disponibilidad de fondos captados a los ahorradores.

Por tanto es necesario exigir a las entidades financieras un máximo de solvencia, esto lo controla la autoridad monetaria.

- Soporte de la política monetaria. La política monetaria se utiliza fundamentalmente para controlar la inflación. Para la aplicación de los instrumentos de política monetaria, coeficiente de caja (cantidad de dinero liquidado), fluctuación de los tipos de interés (si sube el tipo de interés, bajan los préstamos y baja la liquidez), etc., necesitan al sistema financiero.

COMPONENTES DEL SISTEMA FINANCIERO.

Son los 3 elementos que van a configurar la estructura del sistema financiero.

- **Activos financieros y dinero.** Los activos financieros se representan mediante títulos, que son certificados acreditativos de la deuda contraída con el emisor y de los derechos de su poseedor. Actualmente se realiza mediante anotaciones en cuenta. Los activos financieros sirven para transferir fondos y riesgos. Sus características son la liquidez, rentabilidad y riesgo.

Liquidez. Es la facilidad y rapidez de conversión de activo financiero en monedas y billetes. Estos son los activos de máxima liquidez y en contra están los préstamos a L/P que son activos financieros de mínima liquidez.

Rentabilidad y Riesgo. Son características que están relacionadas en los activos. A mayor riesgo el accionista exigirá una mayor rentabilidad.

El dinero. En términos financieros, no es solo la circulación fiduciaria (monedas y billetes) son también otros activos de alta liquidez (depósitos en cuenta corriente).

- **Mercados financieros.** Es el lugar, no necesariamente físico, y los procedimientos a través de los cuales se produce el intercambio de activos financieros y se determinan sus precios.

Los mercados financieros **se caracterizan** por:

- Amplitud. Depende del volumen de activos que en ellos se intercambie.
- Transparencia. Según la información que se suministre.
- Grado de apertura. Según la libertad de acceso de los agentes económicos al mercado.
- Profundidad. Depende del nº de órdenes de compra-venta (nº de operaciones).
- Flexibilidad. Facilidad de reacción de los agentes a los cambios en los precios u otras condiciones del mercado.

En función de las características podemos establecer una clasificación no excluyente (un mercado puede pertenecer a diferentes categorías) de los mercados financieros:

1º-Según el plazo, riesgo y liquidez de los activos financieros que en ellos negocian.

Mercados Monetarios: En él se intercambian activos de gran liquidez, según el plazo de venta no mayor de un año. Son mercados de referencia para la formación de tipos de interés.

Mercados de Capitales: Se intercambian activos financieros con plazo mayor de un año y con diferentes grados de riesgo y liquidez (se incluyen las acciones). Es fundamental para el crecimiento económico ya que de él depende la inversión.

2º- Según se intercambien activos en una primera transmisión o en sucesivas transmisiones.

Mercados Primarios: Se intercambian activos financieros nuevos, recién emitidos. Es donde se obtiene nueva financiación.

Mercados Secundarios: Se intercambian activos financieros que con anterioridad se habían emitido en un mercado primario. Dota de liquidez al sistema financiero.

3º- Otros.

Mercados Negociados: Los títulos se intercambian directamente entre los agentes e intermediarios, donde fijan el lugar, el precio y otras condiciones.

Mercados Abiertos: En él se comercian simultáneamente muchos títulos, los compradores y vendedores no suelen conocerse entre sí, por lo que es necesaria la intervención de mediadores autorizados.

- **Mediadores e Intermediarios Financieros.** Se encargan de poner a los agentes en contacto y de hacer compatibles las necesidades de unos y otros. Esto va a suponer la transformación de activos financieros primarios (emitidos para obtener fondos) en activos secundarios, transforma activos a L/P en C/P.

Los mediadores actúan por cuenta de terceros a cambio de una comisión, en cuyo caso no asumen riesgos (brokers) o actúan por cuenta propia por lo que si asumen riesgos. De cualquier forma no crean activos nuevos, se limitan a comprar y vender los mismos activos”¹⁵.

El sector de servicios financieros está cambiando rápidamente y está volviéndose altamente competitivo, cada institución maneja su base de datos tratando de proteger su base de clientes, así como competir por nuevos negocios, siendo siempre su objetivo facilitar las operaciones bancarias entre el banco y el usuario, tratando de destacar características tales como la heterogeneidad, Inseparabilidad, Perecederidad, Responsabilidad fiduciaria.

COSTOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

Los reportes correspondientes a los precios de los servicios financieros son elaborados a partir de la información remitida por las instituciones financieras que se encuentran bajo el control de la Superintendencia de Bancos y Seguros.

Esta información constituye el inicio de una estrategia de transparencia que facilita el impulso de una política de precios que admite perfeccionar la eficacia de las instituciones financieras. De esta manera, se promueve la eficaz utilización del ahorro en las actividades productivas; además permite a los clientes del sistema financiero discernir con mayores conocimientos sobre sus conveniencias, para demandar productos y servicios financieros.

¹⁵ [En línea]. Disponible en <http://el-sector-financiero.htm.com.pdf>. [Consulta 17 de Noviembre 2011]

La información relacionada a tasas de interés pasivas y costo total de financiamiento de las operaciones de crédito, será remitida por las instituciones financieras con periodicidad semanal con corte al día viernes de cada semana. Las tasas de interés tanto para operaciones activas como para las operaciones pasivas, así como el costo total de financiamiento son anualizadas.

EL COSTO TOTAL DE FINANCIAMIENTO: Es la tasa que iguala en cualquier fecha el valor actual de los efectivos recibidos y entregados a lo largo de la operación, por todos los conceptos, incluido las primas de seguro de desgravamen. El seguro de desgravamen no incluye impuestos ni aportes, siempre que la entidad imponga dicho seguro como condición obligatoria para conceder el crédito.

- En forma mensual se reporta los datos sobre:
- Costos asociados a las tarjetas de crédito;
- Costos de servicios respecto al manejo de cuentas corrientes;
- Costos de servicios relacionados con cuentas de ahorro; y
- Costos de otros servicios.

COSTOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

De acuerdo a la resolución de la Junta Bancaria del Ecuador No. JB-2011-1950, se aprobaron las tarifas máximas para el período trimestral que comprende los meses de julio, agosto y septiembre de 2011, dentro de las cuales las instituciones del sistema financiero podrán efectuar cobros por la prestación efectiva de los servicios financieros; y,

En ejercicio de la atribución legal que le otorga la letra b) del artículo 175 de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero,

Resuelve:

“ARTÍCULO 1.- Aprobar las tarifas máximas para el período trimestral que comprende los meses de julio, agosto y septiembre de 2011, dentro de las cuales las instituciones del sistema financiero podrán efectuar cobros por la prestación efectiva de los servicios financieros que constan en los siguientes cuadros:

CUADRO Nro. 17.2
SERVICIOS CON TARIFAS MAXIMAS

Vigente a partir del 1 de julio de 2011

No.	SERVICIO GENÉRICO	NOMBRE DEL SERVICIO	DÓLARES
1	Servicios con cuentas corrientes	Costo por un cheque	0,30
2		Cheque devuelto nacional	2,79
3		Cheque devuelto del exterior	3,24
4		Cheque certificado	2,00
5		Cheque de gerencia	2,50
6		Cheques consideración cámara de compensación	3,00
7		Oposición al pago de cheques	3,00
8		Abstención de pago de cheques	3,00
9		Revocatoria de cheques	3,00
10	Servicios de retiros	Retiro cajero automático clientes de la propia entidad en cajero de otra entidad	0,50
11		Retiro cajero automático clientes de otra entidad en cajero de la entidad	0,50
12		Retiro de efectivo en corresponsales no bancarios de la propia entidad	0,35
13	Servicios de consultas	Consultas impresas en cajeros automáticos	0,35
14	Servicios de referencias	Emisión y entrega de referencias bancarias	2,65
15		Cortes de estados de cuentas	1,83
16	Servicios de entrega	Entrega de estado de cuenta a domicilio	1,66
17		Entrega de estado de cuenta en oficina de la entidad	0,30
18	Servicios de copias	Copias de voucher / vale nacional de consumos con tarjetas de crédito y/o tarjetas de débito	2,00
19		Copias de voucher / vale del exterior de consumos con tarjetas de crédito y/o tarjetas de débito	10,00
20		Copia de estados de cuenta de tarjetas de crédito	0,50
21	Servicios de transferencias	Transferencias interbancarias SPI recibidas	0,30
22		Transferencias interbancarias SPI enviadas por internet	0,50
23		Transferencias interbancarias SPI enviadas en oficina de la entidad	2,15
24		Transferencias interbancarias SCI recibidas	0,30
25		Transferencias interbancarias SCI enviadas por internet	0,28
26		Transferencias interbancarias SCI enviadas en oficina de la entidad	1,93
27		Transferencias enviadas al exterior en oficina de la entidad	55,49
28		Transferencias recibidas desde el exterior	10,00
29		Transferencias nacionales otras entidades oficina	2,00
30	Servicios de consumos nacionales	Consumos en gasolineras con tarjetas de crédito y/o tarjeta de débito	0,26
31	Servicios de reposición	Reposición de libreta de cuenta por pérdida, robo o deterioro	1,00
32		Reposición de tarjetas de débito	4,94
33	Servicios de emisión	Emisión de tarjetas de débito	5,15
35	Servicios renovación	Renovación de tarjetas de débito	1,85

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas

ELABORACIÓN: Los Autores

CUADRO Nro. 17.3
SERVICIOS CON TARIFAS MAXIMAS – CUENTA BÁSICA

Vigente a partir del 1 de julio de 2011

No.	SERVICIO GENÉRICO	NOMBRE DEL SERVICIO	EN DÓLARES
1	Servicios de cuenta básica	Emisión del paquete de apertura de cuenta básica*	6,00

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas

ELABORACIÓN: Los Autores

CUADRO Nro. 17.4
TARIFAS PORCENTUALES DE AFILIACIÓN A ESTABLECIMIENTOS
COMERCIALES Vigente a partir del 1 de julio de 2011

No.	SERVICIO	PORCENTAJE
1	Tarifas de afiliación a establecimientos comerciales, crédito corriente (%)	4,50
2	Tarifas de afiliación a establecimientos comerciales, crédito corriente, Salud y Afines (%)	4,50
3	Tarifas de afiliación a establecimientos comerciales, crédito corriente, Educación (%)	4,50

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas

ELABORACIÓN: Los Autores

CUADRO Nro. 17.5
SERVICIOS DE AFILIACIÓN Y RENOVACIÓN DE TARJETAS DE CRÉDITO
 Vigente a partir del 1 de julio de 2011

CLASIFICACIÓN DE TARJETAS DE CRÉDITO	SEGMENTO DE TARJETA	TARJETAS PRINCIPALES		TARJETAS ADICIONALES	
		Afiliación (en dólares)	Renovación (en dólares)	Afiliación (en dólares)	Renovación (en dólares)
Persona Natural	A+	2 50,00	250,00	9 0,00	9 0,00
	A	1 50,00	150,00	7 5,00	7 5,00
	B	1 30,00	130,00	6 0,00	6 0,00
	C+	6 4,00	64,00	2 0,00	2 0,00
	C	3 6,00	40,00	1 0,00	1 0,00
	D	3 0,00	36,00	1 0,00	1 0,00
Empresariales	A	1 50,00	150,00	2 0,00	2 0,00
	B	1 40,00	140,00	2 0,00	2 0,00
	C+	6 4,00	64,00	2 0,00	2 0,00
	C	6 2,00	68,00	2 0,00	2 0,00
	D	6 0,00	60,00	1 6,00	1 6,00
Marcas compartidas con Supermercados	B	9 0,00	90,00	4 0,00	4 0,00
	C+	5 5,00	55,00	2 3,00	2 3,00
	C	3 0,00	30,00	2 0,00	2 0,00
	D	2 5,00	25,00	1 6,00	1 6,00
Marcas compartidas	B	8 0,00	80,00	1 2,00	1 2,00
	C+	5 5,00	55,00	1 2,00	1 2,00
	C	4 3,00	43,00	1 1,00	1 1,00
	D	4 0,00	40,00	1 0,00	1 0,00
Sistema cerrado	D	1 4,00	14,00	1 4,00	1 4,00
Básica	TODOS LOS SEGMENTOS	2 ,00	2,00	2,00	2,00

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas

ELABORACIÓN: Los Autores

ARTÍCULO 2.- Determinar cómo transacciones básicas y que por su naturaleza son gratuitas a las siguientes:

CUADRO Nro. 17.6
SERVICIOS TRANSACCIONES BÁSICAS GRATUITAS
 Vigente a partir del 1 de julio de 2011

No.	SERVICIO	APLICA PARA	DÓLARES
1	Apertura de cuentas	Cuenta de ahorros	0,00
		Cuenta corriente	0,00
		Cuenta básica	0,00
		Cuenta de integración de capital	0,00
		Depósitos a plazos	0,00
		Inversiones	0,00
		Información crediticia básica	0,00
2	Depósitos a cuentas	Cuenta de ahorros	0,00

		Cuenta corriente	0,00
		Cuenta básica	0,00
		Depósitos a plazos	0,00
		Inversiones	0,00
3	Administración, mantenimiento, mantención y manejo de cuentas	Cuenta de ahorros	0,00
		Cuenta corriente	0,00
		Cuenta básica	0,00
		Depósitos a plazos	0,00
		Inversiones	0,00
4	Consulta de cuentas	Consulta, Oficina	0,00
		Consulta visual, Cajero automático	0,00
		Consulta, Internet	0,00
		Consulta, Banca Telefónica	0,00
		Consulta, Banca Celular	0,00
5	Retiros de dinero	Retiro de dinero por ventanilla de la propia entidad	0,00
		Retiro de dinero por cajero automático clientes propia entidad	0,00
6	Transferencia dentro de la misma entidad	Transferencias, medios físicos (ventanilla)	0,00
		Transferencias, medios electrónicos (cajero automático, internet, teléfono, celular y otros)	0,00
7	Cancelación o cierre de cuentas	Cuenta de ahorros	0,00
		Cuenta corriente	0,00
		Cuenta básica	0,00
8	Activación de cuentas	Activación de Cuenta de ahorros	0,00
		Activación de Cuenta corriente	0,00
		Activación de Cuenta básica	0,00
		Activación de Tarjeta de Crédito	0,00
		Activación de Tarjeta de Débito y/o Pago	0,00
9	Mantenimiento de Tarjeta de Crédito	Mantenimiento de Tarjeta de Crédito	0,00
		Mantenimiento pago mínimo de Tarjeta de Crédito	0,00
		Mantenimiento pago total de Tarjeta de Crédito	0,00
10	Pagos a Tarjetas de Crédito	Pagos a Tarjetas de Crédito, por los diferentes canales	0,00
11	Bloqueo, anulación o cancelación	Bloqueo, anulación o cancelación de Tarjeta de Débito y/o Pago	0,00
		Bloqueo, anulación o cancelación de Tarjeta electrónica de Cuenta Básica	0,00
		Bloqueo, anulación o cancelación de Tarjeta de Crédito	0,00
12	Emisión de Tabla de Amortización	Emisión de Tabla de Amortización, primera impresión	0,00
13	Transacciones fallidas en cajeros automáticos	Transacciones fallidas en cajeros automáticos, todos los casos	0,00
14	Reclamos de clientes	Reclamos justificados	0,00
		Reclamos injustificados	0,00
15	Frecuencia de transacciones	Cuenta de ahorros	0,00
		Cuenta corriente	0,00
		Cuenta básica	0,00
		Tarjeta de crédito	0,00
16	Reposición libreta/ cartola/ estado de cuenta por actualización	Reposición libreta/ cartola/ estado de cuenta por actualización	0,00

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas

ELABORACIÓN: Los Autores

CAPITULO III: Acceso y preferencia de productos y servicios financieros. Una perspectiva desde la demanda.

Introducción.

Descubriendo la importancia acerca del acceso y preferencias del mercado financiero en relación a la participación de productos y servicios se propone un estudio en el cual se analizará las características actuales de uno de los mercados más importantes y de mayor crecimiento como es el sector financiero.

El Sector financiero está dentro del sector más importante en la economía de un país ya que trae consigo nuevos retos y cambios estructurales por la gran cantidad de competidores del sector, ya que los productos o servicios son esencialmente los mismos, el mayor elemento diferenciador en las entidades bancarias es la calidad con que se brindan los mismos, por ello es importante definir la calidad en sentido del cliente, ya que un cliente percibe calidad en los servicios cuando recibe el producto que satisface su necesidad y la supera, en el momento, lugar y con los recursos más adecuados.

La cartera de productos que ofrecen las instituciones bancarias coincide entre sí, considerando que cada institución los adapta a las estrategias propias de cada empresa, con el fin de diferenciarse una de otras, otro factor importante es la gran afluencia de clientes a las oficinas de servicios de las instituciones bancarias y el aumento significativo que se ha producido en las tarifas de los servicios, ha traído como consecuencia constantes quejas de los clientes por estos aspectos.

Mediante este estudio se pretende obtener información que nos permitirá conocer como se encuentra constituido en la actualidad este mercado, cuáles son sus principales protagonistas, sus ventajas, sus oportunidades a futuro, las desventajas que atraviesan, preferencias etc., con el fin de establecer por qué una persona decide utilizar, los productos o servicios o no de una institución financiera en nuestro complejo mercado ecuatoriano.

Otro factor a considerar es la competencia entre los productos de cada institución, en base a los servicios que prestan tratando de establecer o identificar un tipo de consumidor que más se adapta al servicio brindado.

Toda esta recopilación de información se logra a través de una investigación de campo que se enfocará a determinar las preferencias en el uso de los productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones del sistema financiero regulado en la provincia del Tena.

A continuación mostramos los resultados obtenidos de dicha investigación:

1. DATOS GENERALES

TABLA Nro. 1

CAPITAL DE PROVINCIA		
Item	Fr	%
TENA	90	100
TUNGURAHUA	0	0
TOTAL	90	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 7



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

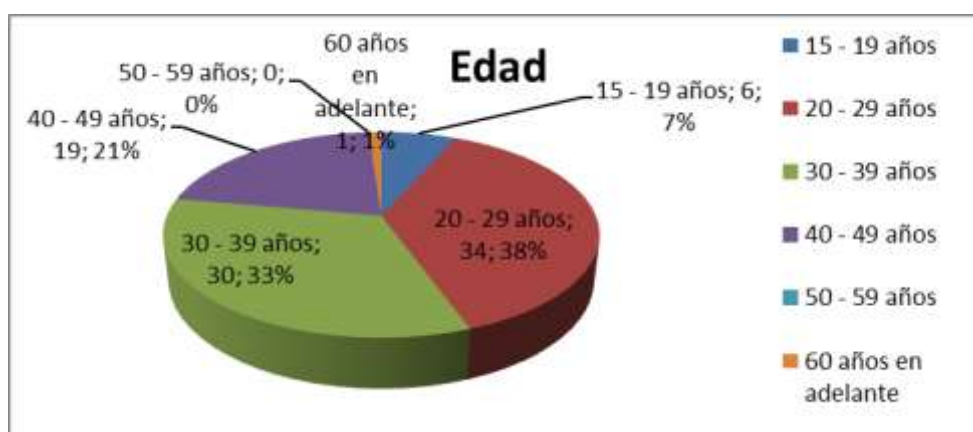
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 1 y representados en el gráfico Nro.7 se determinó que la investigación se realizó en su totalidad en la provincia de Tena

TABLA Nro. 2

EDAD		
Item	Fr	%
15 - 19 años	6	6,67
20 - 29 años	34	37,78
30 - 39 años	30	33,33
40 - 49 años	19	21,11
50 - 59 años	0	0
60 años en adelante	1	1,11
TOTAL	90	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 8



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

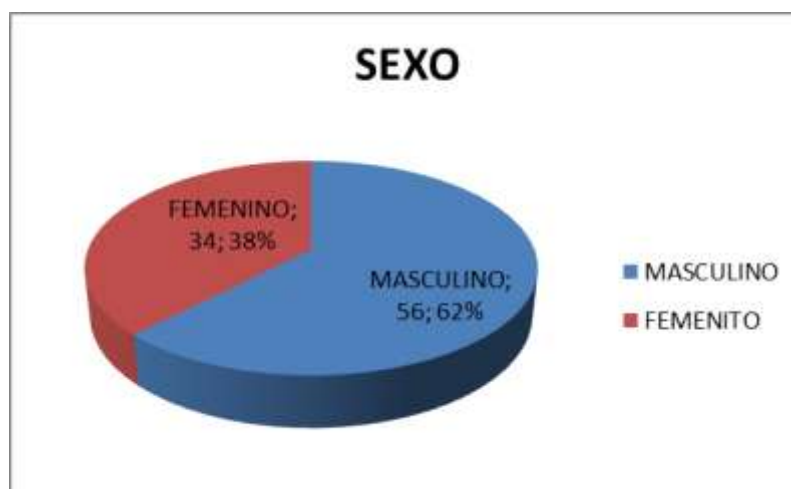
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 2 y representados en el gráfico Nro.8, se determinó que el 38% de los encuestados tienen entre 20-29 años, el 33% tenían edades entre 30-39 años, el 21% entre 40-49 años, y solo el 1% tenía de 60 años en adelante.

TABLA Nro. 3

GÉNERO		
Item	Fr	%
Masculino	56	62,22
Femenino	34	37,78
TOTAL	90	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 9



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

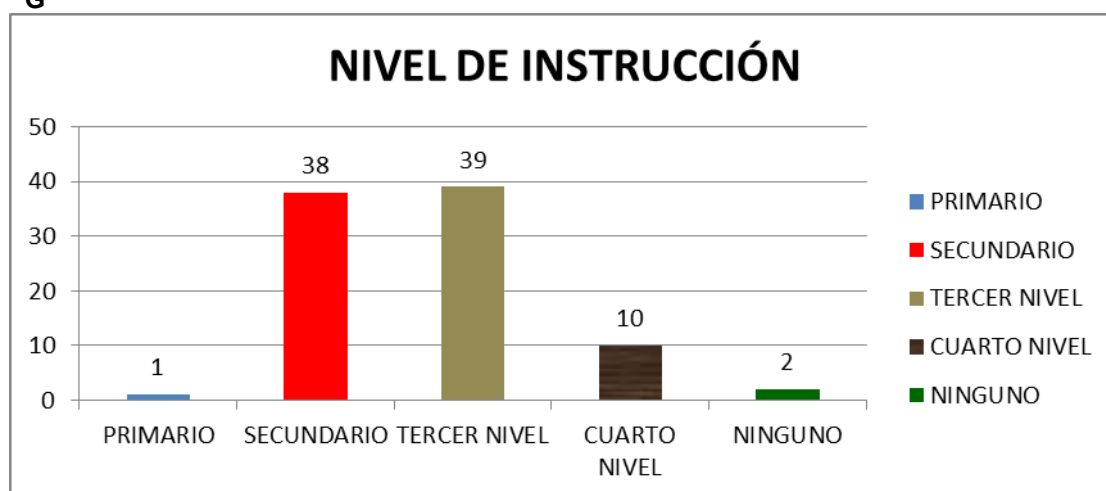
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 3 y representados en el gráfico Nro.9, de los encuestados el 62% son de género masculino y el 38% son de género femenino.

TABLA Nro. 4

NIVEL DE INSTRUCCIÓN		
Item	Fr	%
PRIMARIO	1	1,11
SECUNDARIO	38	42,22
TERCER NIVEL	39	43,33
CUARTO NIVEL	10	11,11
NINGUNO	2	2,22
TOTAL	90	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

G



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

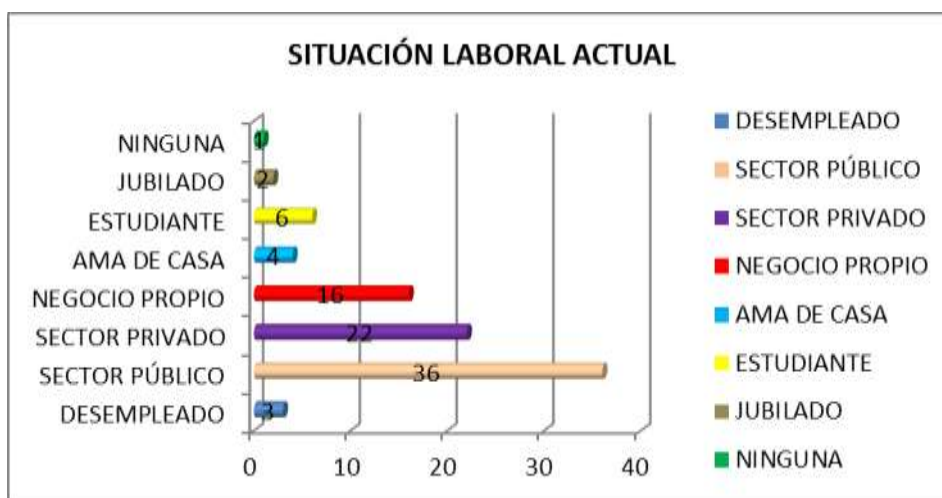
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 4 y representados en el gráfico Nro.10, al determinar el nivel de instrucción se pudo encontrar que el 43% poseen estudios de tercer nivel, el 42% tienen estudios secundarios, y el 11% tienen estudios de cuarto nivel y solo el 1% tienen estudios primarios.

TABLA Nro. 5

SITUACIÓN LABORAL ACTUAL		
Item	Fr	%
DESEMPLEADO	3	3,33
SECTOR PÚBLICO	36	40
SECTOR PRIVADO	22	24,44
NEGOCIO PROPIO	16	17,78
AMA DE CASA	4	4,44
ESTUDIANTE	6	6,67
JUBILADO	2	2,22
NINGUNA	1	1,11
TOTAL	90	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 11



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 5 y representados en el gráfico Nro.11, se pudo determinar que la situación laboral de las personas encuestadas, el 40% trabajan en el sector público, el 24% laboran en el sector privado, el 18% tienen negocio propio, el 7% son estudiantes, el 5% son amas de casa y el 3% están desempleados.

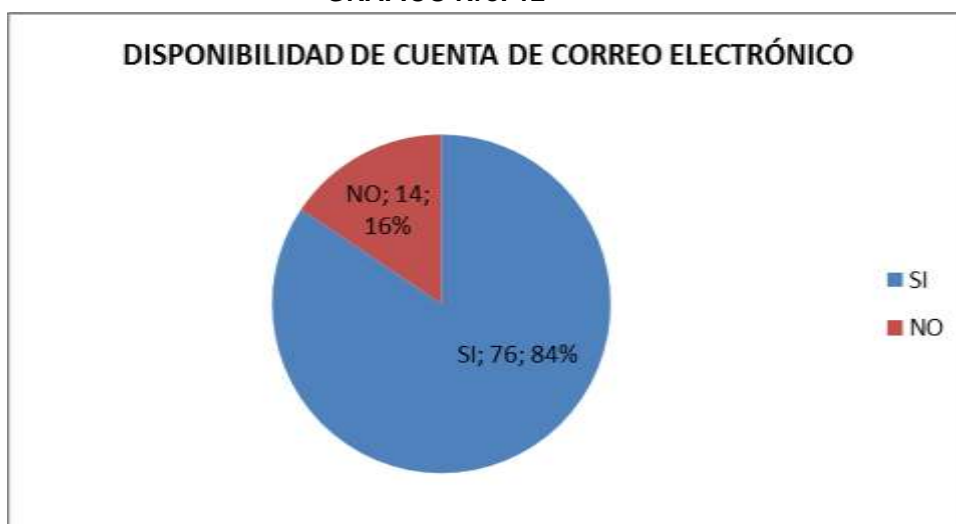
TABLA Nro. 6

DISPONIBILIDAD DE CUENTA DE CORREO		
Item	Fr	%
Si	76	84,44
No	14	15,56
TOTAL	90	100

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 12



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 6 y representados en el gráfico Nro.12, se pudo determinar que el 84% de los encuestados poseen cuenta de correo electrónico y el 16% no poseen cuenta de correo electrónico.

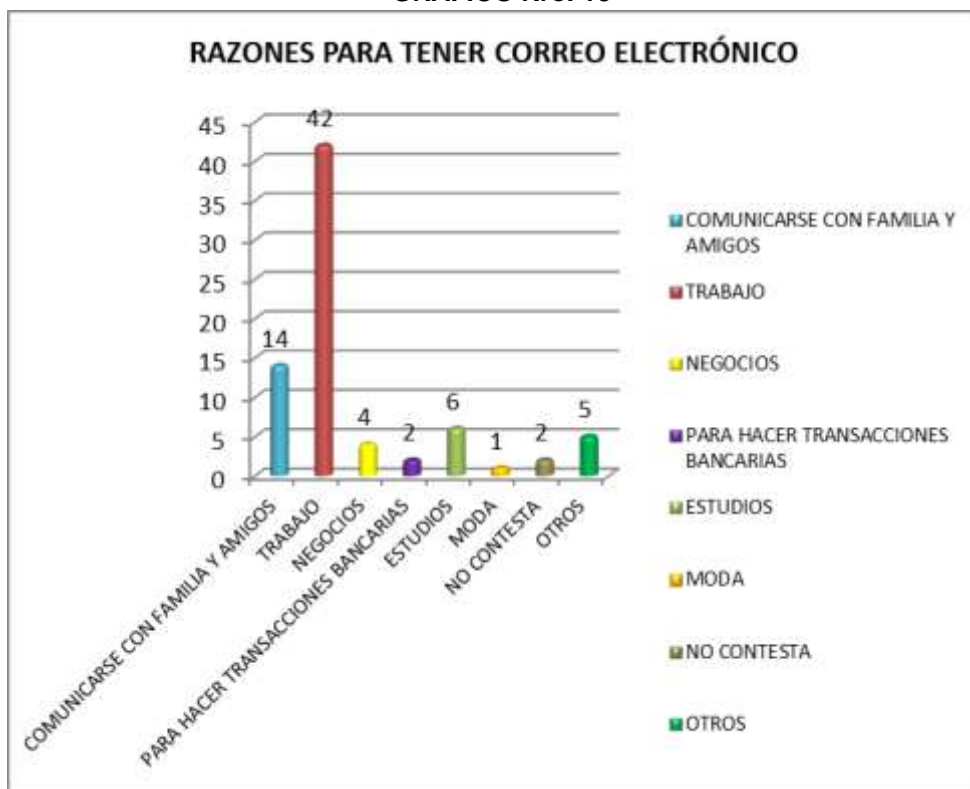
TABLA Nro. 7

RAZONES PRINCIPALES PARA TENER CORREO ELECTRÓNICO		
Item	Fr	%
COMUNICARSE CON FAMILIA Y AMIGOS	14	18,42
TRABAJO	42	55,26
NEGOCIOS	4	5,26
POR HACER TRANSACCIONES BANCRIAS	2	2,63
ESTUDIOS	6	7,89
MODA	1	1,32
NO CONTESTA	2	2,63
OTROS	5	6,58
TOTAL	76	100

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 13



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

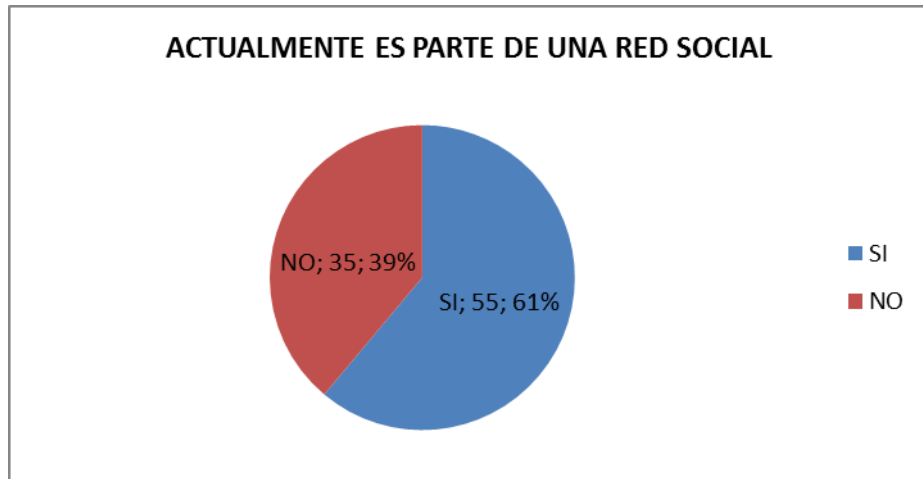
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 7 y representados en el gráfico Nro.13, se pudo determinar que el 55% de los encuestados poseen cuenta de correo electrónico que lo utilizan en su trabajo, el 18% utilizan el correo electrónico para comunicarse con sus familiares y amigos, el 8% lo utilizan para sus estudios, el 5% en los negocios, y el 3% utiliza el correo electrónico para realizar sus transacciones bancarias.

TABLA Nro. 8

ACTUALMENTE ES PARTE DE UNA RED SOCIAL		
Item	Fr	%
Si	55	61,11
No	35	38,89
TOTAL	90	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 14



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 8 y representados en el gráfico Nro.14, se pudo determinar que el 61% de los encuestados son parte de una red social, y el 39% no forman parte de una red social.

TABLA Nro. 9

RAZÓN MAS IMPORTANTE PARA TENER UNA RED SOCIAL		
Item	Fr	%
COMUNICARSE CON FAMILIA Y AMIGOS	33	60,00
POR TRABAJO	6	10,91
PARA HACER NEGOCIOS	6	10,91
POR MODA	1	1,82
PARA CONOCER PERSONAS	4	7,27
OTROS	5	9,09
TOTAL	55	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 15



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 9 y representados en el gráfico Nro.15, se pudo determinar que el 60% de los encuestados son parte de una red social para comunicarse con su familia y amigos, y el 22% utilizan la red social por trabajo y por hacer negocios.

2. ACCESO A PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

TABLA Nro. 10

ES CLIENTE DE UNA INSTITUCIÓN FINANCIERA REGULADA		
Item	Fr	%
SI	90	100
NO	0	0
TOTAL	90	100

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

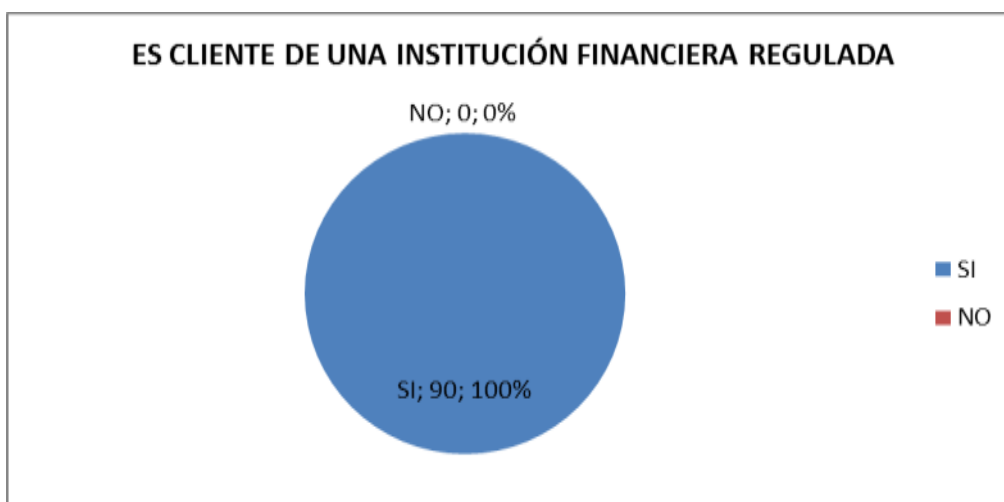


GRÁFICO Nro. 16

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 10 y representados en el gráfico Nro.16, se pudo determinar que todos los encuestados son clientes de una institución financiera regulada.

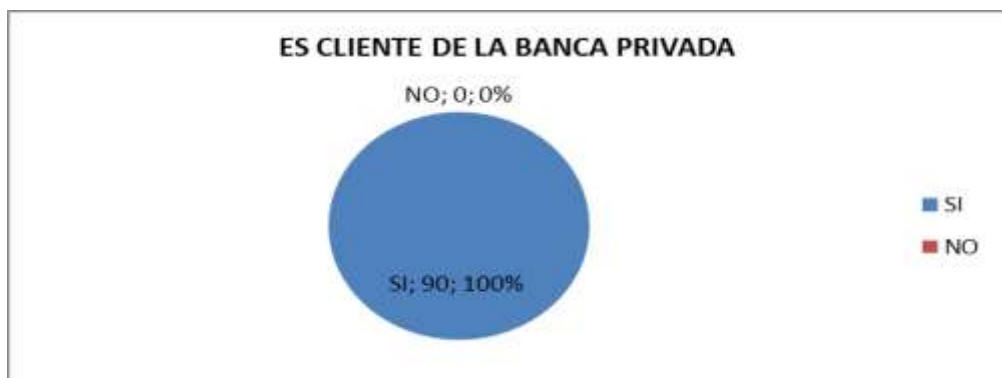
TABLA Nro. 11

ES CLIENTE DE LA BANCA PRIVADA		
Item	Fr	%
SI	90	100
NO	0	0
TOTAL	90	100

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 17



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 11 y representados en el gráfico Nro.17, se pudo determinar que todos los encuestados son clientes de una institución financiera regulada.

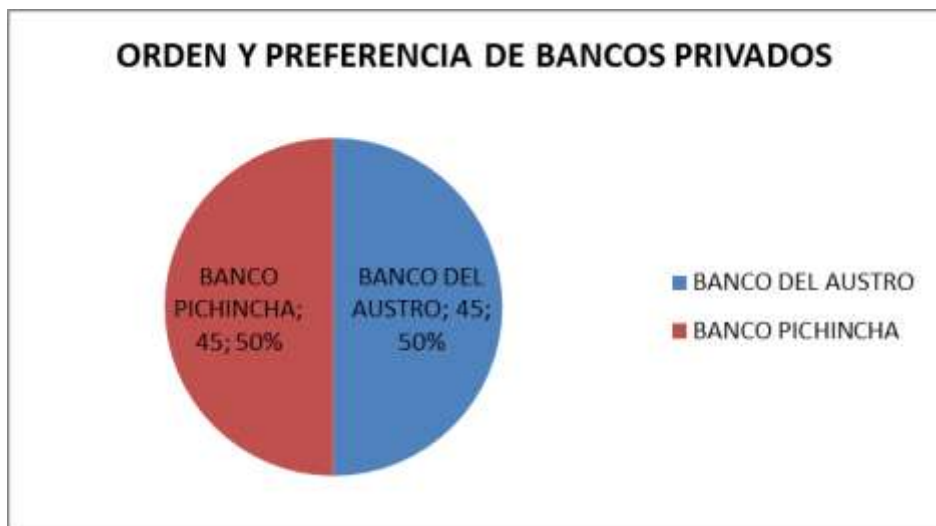
TABLA Nro. 12

INDIQUE EL NOMBRE Y ORDEN DE PREFERENCIA DEL BANCO PRIVADO OP. 1		
Item	Fr	%
BANCO DEL AUSTRO	45	50
BANCO DEL PICHINCHA	45	50
TOTAL	90	100

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 18



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

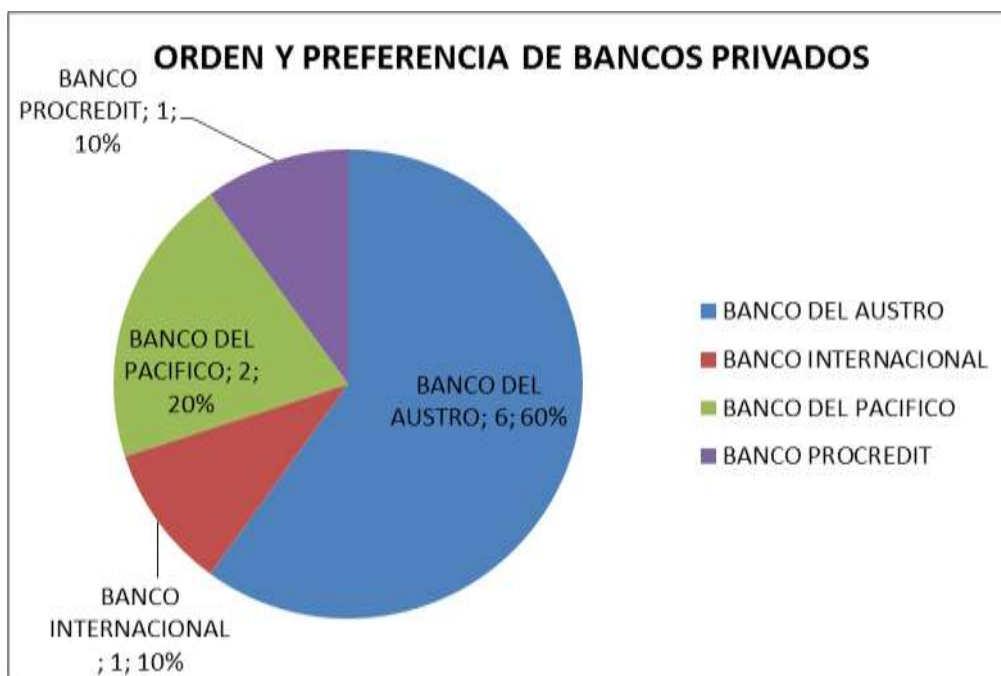
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 12 y representados en el gráfico Nro.18, se pudo determinar que la mitad prefieren al banco Pichincha y la otra mitad prefieren al banco del Austro.

TABLA Nro. 13

INDIQUE EL NOMBRE Y ORDEN DE PREFERENCIA DEL BANCO PRIVADO		
Item	Fr	%
BANCO DEL AUSTRO	6	60
BANCO INTERNACIONAL	1	10
BANCO DEL PACIFICO	2	20
BANCO PROCREDIT	1	10
TOTAL	10	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 19



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 13 y representados en el gráfico Nro.19, se pudo determinar que el 60% de los encuestados prefieren al

banco Produbanco, el 20% al Banco del pacífico, el 10% al banco Internacional y el 10% restante al banco Procredit.

TABLA Nro. 14

ES CLIENTE DE UNA COOPERATIVA REGULADA		
Item	Fr	%
SI	104	100
NO	0	0
TOTAL	104	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 20



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 40 y representados en el gráfico Nro.46, se pudo determinar que todos los encuestados son clientes de una Cooperativa regulada.

TABLA Nro. 15

NOMBRE DE LA COOPERATIVA REGULADA DE LA CUAL ES CLIENTE OPC. 1		
Item	Fr	%
COOP. CACPE PASTAZA	85	81,73
COOP. OSCUS	7	6,73
COOP. SAN FRANCISCO	12	11,54
TOTAL	104	100,00

FUENTE: Cuestionario

GRÁFICO Nr. 21



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 41 y representados en el gráfico Nro.47, se pudo determinar que el 82% consideran la Cooperativa regulada opción 1 de su preferencia es la Cooperativa Cacpe Pastaza.

TABLA Nro. 16

NOMBRE DE LA COOPERATIVA REGULADA DE LA CUAL ES CLIENTE OPC. 2		
Item	Fr	%
COOP. SAN FRANCISCO	54	100
TOTAL	54	100

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 22



De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 42 y representados en el gráfico Nro.48, se pudo determinar que el 100% consideran la Cooperativa regulada opción 2 de su preferencia es la Cooperativa San Francisco.

La presente investigación de acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 1 determinan que la investigación se realizó en la Provincia del Tena, a personas comprendidas entre 20 a 49 años (Tabla Nro. 2), en su mayoría aplicadas a personas de sexo masculino y en menor proporción a personas de sexo femenino (Ver Tabla Nro. 3), con un nivel de instrucción secundario y de tercer nivel (ver tabla Nro. 4), que trabajan en el sector público, sector privado y que tienen negocios propios (ver tabla Nro. 5).

La mayoría de los encuestados poseen cuenta de correo electrónico (ver tabla Nro. 6) y son parte de una red social (ver tabla Nro. 8), que la utilizan en su trabajo y para comunicarse con la familia y amigos (ver tabla Nro. 7y 9). Existen una variedad de factores que influyen en la preferencia de productos y servicios financieros.

3.1. Factores que influyen en la preferencia de productos y servicios financieros

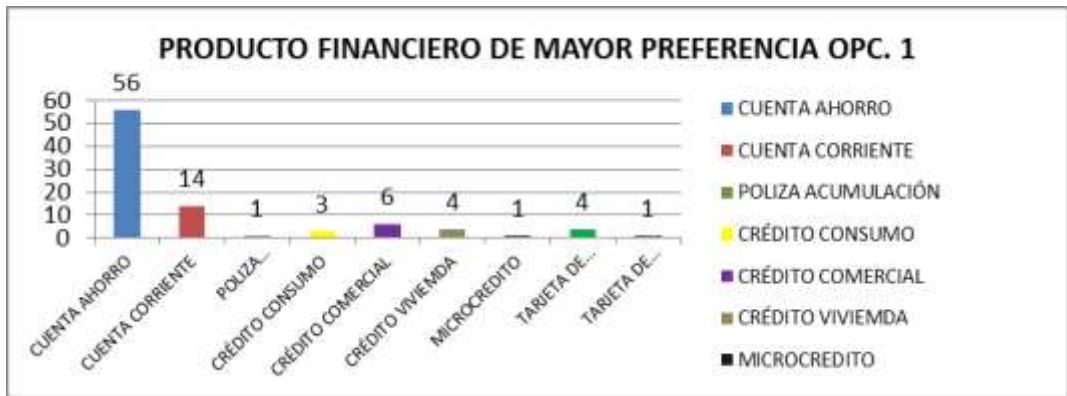
Mediante la presente investigación hemos podido detectar que los clientes buscan solidez, recibir una buena atención, también mencionan que las personas que trabajan en los bancos les deben brindar seguridad, que oferten variedad de servicios, otro factor importante que consideran que los bancos deben potenciar es que su personal se muestre cordial al momento de recibir la atención, que sea una entidad de prestigio, que se muestre confiable, que los costos de las transacciones sean regulados para que estos no sean altos, que a los clientes se les deben brindar las facilidades para la obtención de los productos y servicios que ofertan y lo que es más importante que los productos y servicios estén en constante innovación, para ello les invitamos a revisar las tablas siguientes:.

TABLA Nro. 17

PRODUCTO FINANCIERO DE MAYOR PREFERENCIA OPC. 1		
Item	Fr	%
CUENTA AHORRO	56	62,22
CUENTA CORRIENTE	14	15,56
POLIZA ACUMULACIÓN	1	1,11
CRÉDITO CONSUMO	3	3,33
CRÉDITO COMERCIAL	6	6,67
CRÉDITO VIVIENDA	4	4,44
MICROCRÉDITO	1	1,11
TARJETA DE CRÉDITO VISA	4	4,44
TARJETA DE CRÉDITO DINERS CLUB	1	1,11
TOTAL	90	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 23



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

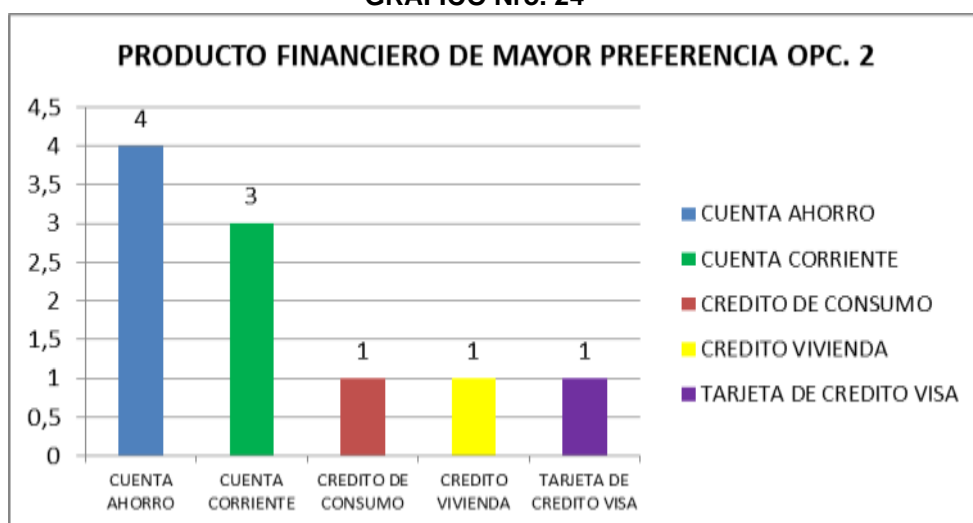
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 14 y representados en el gráfico Nro.20, se pudo determinar que el 62% de los encuestados tiene su preferencia en el producto en forma de cuenta de ahorro, el 16% prefieren tener cuenta corriente, el 7% crédito comercial, el 4% prefieren realizar crédito de consumo, crédito a la vivienda, y obtener una tarjeta de crédito VISA, y apenas el 1% prefiere realizar un microcrédito u obtener su tarjeta de crédito Diners Club.

TABLA Nro. 18

PRODUCTO FINANCIERO DE MAYOR PREFERENCIA OPC. 2		
Item	Fr	%
CUENTA AHORRO	4	40,00
CUENTA CORRIENTE	3	30,00
CREDITO DE CONSUMO	1	10,00
CREDITO VIVIENDA	1	10,00
TARJETA DE CREDITO VISA	1	10,00
TOTAL	10	100

FUENTE: Cuestionario
 ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 24



FUENTE: Cuestionario
 ELABORACIÓN: Los Autores

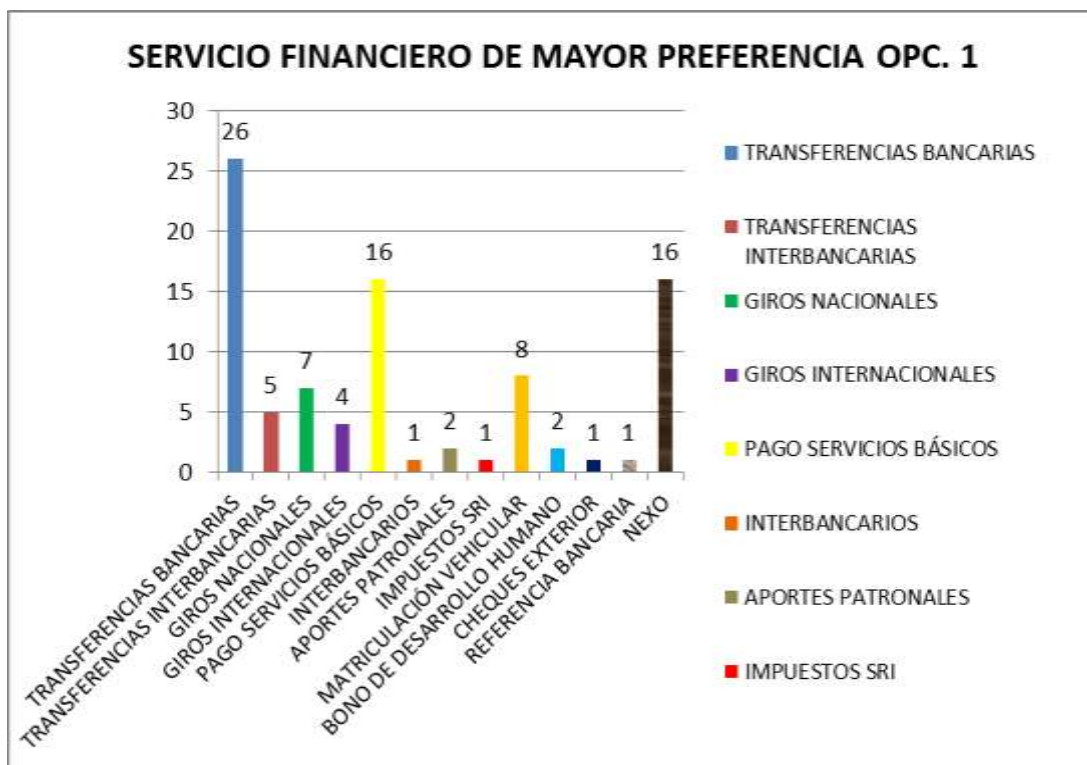
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 15 y representados en el gráfico Nro.21, se pudo determinar que el 40% de los encuestados tiene su preferencia en el producto en forma de cuenta de ahorro, el 30% prefieren tener cuenta corriente, y el 10% prefieren realizar crédito de consumo, crédito de vivienda y obtener su tarjeta de crédito VISA.

TABLA Nro. 19

SERVICIO FINANCIERO DE MAYOR PREFERENCIA OPC. 1		
Item	Fr	%
TRANSFERENCIAS BANCARIAS	26	28,89
TRANSFERENCIAS INTERBANCARIAS	5	5,56
GIROS NACIONALES	7	7,78
GIROS INTERNACIONALES	4	4,44
PAGO SERVICIOS BÁSICOS	16	17,78
INTERBANCARIOS	1	1,11
APORTES PATRONALES	2	2,22
IMPUESTOS SRI	1	1,11
MATRICULACIÓN VEHICULAR	8	8,89
BONO DE DESARROLLO HUMANO	2	2,22
CHEQUES EXTERIOR	1	1,11
REFERENCIA BANCARIA	1	1,11
NEXO	16	17,78
TOTAL	90	100,00

FUENTE: Cuestionario
 ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 25



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 16 y representados en el gráfico Nro.22, se pudo determinar que el 29% prefieren un servicio de transferencias bancarias, el 18% lo prefieren para el pago de servicios básicos y la utilización de tarjeta nexos, el 9% para matriculación vehicular, el 8% para giros nacionales y el 6% para transferencias interbancarias.

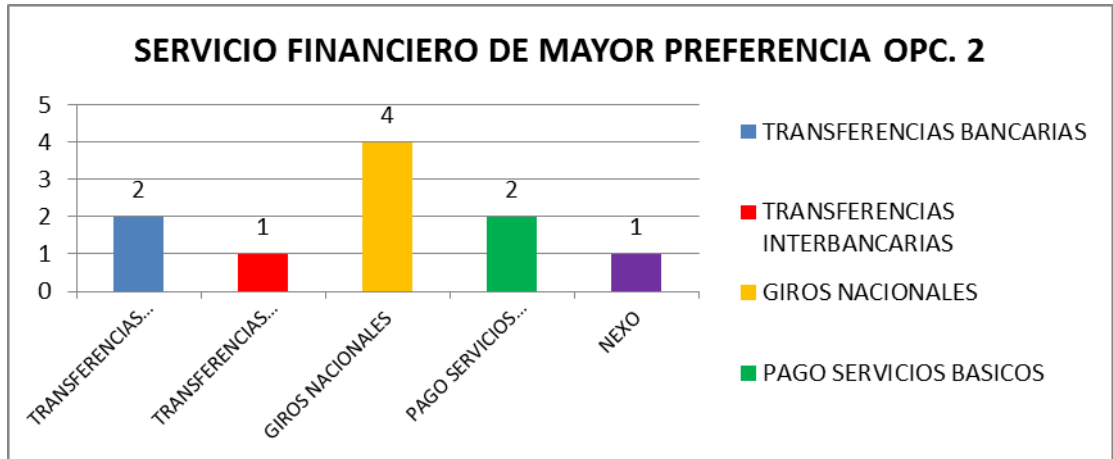
TABLA Nro. 20

SERVICIO FINANCIERO DE MAYOR PREFERENCIA OPC. 2		
Item	Fr	%
TRANSFERENCIAS BANCARIAS	2	20
TRANSFERENCIAS INTERBANCARIAS	1	10
GIROS NACIONALES	4	40
PAGO SERVICIOS BASICOS	2	20
NEXO	1	10
TOTAL	10	100

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 26



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 17 y representados en el gráfico Nro.23, se pudo determinar que los que prefieren el servicio financiero como opción 2, el 40% lo utilizan para giros nacionales, el 20% para transferencias bancarias, y el pago de servicios básicos, y el 10% lo utiliza para transferencias interbancarias y la utilización de los cajeros nexos.

TABLA Nro. 21

PRIMERA RAZÓN PARA SER CLIENTE DEL BANCO OPC. 1		
Item	Fr	%
SOLIDEZ	64	71,11
TRADICIÓN	10	11,11
PRESTIGIO	4	4,44
RECOMENDACIÓN	1	1,11
COBERTURA	7	7,78
PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS	4	4,44
TOTAL	90	100

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 27



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 18 y representados en el gráfico Nro.24, se pudo determinar que el 71% de los encuestados defienden la solidez del banco para ser clientes del mismo, el 11% lo prefieren por tradición, el 8% por su cobertura, y el 5% por su prestigio y por los productos y servicios financieros que ofrecen.

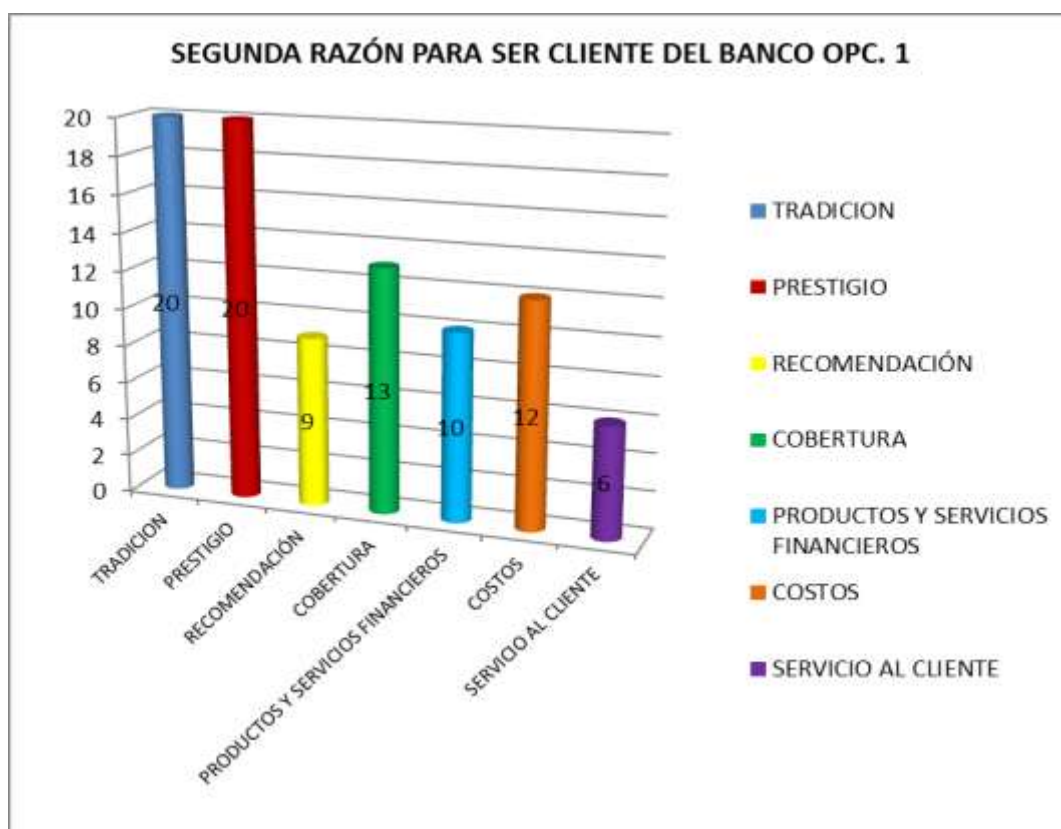
TABLA Nro. 22

SEGUNDA RAZÓN PARA SER CLIENTE DEL BANCO OPC. 1		
Item	Fr	%
TRADICIÓN	20	22,22
PRESTIGIO	20	22,22
RECOMENDACIÓN	9	10,00
COBERTURA	13	14,44
PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS	10	11,11
COSTOS	12	13,33
SERVICIO AL CLIENTE	6	6,67
TOTAL	90	100

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 28



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 19 y representados en el gráfico Nro.25, se pudo determinar que el 22% de los encuestados defienden la tradición y prestigio del banco para ser clientes del mismo, el 14% lo prefieren por su cobertura, el 13% por sus costos, el 11% por sus productos y servicios financieros que ofrecen, el 10% por recomendaciones y el 7% prefieren ser clientes del banco por el excelente servicio al cliente que reciben.

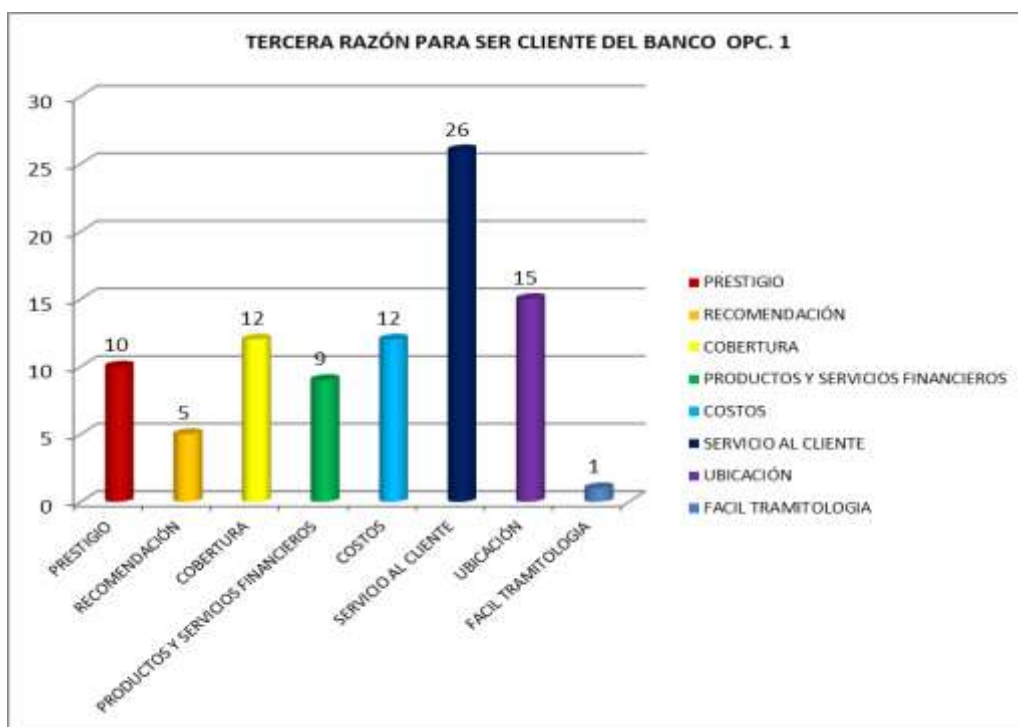
TABLA Nro. 23

TERCERA RAZÓN PARA SER CLIENTE DEL BANCO OPC. 1		
Item	Fr	%
PRESTIGIO	10	11,11
RECOMENDACIÓN	5	5,56
COBERTURA	12	13,33
PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS	9	10,00
COSTOS	12	13,33
SERVICIO AL CLIENTE	26	28,89
UBICACIÓN	15	16,67
FÁCIL TRAMITOLOGÍA	1	1,11
TOTAL	90	100

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 29



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 20 y representados en el gráfico Nro.26, se pudo determinar que el 29% de los encuestados defienden el servicio al cliente del banco para ser clientes del mismo, el 17% prefieren su ubicación, el 14% prefieren su cobertura y costos, el 11% su prestigio, el 10% son clientes por sus productos y servicios financieros que ofrecen, y apenas el 1% lo prefiere por su fácil tramitología.

TABLA Nro. 24

PRIMERA RAZÓN PARA SER CLIENTE DEL BANCO OPC. 2		
Item	Fr	%
SOLIDEZ	5	50,00
TRADICIÓN	2	20,00
PRESTIGIO	1	10,00
RECOMENDACIÓN	2	20,00
TOTAL	10	100

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 30



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 21 y representados en el gráfico Nro.27, se pudo determinar que la primera razón para ser cliente del Banco opción. 2 es porque confían en su solidez.

TABLA Nro. 25

SEGUNDA RAZÓN PARA SER CLIENTE DEL BANCO OPC. 2		
Item	Fr	%
PRESTIGIO	1	10,00
RECOMENDACIÓN	1	10,00
COBERTURA	3	30,00
PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS	2	20,00
SERVICIO AL CLIENTE	3	30,00
TOTAL	10	100

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 31



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 22 y representados en el gráfico Nro.28, se pudo determinar que la segunda razón para ser cliente del Banco opción. 2 es por su cobertura y servicio al cliente.

TABLA Nro. 26

Item	Fr	%
PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS	2	20,00
COSTOS	4	40,00
SERVICIO AL CLIENTE	1	10,00
UBICACIÓN	3	30,00
TOTAL	10	100

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 32



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 23 y representados en el gráfico Nro.29, se pudo determinar que la tercera razón para ser cliente del Banco opción. 2 es por sus costos.

TABLA Nro. 27

TIEMPO QUE ES CLIENTE DEL BANCO OPC. 1		
Item	Fr	%
MENOS DE UN AÑO	5	5,56
1 A 3 AÑOS	13	14,44
4 A 6 AÑOS	26	28,89
MAS DE 6 AÑOS	46	51,11
TOTAL	90	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 33



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

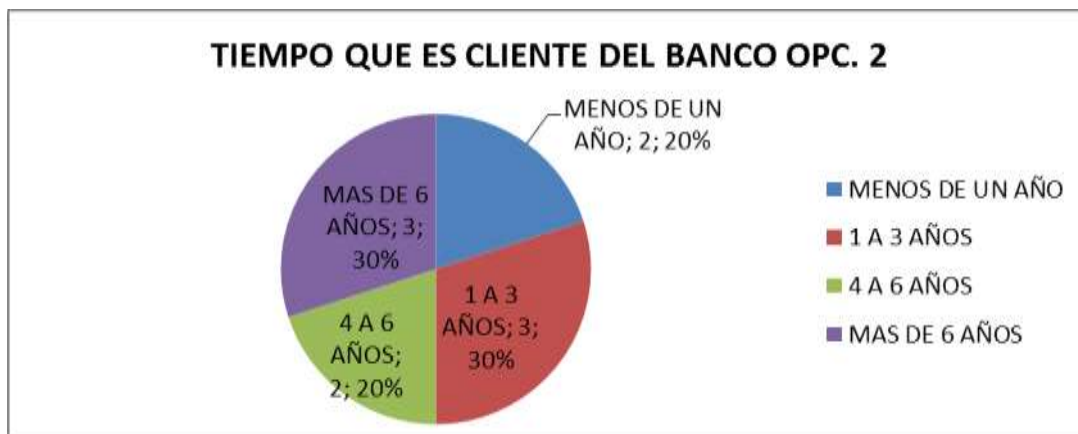
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 24 y representados en el gráfico Nro.30, se pudo determinar que el 51% son clientes del banco opción 1, por más de 6 años, el 29% son clientes de 4 a 6 años, el 14% son clientes de 1 a 3 años y el 6% son clientes por menos de un año.

TABLA Nro. 28

TIEMPO QUE ES CLIENTE DEL BANCO OPC. 2		
Item	Fr	%
MENOS DE UN AÑO	2	20,00
1 A 3 AÑOS	3	30,00
4 A 6 AÑOS	2	20,00
MAS DE 6 AÑOS	3	30,00
TOTAL	10	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 34



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 25 y representados en el gráfico Nro.31, se pudo determinar que el 30% son clientes del banco opción 2, por más de 6 años y de entre 1 a 3 años, el 20% son clientes de 4 a 6 años, y menos de un año.

TABLA Nro. 29

PRODUCTO FINANCIERO DE MAYOR PREFERENCIA EN LA COOPERATIVA OPC. 1		
Item	Fr	%
CUENTA DE AHORRO	103	99,04
OTROS	1	0,96
TOTAL	104	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 35



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 43 y representados en el gráfico Nro.49, se pudo determinar que el 99% de los encuestados tienen preferencia del producto financiero en la cooperativa opción 1 en las cuentas de ahorro.

TABLA Nro. 30

PRODUCTO FINANCIERO DE MAYOR PREFERENCIA EN LA COOPERATIVA OPC. 2		
Item	Fr	%
CUENTA DE AHORRO	1	100,00
TOTAL	1	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 36



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

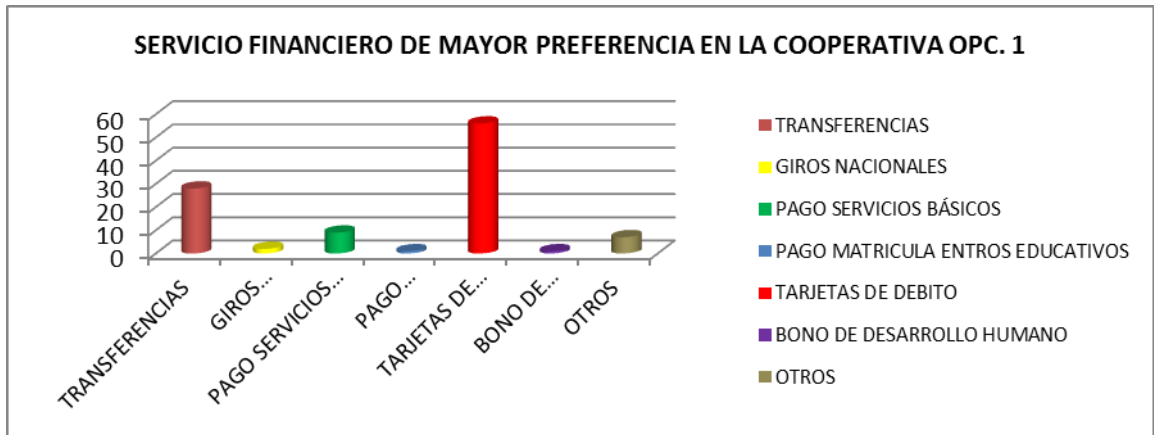
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 44 y representados en el gráfico Nro.50, se pudo determinar que el 100% de los encuestados tienen preferencia del producto financiero en la cooperativa opción 2 en las cuentas de ahorro.

TABLA Nro. 31

SERVICIO FINANCIERO DE MAYOR PREFERENCIA EN LA COOPERATIVA OPC. 1		
Item	Fr	%
TRANSFERENCIAS	28	26,92
GIROS NACIONALES	2	1,92
PAGO SERVICIOS BÁSICOS	9	8,65
PAGO MATRICULA ENTROS EDUCATIVOS	1	0,96
TARJETAS DE DEBITO	56	53,85
BONO DE DESARROLLO HUMANO	1	0,96
OTROS	7	6,73
TOTAL	104	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 37



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

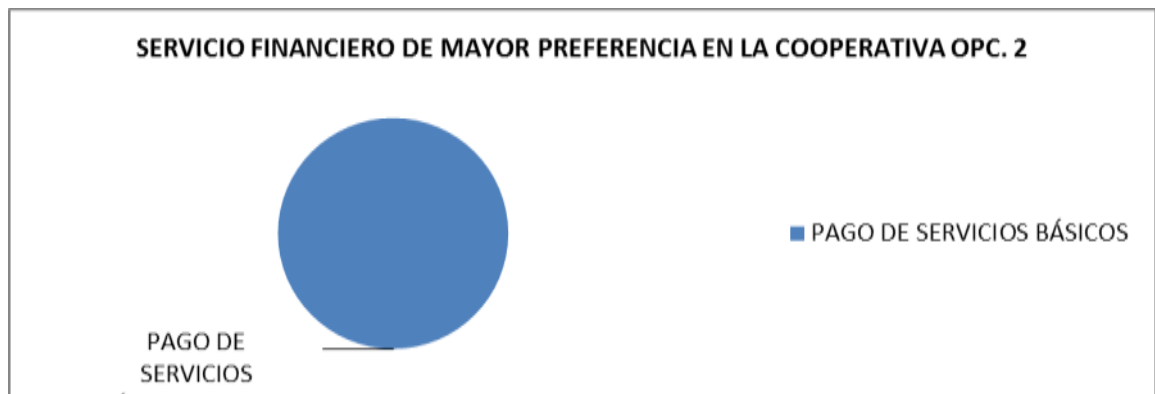
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 45 y representados en el gráfico Nro.51, se pudo determinar que el 54% de los encuestados tienen preferencia del servicio financiero en la cooperativa opción 1 en las tarjetas de débito, el 27% las prefieren para realizar transferencias, el 9% para pago de servicios básicos, y el 2% para realizar giros nacionales.

TABLA Nro. 32

Item	Fr	%
PAGO DE SERVICIOS BASICOS	1	100,00
TOTAL	1	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 38



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 46 y representados en el gráfico Nro.52, se pudo determinar que el 100% de los encuestados tienen preferencia del servicio financiero en la cooperativa opción 2 para el pago de servicios básicos.

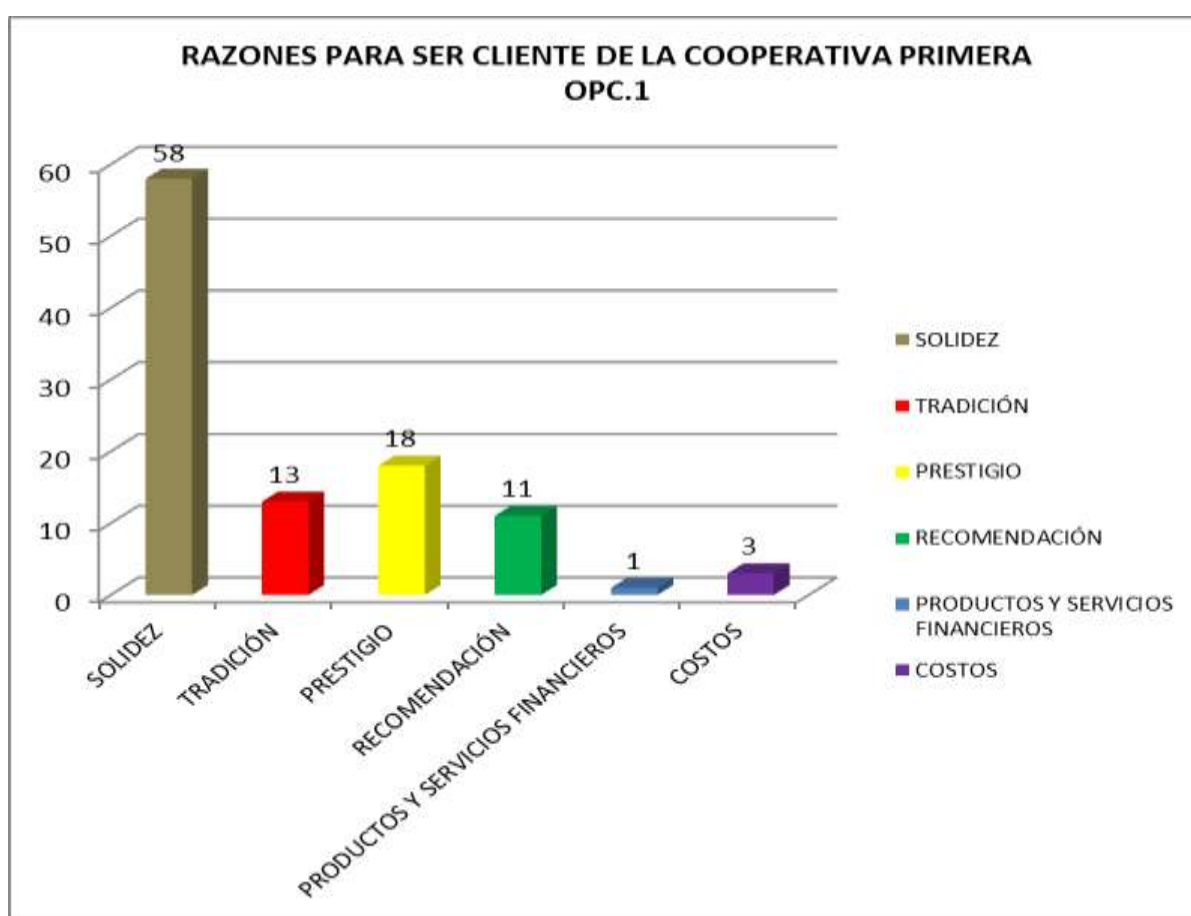
TABLA Nro. 33

RAZONES PARA SER CLIENTE DE LA COOPERATIVA PRIMERA OPC.1		
Item	Fr	%
SOLIDEZ	58	55,77
TRADICIÓN	13	12,50
PRESTIGIO	18	17,31
RECOMENDACIÓN	11	10,58
PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS	1	0,96
COSTOS	3	2,88
TOTAL	104	100

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 3



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 47 y representados en el gráfico Nro.53, se pudo determinar que el 56% de los encuestados tienen sus razones para ser clientes de la cooperativa primera razón opción 1 por su solidez, el 17% por su prestigio, el 13% por su tradición, el 11% por recomendación, y el 3% por sus costos.

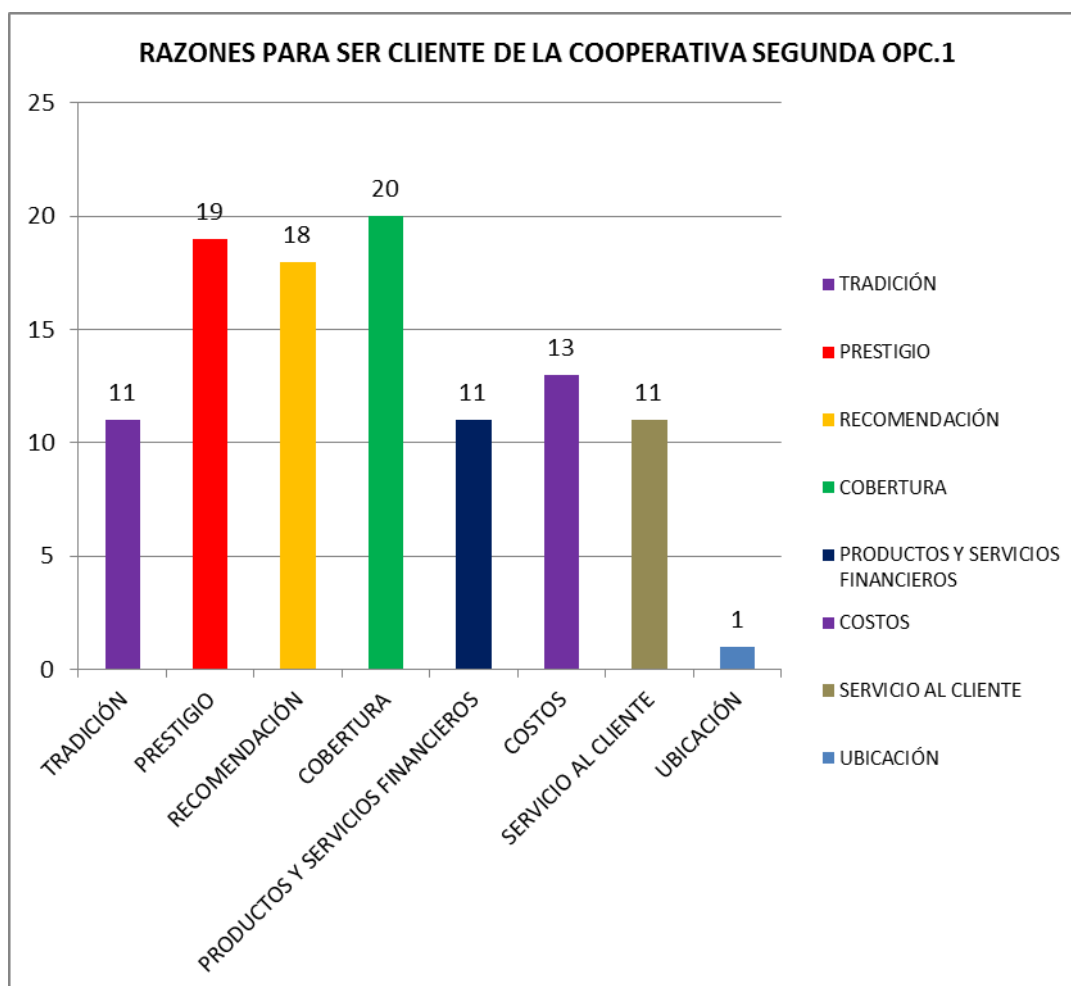
TABLA Nro. 34

RAZONES PARA SER CLIENTE DE LA COOPERATIVA SEGUNDA OPC.1		
Item	Fr	%
TRADICIÓN	11	10,58
PRESTIGIO	19	18,27
RECOMENDACIÓN	18	17,31
COBERTURA	20	19,23
PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS	11	10,58
COSTOS	13	12,50
SERVICIO AL CLIENTE	11	10,58
UBICACIÓN	1	0,96
TOTAL	104	100

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 40



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

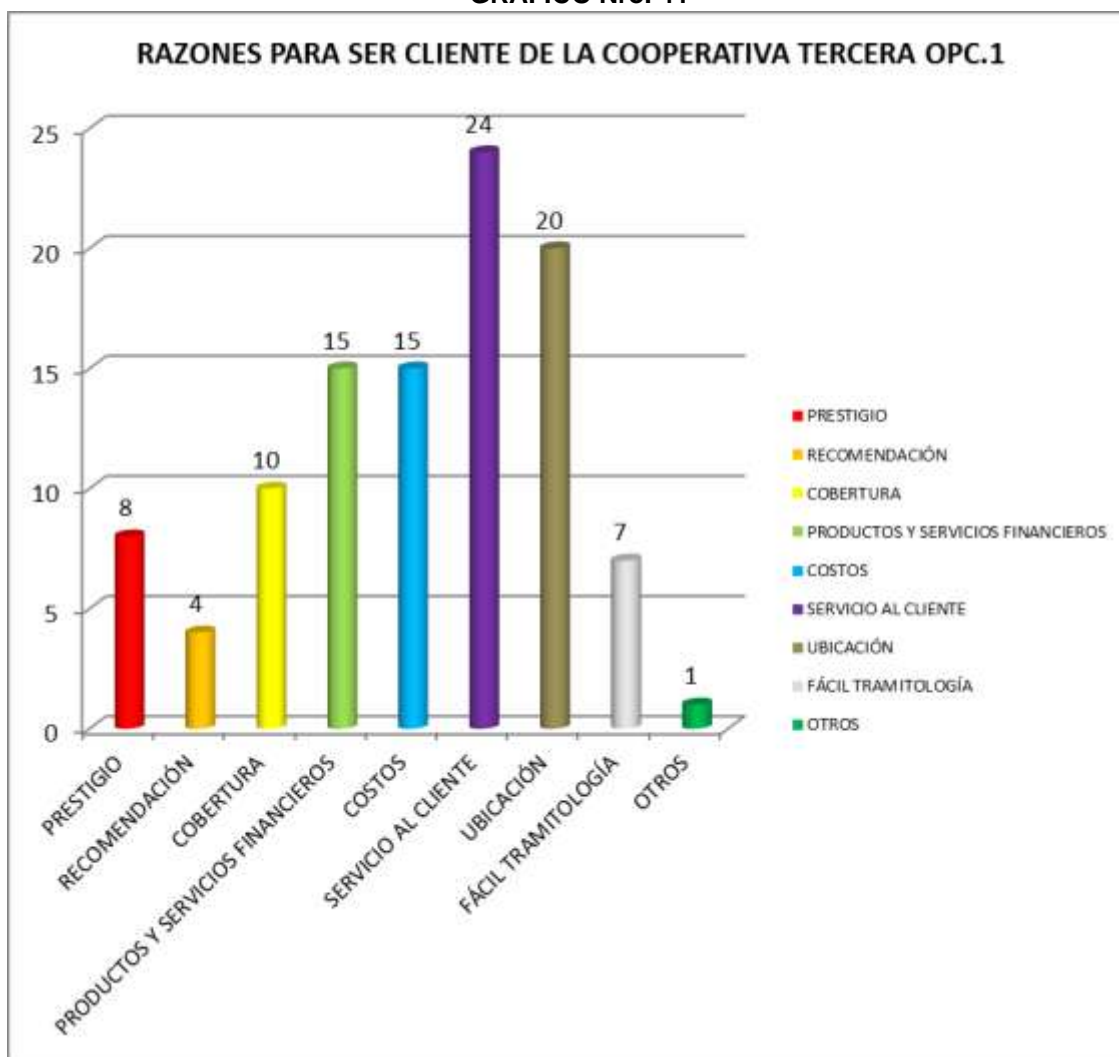
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 48 y representados en el gráfico Nro.54, se pudo determinar que el 19% de los encuestados tienen sus razones para ser clientes de la cooperativa segunda razón opción 1 por su cobertura, el 18% por su prestigio, el 17% por recomendación, el 13% por sus costos, el 11% por su tradición y servicio al cliente y apenas el 1% por su ubicación.

TABLA Nro. 35

RAZONES PARA SER CLIENTE DE LA COOPERATIVA TERCERA OPC.1		
Item	Fr	%
PRESTIGIO	8	7,69
RECOMENDACIÓN	4	3,85
COBERTURA	10	9,62
PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS	15	14,42
COSTOS	15	14,42
SERVICIO AL CLIENTE	24	23,08
UBICACIÓN	20	19,23
FÁCIL TRAMITOLOGÍA	7	6,73
OTROS	1	0,96
TOTAL	104	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 41



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 49 y representados en el gráfico Nro.55, se pudo determinar que el 23% de los encuestados tienen sus razones para ser clientes de la cooperativa tercera razón opción 1 por el servicio al cliente, el 19% por su ubicación, el 14% por sus productos y servicios financieros, y sus costos, el 10% las prefieren por su cobertura, el 8% por su prestigio, el 7% por su fácil tramitología, y el 4% por recomendación.

TABLA Nro. 36

RAZONES PARA SER CLIENTE DE LA COOPERATIVA PRIMERA OPC.2		
Item	Fr	%
RECOMENDACIÓN	1	100,00
TOTAL	1	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 42



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 50 y representados en el gráfico Nro.56, se pudo determinar que todos los encuestados tienen sus razones para ser clientes de la cooperativa de la cual la primera razón opción 2 es por recomendación.

TABLA Nro. 37

RAZONES PARA SER CLIENTE DE LA COOPERATIVA SEGUNDA OPC.2		
Item	Fr	%
PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS	1	100,00
TOTAL	1	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 43



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 51 y representados en el gráfico Nro.57, se pudo determinar que todos los encuestados tienen sus razones para ser clientes de la cooperativa de la cual la segunda razón opción 2 es la preferencia por los productos y servicios financieros.

TABLA Nro. 38

RAZONES PARA SER CLIENTE DE LA COOPERATIVA TERCERA OPC.2		
Item	Fr	%
SERVICIO AL CLIENTE	1	100,00
TOTAL	1	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 44



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

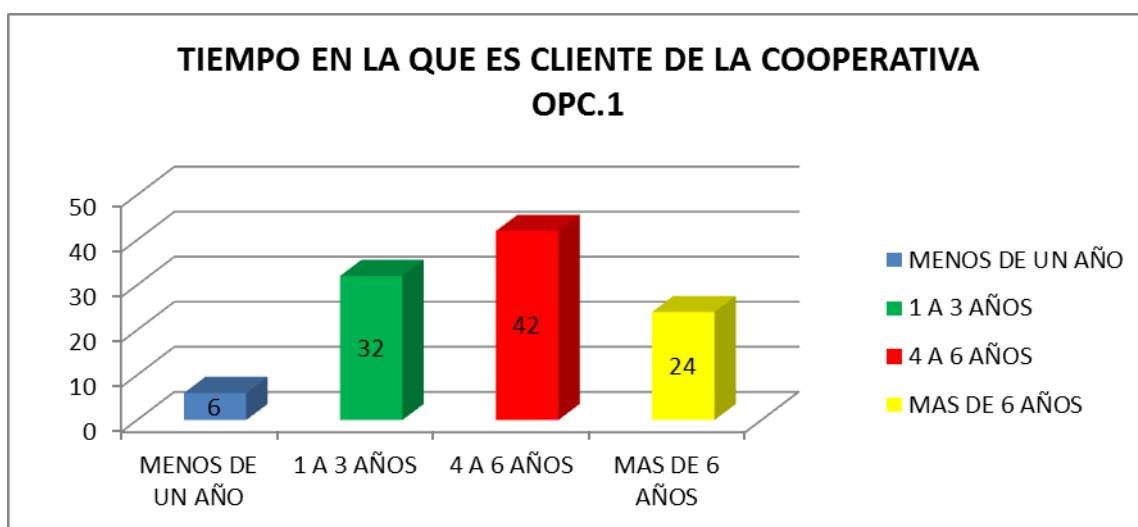
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 52 y representados en el gráfico Nro.58, se pudo determinar que todos los encuestados tienen sus razones para ser clientes de la cooperativa, de la cual la tercera razón opción 2 es la preferencia por el servicio al cliente.

TABLA Nro. 39

TIEMPO EN LA QUE ES CLIENTE DE LA COOPERATIVA OPC.1		
Item	Fr	%
MENOS DE UN AÑO	6	5,77
1 A 3 AÑOS	32	30,77
4 A 6 AÑOS	42	40,38
MAS DE 6 AÑOS	24	23,08
TOTAL	104	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 45



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 53 y representados en el gráfico Nro.59, se pudo determinar que el 40% de los encuestados que es cliente de la cooperativa opción 1, es cliente de 4 a 6 años, el 31% es cliente de 1 a 3 años, y el 23% son clientes por más de 6 años.

TABLA Nro. 40

TIEMPO EN LA QUE ES CLIENTE DE LA COOPERATIVA OPC.2		
Item	Fr	%
MAS DE 6 AÑOS	1	100,00
TOTAL	1	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 46



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 54 y representados en el gráfico Nro.60, se pudo determinar que todos los encuestados que son clientes de la cooperativa opción 2, son clientes por más de 6 años.

3.1.1. Estudio comparativo entre tipos de subsistemas (IFIS)

En la presente investigación se han analizado los Bancos y Cooperativas que operan en la provincia del Tena, demostrando que prefieren ser clientes de instituciones financieras reguladas por la Superintendencia de Bancos, teniendo preferencia hacia la banca privada especialmente en el Banco del Austro y Banco del Pichincha, dejando en evidencia también una preferencia poco significativo al Banco del Pacífico, Banco Internacional y Banco Procredit.

Demuestran tener mucha confianza en la Cooperativa CACPE PASTAZA, ya que según mencionan es una Cooperativa sólida, gerenciada por personas muy reconocidas de la localidad y se ha mantenido a flote a pesar de la crisis bancaria presentada en la década de los noventa, también consideran que la Cooperativa San Francisco se ha ganado la confianza de las personas en la Provincia del Tena ya que brinda una atención de primera, ofreciéndoles los más altos niveles de garantías en sus productos y servicios.

En definitiva los clientes prefieren los servicios de los bancos que los de las Cooperativas, ya que les ofrecen mejores beneficios y servicios, ya que son bancos que se encuentran casi todo el territorio ecuatoriano, lo que les facilita realizar sus transacciones en el lugar donde se encuentren, además les permite hacer uso de la

banca electrónica y cajeros automáticos, para ello retomaremos la información de las tablas número 10, 11 y 14, así como los gráficos 16, 17 y 20.

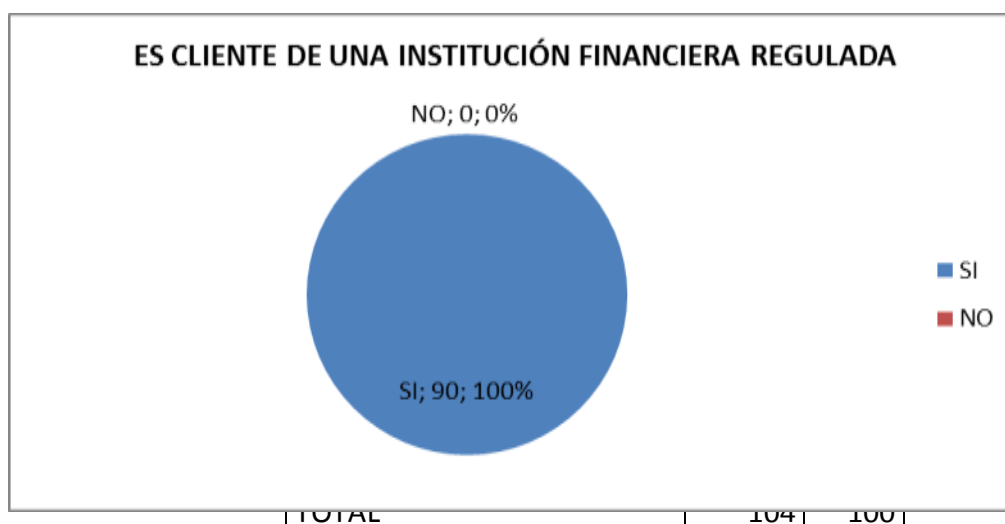
TABLA Nro. 10

ES CLIENTE DE LA BANCA PRIVADA		
Item	Fr	%
SI	90	100
NO	0	0
TOTAL	90	100

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 16



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 10 y representados en el gráfico Nro.16, se pudo determinar que todos los encuestados son clientes de una institución financiera regulada.

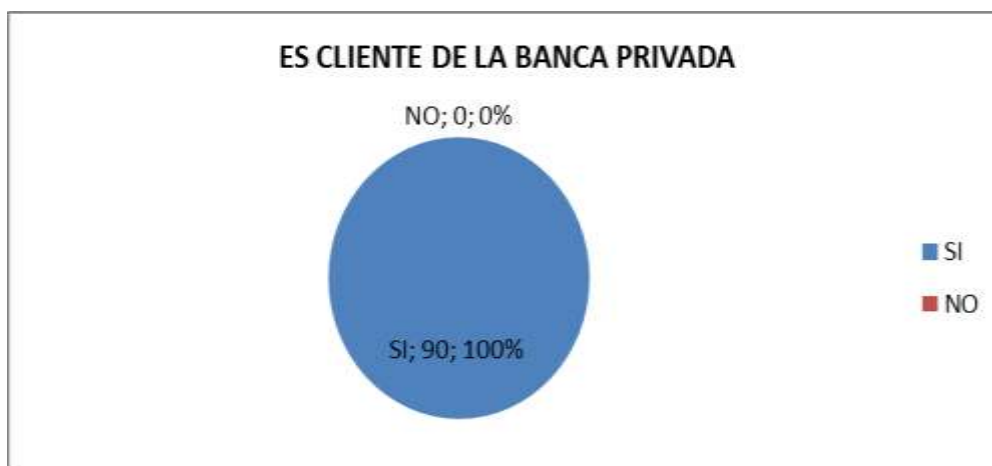
TABLA Nro. 11

ES CLIENTE DE UNA INSTITUCIÓN FINANCIERA REGULADA		
Item	Fr	%
SI	90	100
NO	0	0
TOTAL	90	100

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 17



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

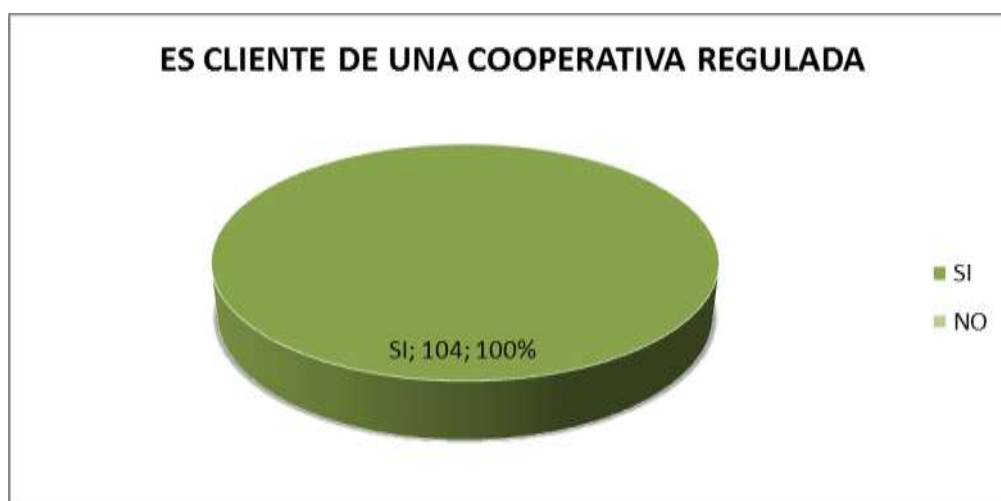
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 11 y representados en el gráfico Nro.17, se pudo determinar que todos los encuestados son clientes de una institución financiera regulad

TABLA Nro. 14

ES CLIENTE DE UNA COOPERATIVA REGULADA		
Item	Fr	%
SI	104	100
NO	0	0
TOTAL	104	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 20



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 40 y representados en el gráfico Nro.46, se pudo determinar que todos los encuestados son clientes de una Cooperativa regulada.

3.1.2. Estudio comparativo entre productos y servicios

Para entender este tema en primer lugar trataré de realizar una diferenciación entre producto y servicio, **los productos** pueden ser físicos (bienes) o productos intangibles (servicios) que pueden ofrecerse a un mercado para: atención, adquisición, uso, o consumo, que podría satisfacer un deseo o una necesidad, para mejor comprensión se podría decir que existen bienes duraderos y bienes no duraderos, **los bienes no duraderos** son los bienes tangibles que por lo general se consumen en una sola vez, o en unas cuantas veces de uso. **Los bienes duraderos** son los bienes tangibles que por lo general resisten mucho uso.

En cambio **los servicios** son productos intangibles, por lo general perecederos; son actividades, beneficios, o satisfacciones que se ofrecen en venta al consumidor; su producción puede o no puede vincularse a un producto físico.

De acuerdo a la información recolectada se puede concluir que las personas que confían en los bancos los prefieren por que ofrecen productos financieros de cuenta de ahorro y cuenta corriente, mostrando un porcentaje poco representativo su preferencia por acceder a productos financieros representados por el crédito comercial, de vivienda y de consumo.

Los servicios financieros que ofrecen los bancos son de vital importancia para las personas que confían en sus servicios ya que les permite realizar transferencias bancarias, realizar el pago de servicios básicos, hacer uso del cajero NEXO, realizar el pago de la matriculación vehicular, realizar giros nacionales y realizar transferencias interbancarias, los clientes vienen utilizando estos productos y servicio de 1 a 6 años

Las principales razones que exponen los clientes para preferir a los bancos es por su solidez, tradición, prestigio, servicio al cliente, razones que se han mantenido por más de 6 años.

En lo que respecta a las Cooperativas de Ahorro y Crédito los clientes prefieren sus servicios por que ofrecen como producto financiero la posibilidad de poseer cuenta de ahorro, y ofrecen servicio de tarjetas de débito, transferencias y pago de servicios básicos, siendo clientes de la Cooperativa entre 1 a 6 años.

En definitiva los productos y servicios que ofrecen los Banco y las Cooperativas son similares, lo que les diferencia son su tradición, prestigio, recomendación, cobertura, costos, servicio al cliente y ubicación.

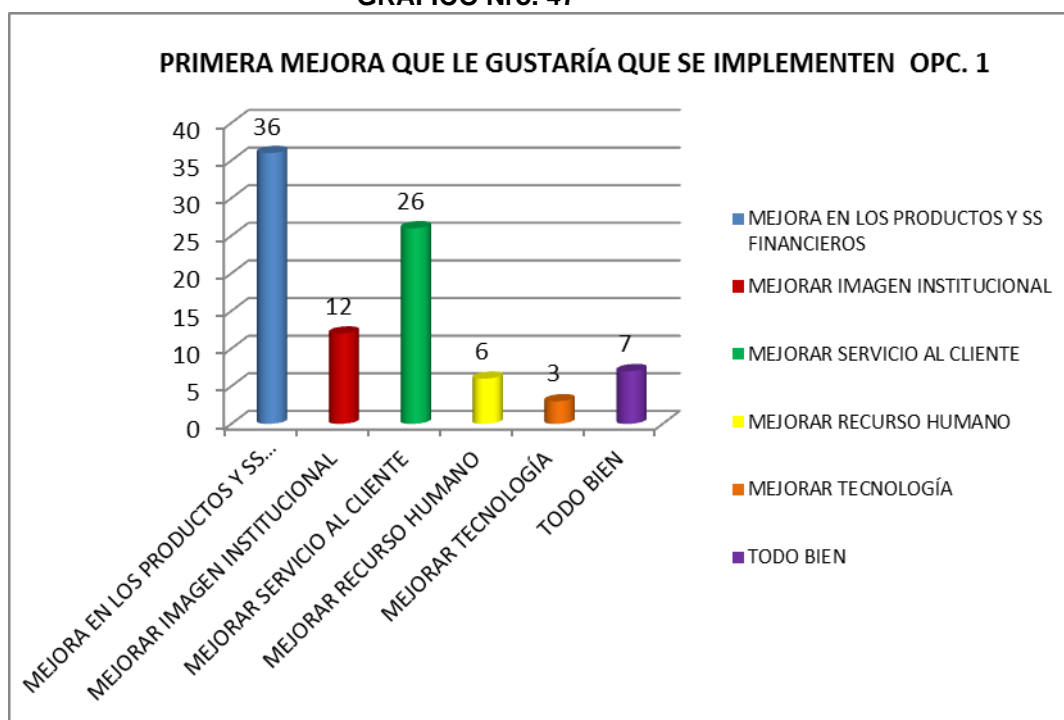
TABLA Nro. 41

PRIMERA MEJORA QUE LE GUSTARÍA QUE SE IMPLEMENTEN OPC. 1		
Item	Fr	%
MEJORA EN LOS PRODUCTOS Y SS FINANCIEROS	36	40,00
MEJORAR IMAGEN INSTITUCIONAL	12	13,33
MEJORAR SERVICIO AL CLIENTE	26	28,89
MEJORAR RECURSO HUMANO	6	6,67
MEJORAR TECNOLOGÍA	3	3,33
TODOS BIEN	7	7,78
TOTAL	90	100,00

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 47



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 34 y representados en el gráfico Nro.40, se pudo determinar que el 40% consideran que la primera mejora que le gustaría que se implementen en el banco opción 1, es la mejora en los productos y servicios financieros.

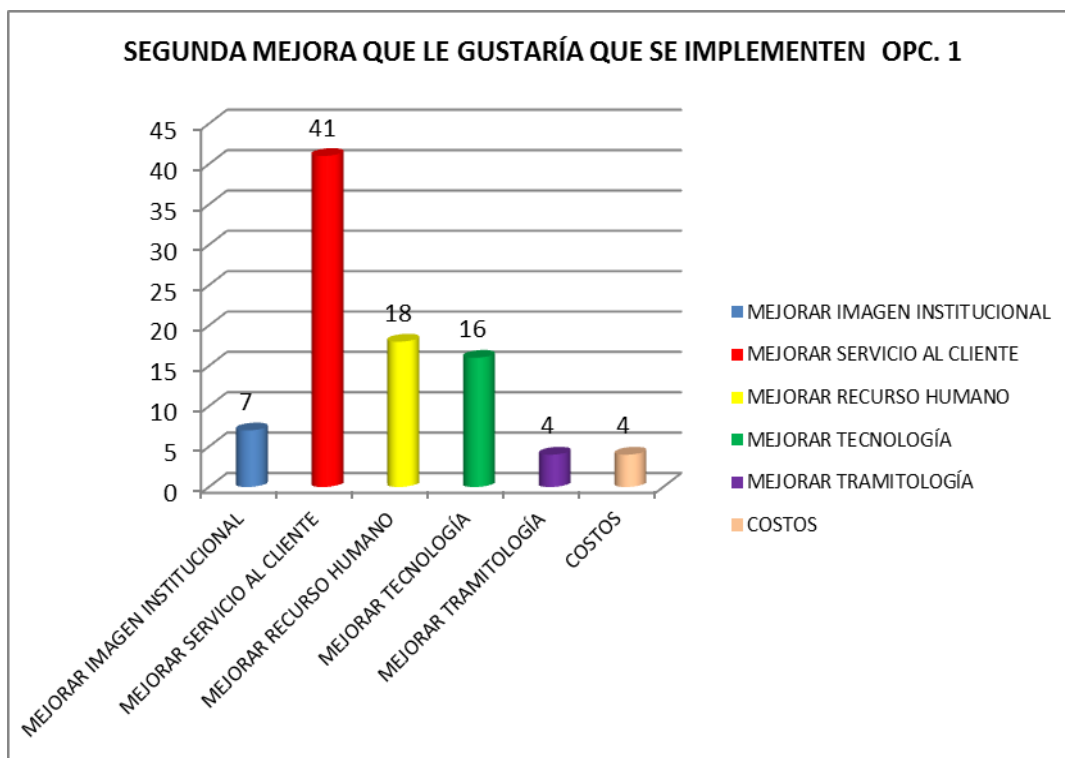
TABLA Nro. 42

SEGUNDA MEJORA QUE LE GUSTARÍA QUE SE IMPLEMENTEN OPC. 1		
Item	Fr	%
MEJORAR IMAGEN INSTITUCIONAL	7	7,78
MEJORAR SERVICIO AL CLIENTE	41	45,56
MEJORAR RECURSO HUMANO	18	20,00
MEJORAR TECNOLOGÍA	16	17,78
MEJORAR TRAMITOLOGÍA	4	4,44
COSTOS	4	4,44
TOTAL	90	100,00

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 48



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

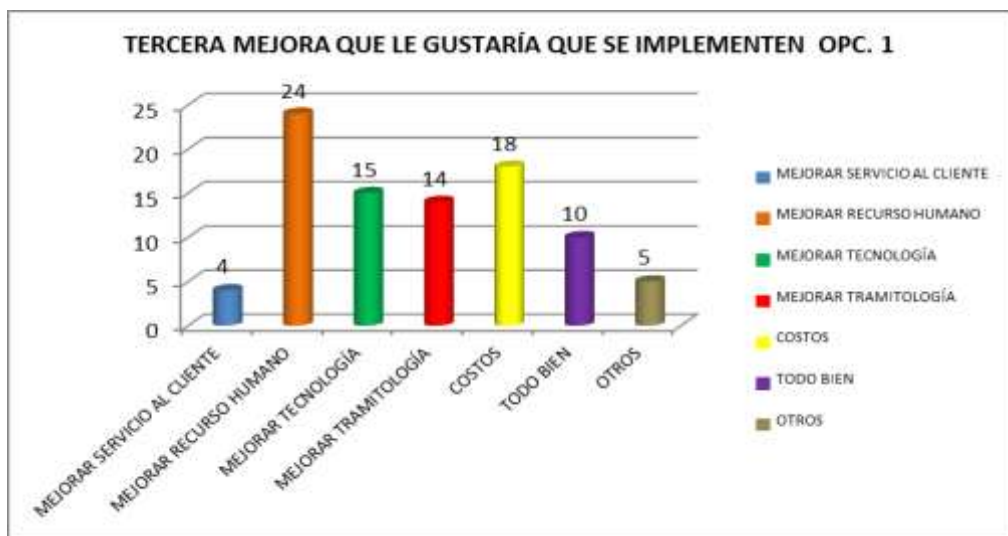
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 35 y representados en el gráfico Nro.41, se pudo determinar que el 46% consideran que la segunda mejora que le gustaría que se implementen en el banco opción 1, es mejorar el servicio al cliente.

TABLA Nro. 43

TERCERA MEJORA QUE LE GUSTARÍA QUE SE IMPLEMENTEN OPC. 1		
Item	Fr	%
MEJORAR SERVICIO AL CLIENTE	4	4,44
MEJORAR RECURSO HUMANO	24	26,67
MEJORAR TECNOLOGÍA	15	16,67
MEJORAR TRAMITOLOGÍA	14	15,56
COSTOS	18	20,00
TODOS BIEN	10	11,11
OTROS	5	5,56
TOTAL	90	100,00

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 49



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

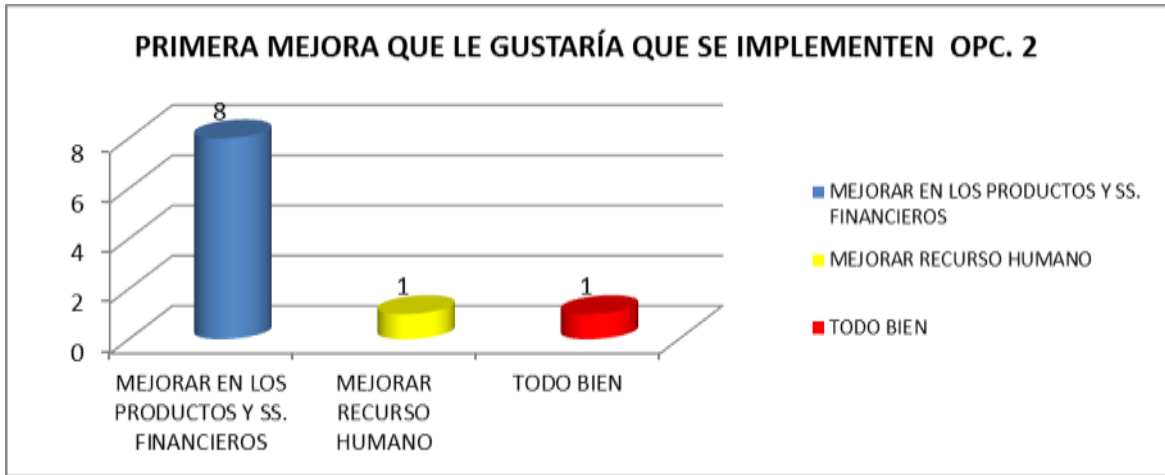
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 36 y representados en el gráfico Nro.42, se pudo determinar que el 27% consideran que la tercera mejora que le gustaría que se implementen en el banco opción 1, es mejorar el recurso humano.

TABLA Nro. 44

PRIMERA MEJORA QUE LE GUSTARÍA QUE SE IMPLEMENTEN OPC. 2		
Item	Fr	%
MEJORAR EN LOS PRODUCTOS Y SS. FINANCIEROS	8	80,00
MEJORAR RECURSO HUMANO	1	10,00
TODOS BIEN	1	10,00
TOTAL	10	100,00

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 50



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 37 y representados en el gráfico Nro.43, se pudo determinar que el 80% consideran que la primera mejora que le gustaría que se implementen en el banco opción 2, es mejorar los productos y los servicios financieros.

TABLA Nro. 45

SEGUNDA MEJORA QUE LE GUSTARÍA QUE SE IMPLEMENTEN OPC. 2		
Item	Fr	%
MEJORA IMAGEN INSTITUCIONAL	1	10,00
MEJORAR SERVICIO AL CLIENTE	7	70,00
MEJORAR RECURSO HUMANO	1	10,00
MEJORAR TECNOLOGIA	1	10,00
TOTAL	10	100,00

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 51



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 38 y representados en el gráfico Nro.44, se pudo determinar que el 70% consideran que la segunda mejora que le gustaría que se implementen en el banco opción 2, es mejorar los servicios al cliente.

TABLA Nro. 46

TERCERA MEJORA QUE LE GUSTARÍA QUE SE IMPLEMENTEN OPC. 2		
Item	Fr	%
MEJORAR RECURSO HUMANO	1	10,00
MEJORAR TECNOLOGIA	1	10,00
COSTOS	7	70,00
TODO BIEN	1	10,00
TOTAL	10	100,00

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 52



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 39 y representados en el gráfico Nro.45, se pudo determinar que el 70% consideran que la tercera mejora que le gustaría que se implementen en el banco opción 2, es mejorar los costos.

3.2. La Comunicación con el cliente y servicio al cliente

Hay que tener presente que cuando nos comunicamos con alguien no solamente emitimos un mensaje, también recibimos una respuesta y nuevamente comunicamos ante esa respuesta. Todo ello se realiza con palabras, gestos, pensamientos y sentimientos.

Las comunicaciones comprende el conjunto de actividades que se desarrollan con el propósito de informar y persuadir, en un determinado sentido, a las personas que conforman los mercados objetivos de la empresa.

Una institución financiera para que tenga éxito depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes, ya que ellos son los protagonistas principales, constituyéndose en el factor más importante que interviene en el juego de los negocios.

Si la empresa no satisface las necesidades y deseos de sus clientes tendrá una existencia muy corta. Todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque él es el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa. De nada sirve que el producto o el servicio sea de buena calidad, a precio competitivo o esté bien presentado, si no existen compradores. El mercado ya no se asemeja en nada al de los años pasados, que era tan previsible y entendible. La preocupación era producir más y mejor, porque había suficiente demanda para atender.

Hoy la situación ha cambiado en forma dramática. La presión de la oferta de bienes y servicios y la saturación de los mercados obliga a las empresas de distintos sectores y tamaños a pensar y actuar con criterios distintos para captar y retener a esos "clientes escurridizos" que no mantienen "lealtad" ni con las marcas ni con las empresas, muchos emprendedores insisten en que la experiencia puede ser aplicable a cualquier situación y se dan cuenta tarde que su empresa no está sufriendo una recesión pasajera, sino que están quedando fuera del negocio.

El principal objetivo de todo empresario es conocer y entender tan bien a los clientes, que el producto o servicio pueda ser definido y ajustado a sus necesidades para poder satisfacerlo.

Hay que tener en cuenta también que el servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico, el servicio es "un valor agregado para el cliente", y en ese campo el cliente es cada vez más exigente.

La comunicación desempeña un papel importantísimo en el éxito de una estrategia de servicio, es el vehículo indispensable para ampliar la clientela, conseguir lealtad, motivar a los empleados y darles a conocer las normas de calidad que deben poner en práctica, la comunicación es la única forma de hacer conocer la ventaja de la empresa en relación a sus competidores. Es la que permite ocupar un lugar en la mente de los consumidores (posicionamiento).

En definitiva de la investigación realizada se pudo evidenciar que el servicio que ofrecen los bancos en el Tena, son considerados muy buenos y buenos.

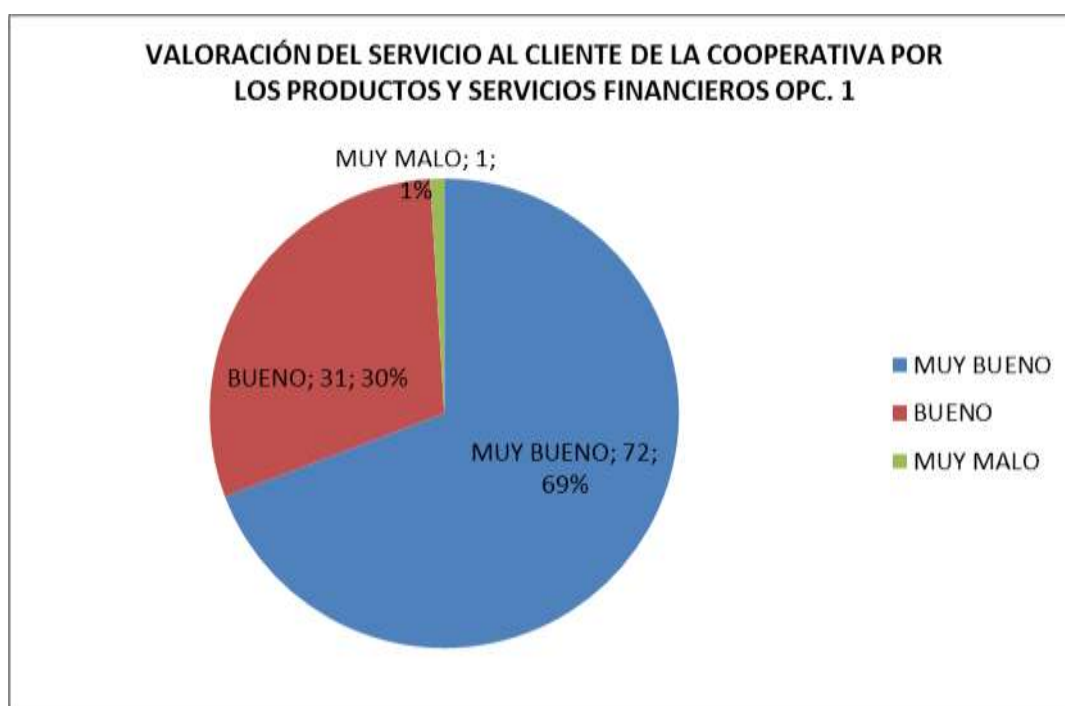
TABLA Nro. 47

VALORACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LA COOPERATIVA POR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS OPC. 1		
Item	Fr	%
MUY BUENO	72	69,23
BUENO	31	29,81
MUY MALO	1	0,96
TOTAL	104	100

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 53



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 55 y representados en el gráfico Nro.61, se pudo determinar que el 70% de los encuestados que son clientes de la cooperativa opción 1, valoran el servicio al cliente por los productos y servicio financieros porque son muy buenos, el 30% los considera como buenos y apenas el 1% considera que el servicio es muy malo.

TABLA Nro. 48

VALORACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LA COOPERATIVA POR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS OPC. 2		
Item	Fr	%
MUY BUENO	1	100,00
TOTAL	1	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 54



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 56 y representados en el gráfico Nro.62, se pudo determinar que todos los encuestados que son clientes de la cooperativa opción 2, valoran el servicio al cliente por los productos y servicios financieros porque son muy buenos.

3.2.1. Comunicación con el cliente

Existen diferentes formas de comunicación que motivan a diferentes tipos de personas, para ello es necesario entender las diferencias y usarlas en su propio beneficio, es decir nuestra comunicación debe emitir señales visibles para mostrar hacia dónde va la empresa.

El mantener comunicación con nuestros clientes nos permite retenerlos o conservarlos ya que nos permite hacerlos sentir importantes y especiales, hacerles saber que nos preocupamos e interesamos por ellos y, eventualmente, darles a conocer nuestros nuevos productos, ofertas y promociones.

De acuerdo a la información recolectada se puede exponer que los principales canales de comunicación que poseen bancos y cooperativas en la provincia de Tena son el físico, a través del teléfono, a través de los medios impresos, de la banca virtual, y últimamente ha cobrado fuerza la utilización de la web 2,0.

Los clientes de los bancos también sugieren que se debe mejorar en los productos y servicios financieros, mejorar el servicio al cliente, la imagen institucional, mejorar el recurso humano, mejorar la tecnología y reducir los costos de los servicios, además en las cooperativas exigen que se debe mejorar en la tramitología.

TABLA Nro. 49

PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN QUE EL BANCO MANTIENE OPC. 1		
Item	Fr	%
FISICO	61	67,78
UN FUNCIONARIO DEL BANCO ME VISITA	1	1,11
A TRAVÉS DEL TELEFONO	15	16,67
A TRAVÉS DE LA BANCA VIRTUAL	12	13,33
A TRAVÉS DE LA WEB 2,0	1	1,11
TOTAL	90	100,00

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 55



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

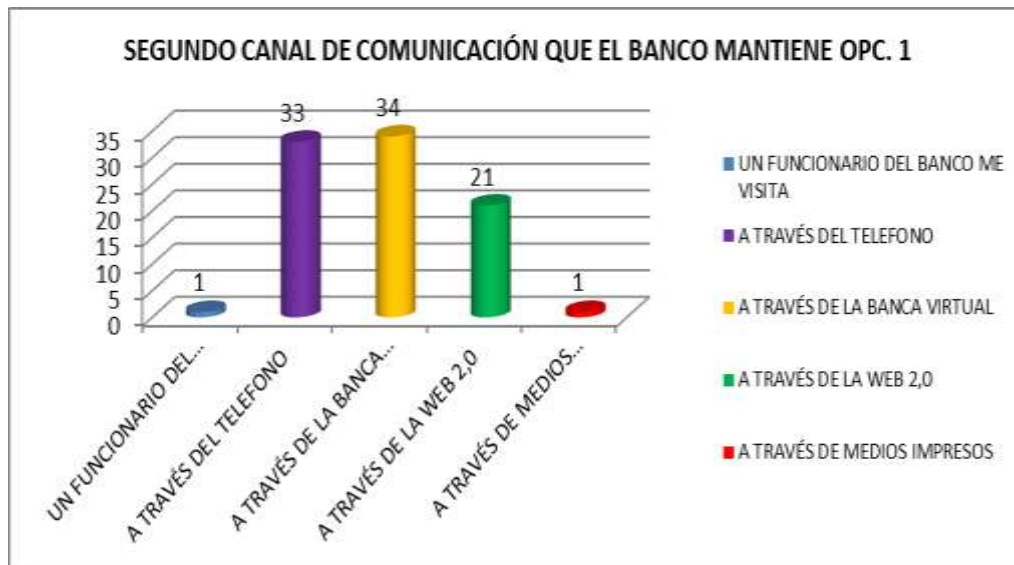
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 28 y representados en el gráfico Nro.34, se pudo determinar que el 68% consideran como primer canal de comunicación que el banco mantiene opción1, al canal físico como el más importante.

TABLA Nro. 50

SEGUNDO CANAL DE COMUNICACIÓN QUE EL BANCO MANTIENE OPC. 1		
Item	Fr	%
UN FUNCIONARIO DEL BANCO ME VISITA	1	1,11
A TRAVÉS DEL TELEFONO	33	36,67
A TRAVÉS DE LA BANCA VIRTUAL	34	37,78
A TRAVÉS DE LA WEB 2,0	21	23,33
A TRAVÉS DE MEDIOS IMPRESOS	1	1,11
TOTAL	90	100,00

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 56



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 29 y representados en el gráfico Nro.35, se pudo determinar que el 38% consideran como segundo canal de comunicación que el banco mantiene opción 1, al canal a través de la banca virtual.

TABLA Nro. 51

TERCER CANAL DE COMUNICACIÓN QUE EL BANCO MANTIENE OPC. 1		
Item	Fr	%
A TRAVÉS DE LA BANCA VIRTUAL	17	18,89
A TRAVÉS DE LA WEB 2,0	23	25,56
A TRAVÉS DE MEDIOS IMPRESOS	44	48,89
OTROS	6	6,67
TOTAL	90	100,00

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 57



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 30 y representados en el gráfico Nro.36, se pudo determinar que el 49% consideran como tercer canal de comunicación que el banco mantiene opción1, al canal a través de los medios impresos.

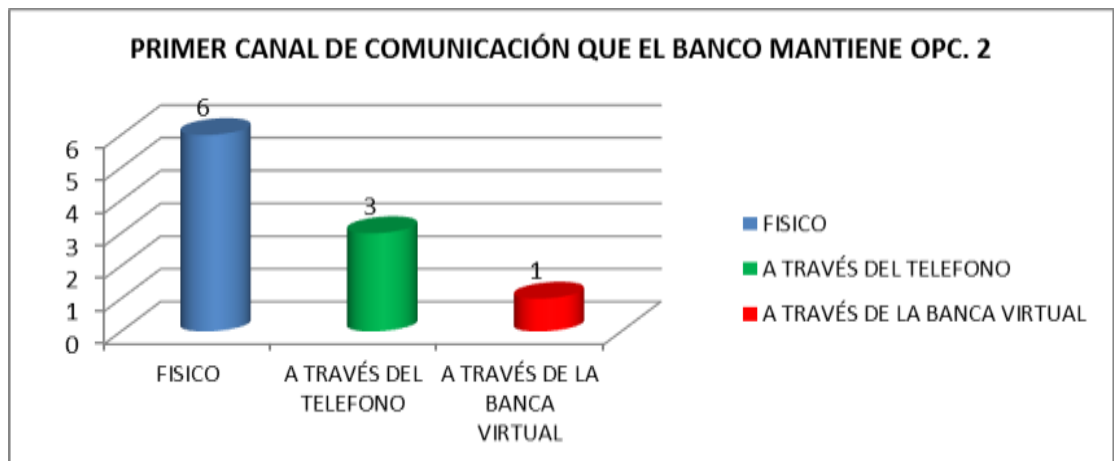
TABLA Nro. 52

PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN QUE EL BANCO MANTIENE OPC. 2		
Item	Fr	%
FISICO	6	60,00
A TRAVÉS DEL TELEFONO	3	30,00
A TRAVÉS DE LA BANCA VIRTUAL	1	10,00
TOTAL	10	100,00

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 58



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

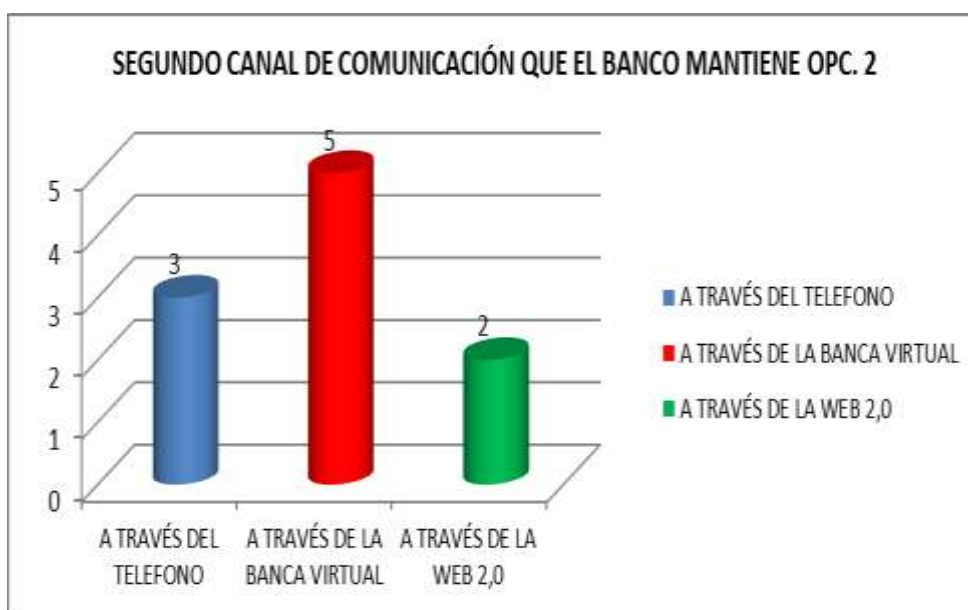
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 31 y representados en el gráfico Nro.37, se pudo determinar que el 60% consideran como primer canal de comunicación que el banco mantiene opción 2, al canal a través de los medios físicos.

TABLA Nro. 53

SEGUNDO CANAL DE COMUNICACIÓN QUE EL BANCO MANTIENE OPC. 2		
Item	Fr	%
A TRAVÉS DEL TELEFONO	3	30,00
A TRAVÉS DE LA BANCA VIRTUAL	5	50,00
A TRAVÉS DE LA WEB 2,0	2	20,00
TOTAL	10	100,00

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 59



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

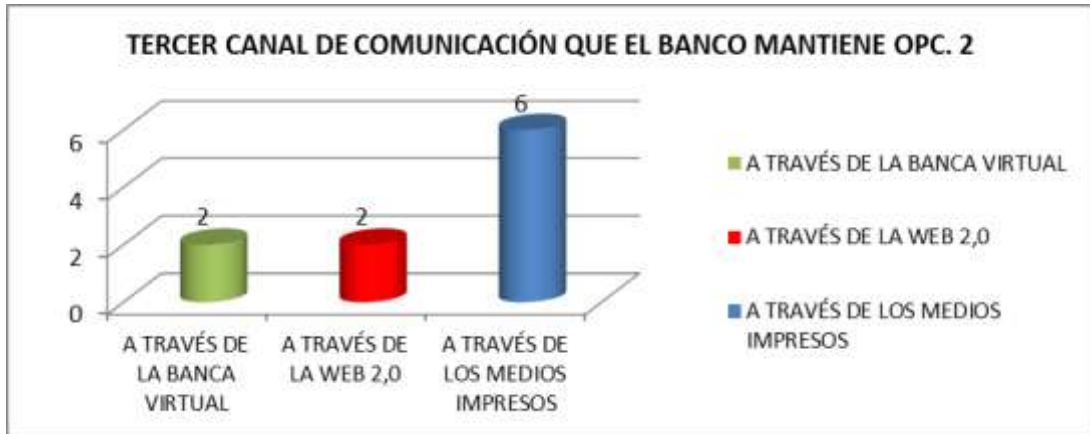
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 32 y representados en el gráfico Nro.38, se pudo determinar que el 50% consideran como segundo canal de comunicación que el banco mantiene opción 2, al canal a través de la banca virtual.

TABLA Nro. 54

TERCER CANAL DE COMUNICACIÓN QUE EL BANCO MANTIENE OPC. 2		
Item	Fr	%
A TRAVÉS DE LA BANCA VIRTUAL	2	20,00
A TRAVÉS DE LA WEB 2,0	2	20,00
A TRAVÉS DE LOS MEDIOS IMPRESOS	6	60,00
TOTAL	10	100,00

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 60



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 33 y representados en el gráfico Nro.39, se pudo determinar que el 60% consideran como tercer canal de comunicación que el banco mantiene opción 2, al canal a través de los medios impresos.

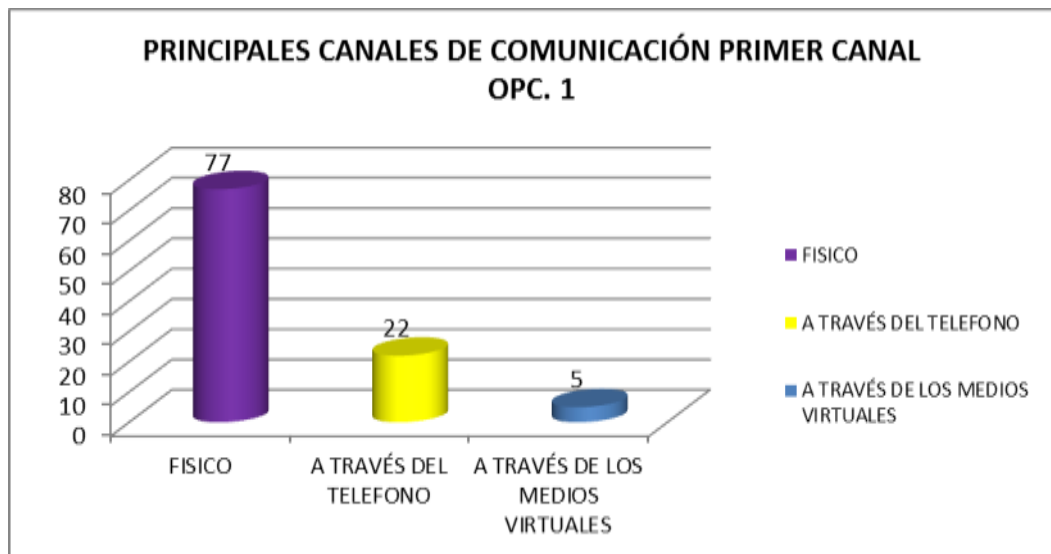
TABLA Nro. 55

PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN PRIMER CANAL OPC. 1		
Item	Fr	%
FISICO	77	74,04
A TRAVÉS DEL TELEFONO	22	21,15
A TRAVÉS DE LOS MEDIOS VIRTUALES	5	4,81
TOTAL	104	100,00

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 61



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

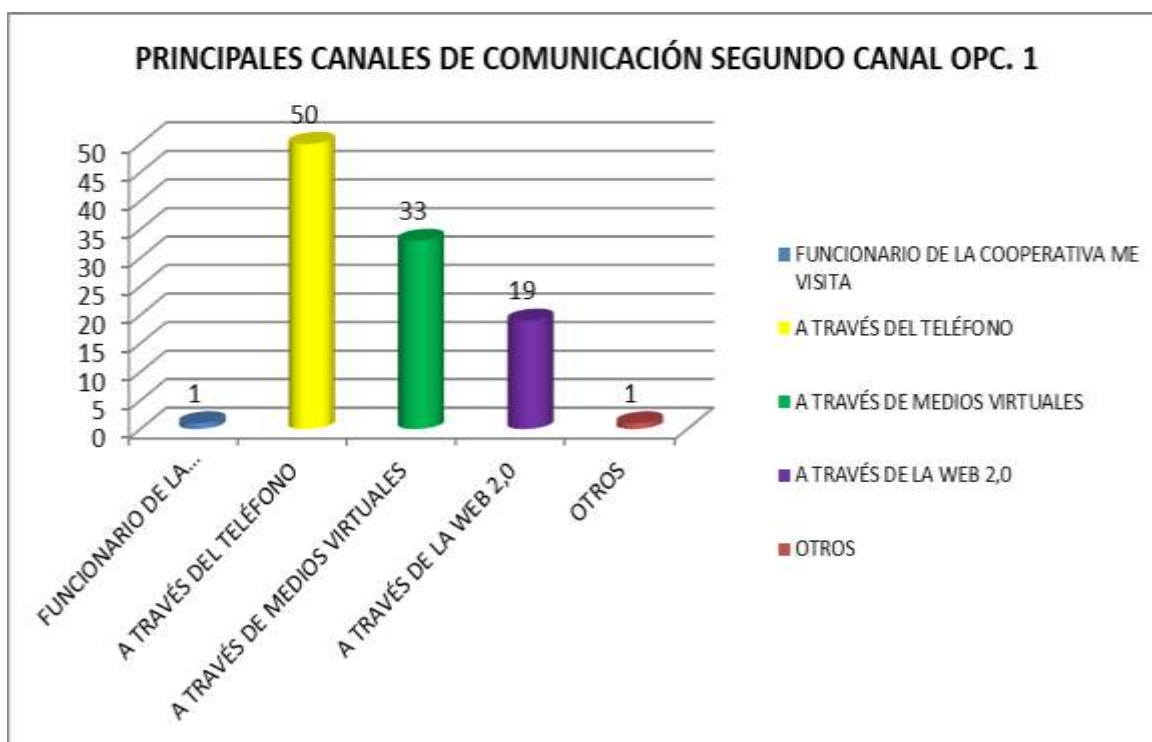
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 57 y representados en el gráfico Nro.63, se pudo determinar que el 75% de los encuestados que son clientes de la cooperativa opción 1, consideran como primer canal de comunicación al físico y el 21% prefieren comunicarse a través del teléfono, y solo el 5% prefieren comunicarse a través de medios virtuales.

TABLA Nro. 56

PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN SEGUNDO CANAL OPC. 1		
Item	Fr	%
FUNCIONARIO DE LA COOPERATIVA ME VISITA	1	0,96
A TRAVÉS DEL TELÉFONO	50	48,08
A TRAVÉS DE MEDIOS VIRTUALES	33	31,73
A TRAVÉS DE LA WEB 2,0	19	18,27
OTROS	1	0,96
TOTAL	104	100,00

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 62



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

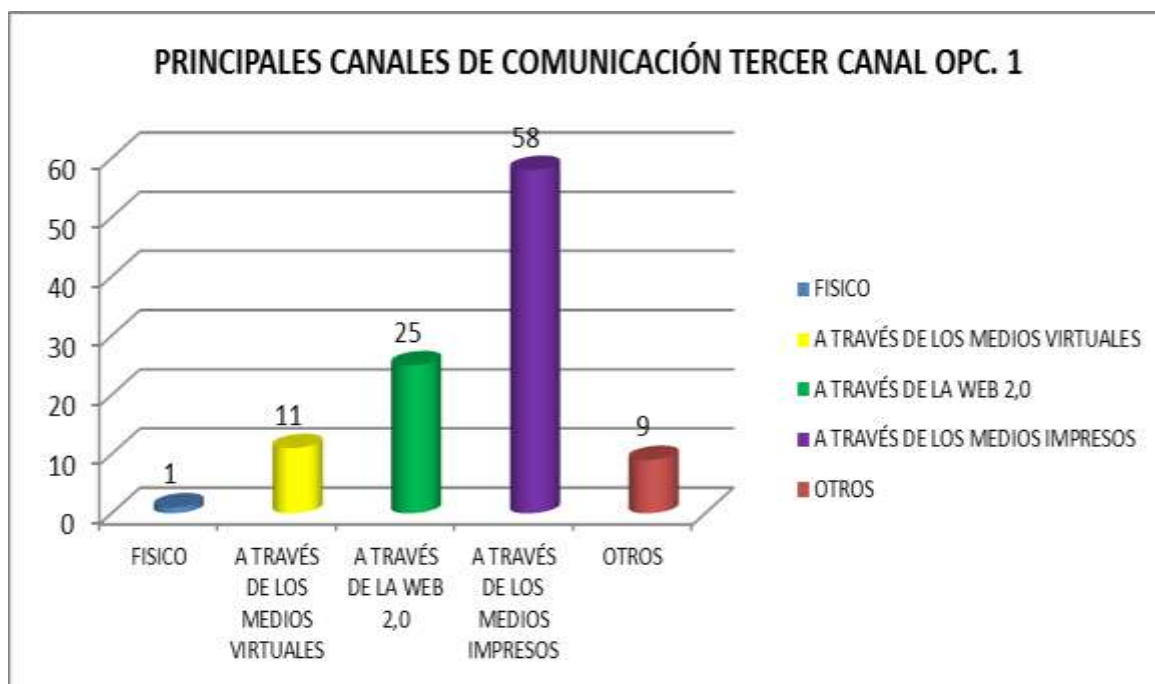
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 58 y representados en el gráfico Nro.64, se pudo determinar que el 48% de los encuestados que son clientes de la cooperativa opción 1, consideran como segundo canal de comunicación a través del teléfono, el 32% a través de medios virtuales, y el 18% prefiere comunicarse a través de la web 2,0.

TABLA Nro. 57

PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN TERCER CANAL OPC. 1		
Item	Fr	%
FISICO	1	0,96
A TRAVÉS DE LOS MEDIOS VIRTUALES	11	10,58
A TRAVÉS DE LA WEB 2,0	25	24,04
A TRAVÉS DE LOS MEDIOS IMPRESOS	58	55,77
OTROS	9	8,65
TOTAL	104	100,00

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 63



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

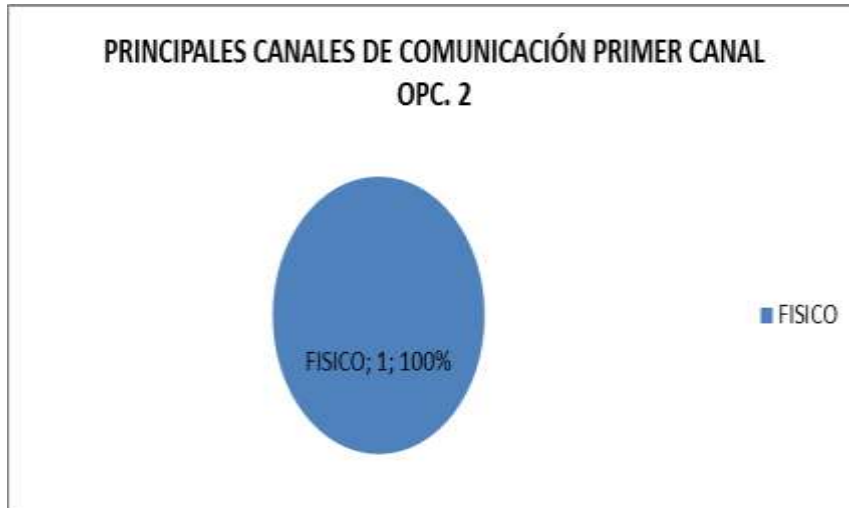
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 59 y representados en el gráfico Nro.65, se pudo determinar que el 56% de los encuestados que son clientes de la cooperativa opción 1, consideran como tercer canal de comunicación a través de los medios impresos, el 24% a través de la Web 2,0, el 11% a través de medios virtuales, y apenas el 1% prefiere comunicarse a través del medio físico.

TABLA Nro. 58

PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN PRIMER CANAL OPC. 2		
Item	Fr	%
FISICO	1	100,00
TOTAL	1	100,00

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 64



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

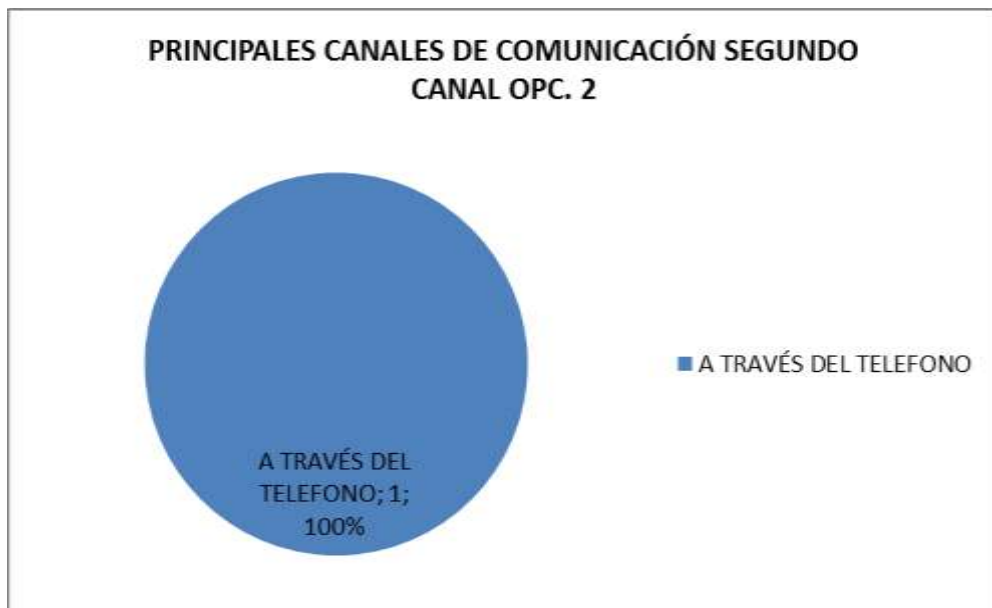
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 60 y representados en el gráfico Nro.66, se pudo determinar que todos los encuestados que son clientes de la cooperativa opción 2, consideran como primer canal de comunicación a través de los medios físicos.

TABLA Nro. 59

PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN SEGUNDO CANAL OPC. 2		
Item	Fr	%
A TRAVÉS DEL TELÉFONO	1	100,00
TOTAL	1	100,00

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 65



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 61 y representados en el gráfico Nro.67, se pudo determinar que todos los encuestados que son clientes de la cooperativa opción 2, consideran como segundo canal de comunicación a través del teléfono.

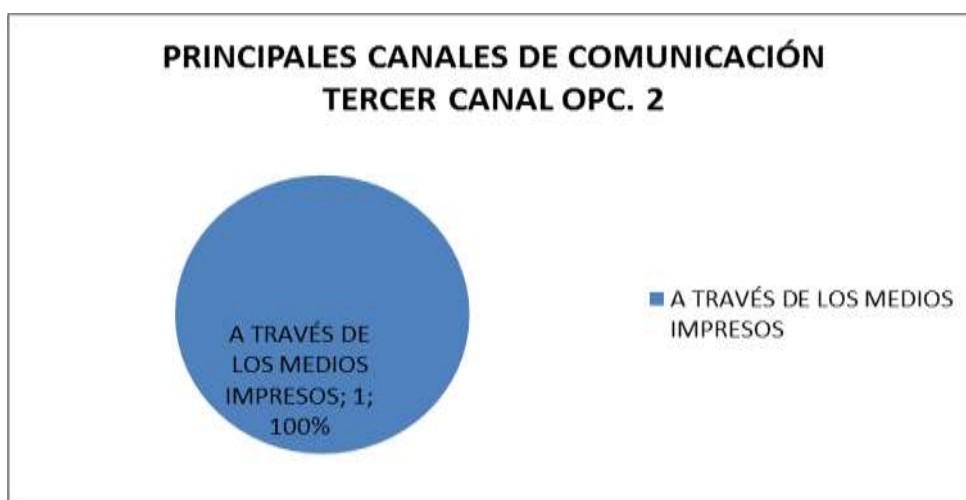
TABLA Nro. 60

PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN TERCER CANAL OPC. 2		
Item	Fr	%
A TRAVÉS DE LOS MEDIOS IMPRESOS	1	100,00
TOTAL	1	100,00

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 66



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 62 y representados en el gráfico Nro.68 se pudo determinar que todos los encuestados que son clientes de la cooperativa opción 2, consideran como tercer canal de comunicación a través de los medios impresos.

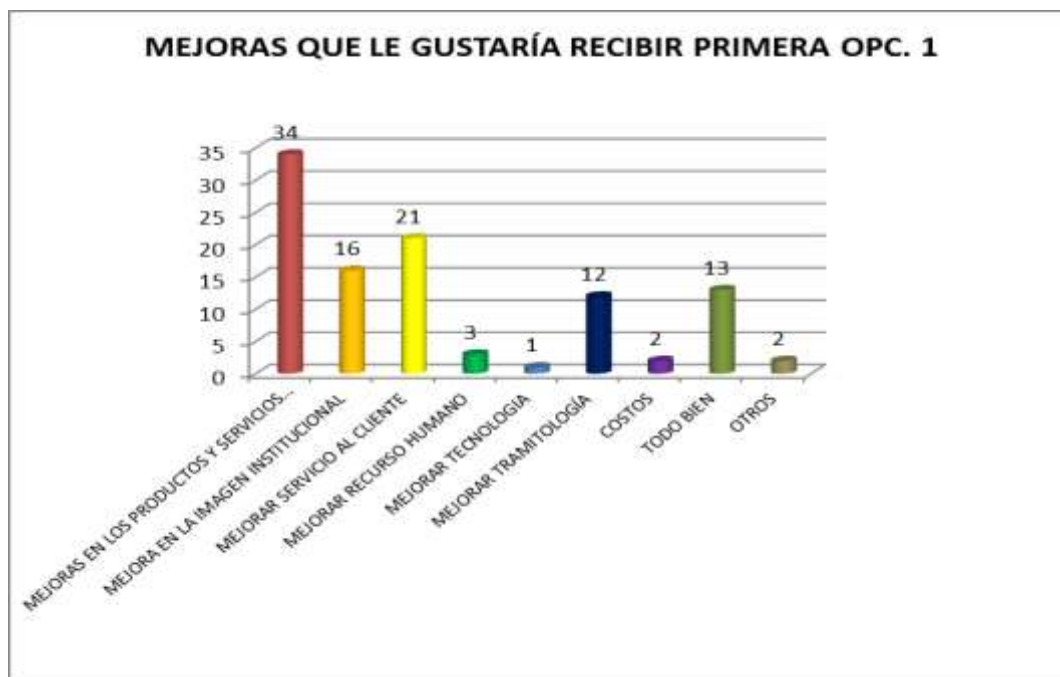
TABLA Nro. 61

MEJORAS QUE LE GUSTARÍA RECIBIR PRIMERA OPC. 1		
Item	Fr	%
MEJORAS EN LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS	34	32,69
MEJORA EN LA IMAGEN INSTITUCIONAL	16	15,38
MEJORAR SERVICIO AL CLIENTE	21	20,19
MEJORAR RECURSO HUMANO	3	2,88
MEJORAR TECNOLOGIA	1	0,96
MEJORAR TRAMITOLOGÍA	12	11,54
COSTOS	2	1,92
TODO BIEN	13	12,50
OTROS	2	1,92
TOTAL	104	100,00

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 67



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

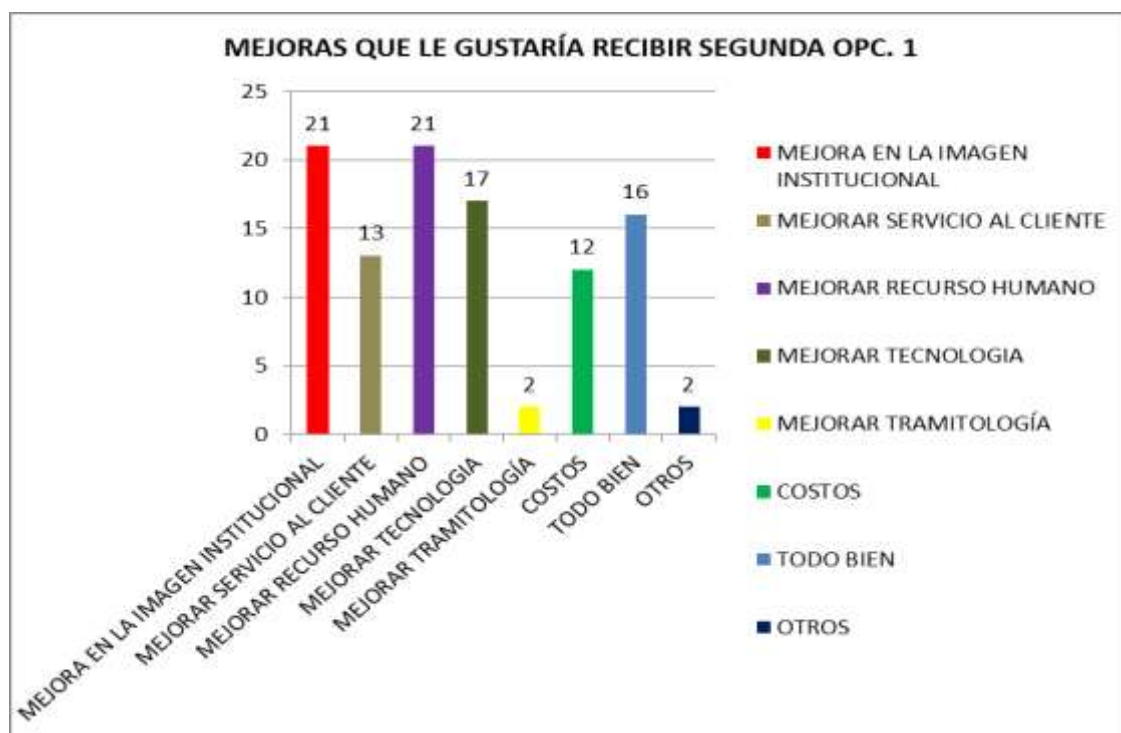
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 63 y representados en el gráfico Nro.69 se pudo determinar que el 33% de los encuestados que son clientes de la cooperativa opción 1, consideran que se deben realizar mejoras en los productos y servicios financieros, el 20% consideran que se debe mejorar el servicio al cliente, el 15% mencionan que se debe mejorar la imagen institucional, el 13% consideran que todo está funcionando bien, el 12% mencionan que se debe mejorar la tramitología, y el 3% consideran que se debe mejorar el recurso humano.

TABLA Nro. 62

Item	Fr	%
MEJORA EN LA IMAGEN INSTITUCIONAL	21	20,19
MEJORAR SERVICIO AL CLIENTE	13	12,50
MEJORAR RECURSO HUMANO	21	20,19
MEJORAR TECNOLOGÍA	17	16,35
MEJORAR TRAMITOLOGÍA	2	1,92
COSTOS	12	11,54
TODO BIEN	16	15,38
OTROS	2	1,92
TOTAL	104	100,00

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 68



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

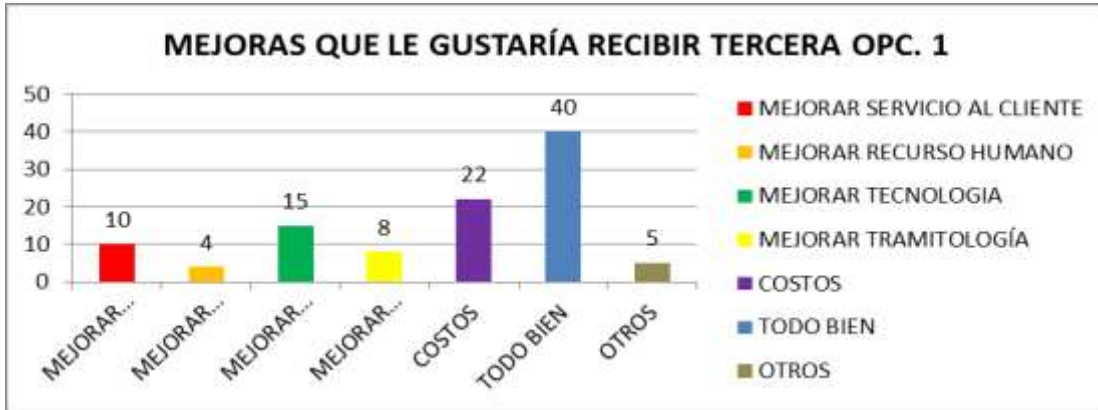
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 64 y representados en el gráfico Nro.70 se pudo determinar que el 20% de los encuestados que son clientes de la cooperativa opción 1, segunda mejora consideran que se deben realizar mejoras en la imagen institucional, y del recurso humano, el 16% consideran que se debe mejorar la tecnología, el 15% mencionan que todo se encuentra bien, el 13% mencionan que se debe mejorar el servicio al cliente, el 12% consideran que se deben mejorar los costos, y apenas el 2% consideran que se debe mejorar la tramitología

TABLA Nro. 63

Item	Fr	%
MEJORAR SERVICIO AL CLIENTE	10	9,62
MEJORAR RECURSO HUMANO	4	3,85
MEJORAR TECNOLOGIA	15	14,42
MEJORAR TRAMITOLOGÍA	8	7,69
COSTOS	22	21,15
TODO BIEN	40	38,46
OTROS	5	4,81
TOTAL	104	100,00

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 69



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 65 y representados en el gráfico Nro.71 se pudo determinar que el 39% de los encuestados que son clientes de la cooperativa opción 1, tercera mejora consideran que todo se encuentra bien, el 21% consideran que se deben mejorar los costos, el 14% recomienda que se debe mejorar la tramitología, el 10% menciona que se debe mejorar el servicio al cliente, el 8% considera que se debe mejorar la tramitología, y el 4% considera que se debe mejorar el recurso humano.

TABLA Nro. 64

Item	Fr	%
MEJORA IMAGEN INSTITUCIONAL	1	100,00
TOTAL	1	100,00

FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 70



FUENTE: Cuestionario

ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 66 y representados en el gráfico Nro.72 se pudo determinar que todos los encuestados que son clientes de la cooperativa opción 2, primera mejora consideran que se debe mejorar la imagen institucional.

TABLA Nro. 65

MEJORAS QUE LE GUSTARÍA RECIBIR SEGUNDA OPC. 2		
Item	Fr	%
MEJORA RECURSO HUMANO	1	100,00
TOTAL	1	100,00

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 71



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 67 y representados en el gráfico Nro.73 se pudo determinar que todos los encuestados que son clientes de la cooperativa opción 2, segunda mejora consideran que se debe mejorar el recurso humano.

TABLA Nro. 66

MEJORAS QUE LE GUSTARÍA RECIBIR TERCERA OPC. 2		
Item	Fr	%
MEJORA TRAMITOLOGÍA	1	100,00
TOTAL	1	100,00

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 72



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 68 y representados en el gráfico Nro.74 se pudo determinar que todos los encuestados que son clientes de la cooperativa opción 2, tercera mejora consideran que se debe mejorar la tramitología.

3.2.2. Servicio al cliente

En primer lugar nos permitimos anotar que servicio al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo teniendo siempre presente el contacto cara a cara, la relación con el cliente, su correspondencia, reclamos y cumplidos.

Es importante además señalar los diez mandamientos de la atención al cliente

1.- El cliente por encima de todo

Es el cliente a quien debemos tener presente antes de nada.

2.- No hay nada imposibles cuando se quiere

A veces los clientes solicitan cosas casi imposibles, con un poco de esfuerzo y ganas, se puede conseguirlo lo que él desea.

3. - Cumple todo lo que prometas

Son muchas las empresas que tratan, a partir de engaños, de efectuar ventas o retener clientes, pero ¿qué pasa cuando el cliente se da cuenta?

4. Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera.

Cuando el cliente se siente satisfecho al recibir más de lo esperado ¿Cómo lograrlo? Conociendo muy bien a nuestros clientes enfocándonos en sus necesidades y deseos.

5.- Para el cliente tu marcas la diferencia

Las personas que tiene contacto directo con los clientes tienen un gran compromiso, pueden hacer que un cliente regrese o que jamás quiera volver. Eso hace la diferencia.

6.- Fallar en un punto significa fallar en todo

Puede que todo funcione a la perfección, que tengamos controlado todo, pero que pasa si fallamos en el tiempo de entrega, si la mercancía llega accidentada o si en el momento de empacar el par de zapatos nos equivocamos y le damos un número diferente, todo puede fallar.

7.- Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos

Los empleados propios son " el primer cliente" de una empresa, si no se les satisface a ellos como pretendemos satisfacer a los clientes externos, por ello las políticas de recursos deben ir de la mano de las estrategias de marketing.

8.- El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente

La única verdad es que son los clientes son quienes, en su mente y su sentir lo califican, si es bueno vuelven y de lo contrario no regresan.

9.- Por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar

Si se logró alcanzar las metas propuestas de servicio y satisfacción del consumidor, es necesario plantear nuevos objetivos, " la competencia no da tregua".

10.- Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo

Todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en pro de la satisfacción del cliente, trátase de una queja, de una petición o de cualquier otro asunto.

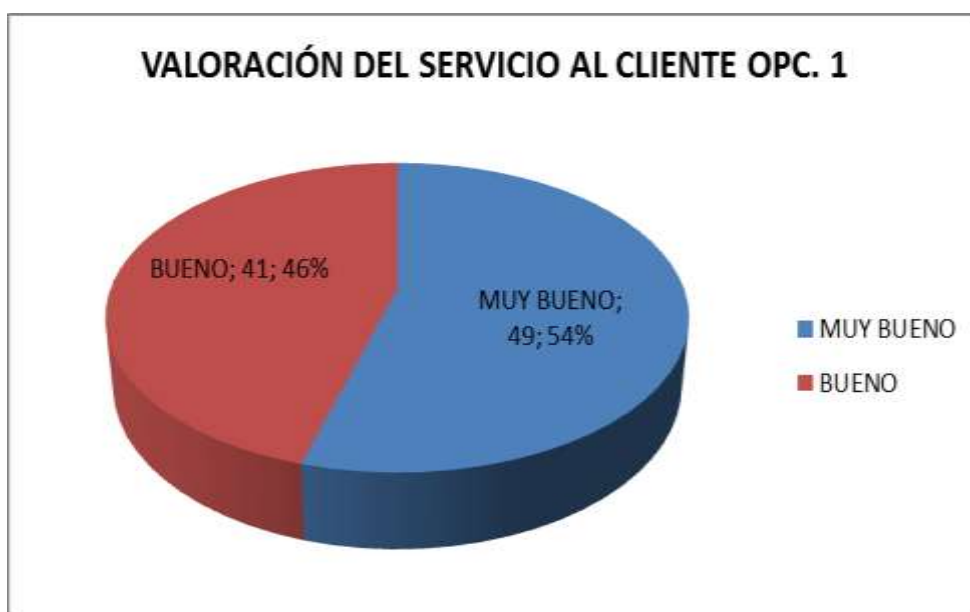
De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación de campo se puede mencionar que el servicio al cliente que ofrecen los bancos y las cooperativas en la provincia del Napo son muy buenos y buenos (ver tablas Nro. 26 y 27)

TABLA Nro. 67

VALORACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE OPC. 1		
Item	Fr	%
MUY BUENO	49	54,44
BUENO	41	45,56
TOTAL	90	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 73



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

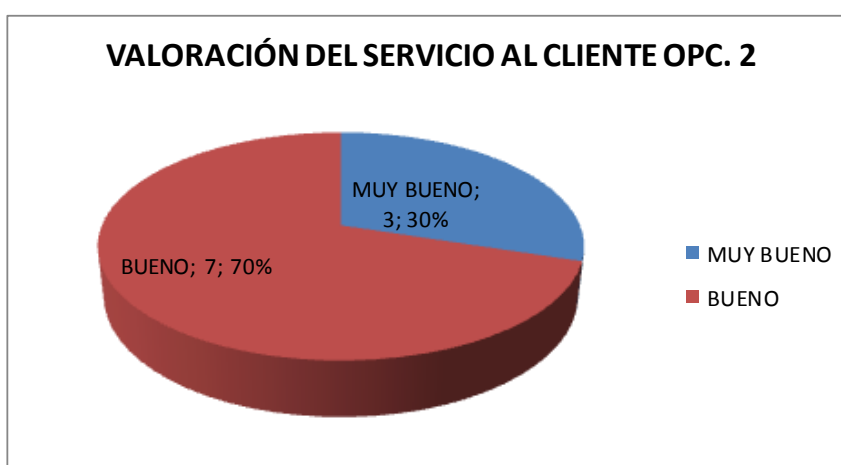
De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 26 y representados en el gráfico Nro.32, se pudo determinar que el 54% valoran el servicio al cliente del banco opción 1 ya que ofrecen un servicio muy bueno, y el 46% lo consideran bueno.

TABLA Nro. 68

VALORACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE OPC. 2		
Item	Fr	%
MUY BUENO	3	30,00
BUENO	7	70,00
TOTAL	10	100

FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO Nro. 74



FUENTE: Cuestionario
ELABORACIÓN: Los Autores

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla Nro. 27 y representados en el gráfico Nro.33, se pudo determinar que el 70% valoran el servicio al cliente del banco opción 1 ya que ofrecen un servicio bueno, y el 30% consideran que el servicio es muy bueno.

ANÁLISIS GENERAL.

En definitiva y de acuerdo a la investigación de campo realizada en la provincia del Napo se puede mencionar que tanto los Bancos como las Cooperativas de Ahorro y Crédito se encuentran muy bien posicionadas, y cuentan con el respaldo de sus clientes que poseen edades ente los 20 a 49 años, también nos muestra que la presente investigación s realizó a un porcentaje bastante significativo personas de género masculino y un porcentaje significativo a personas de género femenino, considerando a personas que poseen un nivel de instrucción secundario, de tercer y cuarto nivel.

Casi todas las personas encuestadas tiene trabajo dedicadas al sector público, privado, negocio propio, y un porcentaje pequeño son jubilados, y en su mayoría poseen cuenta de correo electrónico y son parte de una red social, con el objeto de comunicarse con familiares y amigos, de realizar su trabajo, de realizar negocios, realizar transacciones bancarias y realizar estudios.

El acceso a productos y servicios financieros es variado ya que todos son clientes de un Banco y/o Cooperativa de Ahorro y crédito teniendo preferencia en el banco del Austro, y Banco del Pichincha ya que les permiten mantener una cuenta de ahorro, una cuenta corriente, realizar un crédito de consumo, un crédito comercial, un crédito de vivienda, y además adquirir beneficios con las tarjetas de crédito.

Respecto a los servicios que ofrecen los bancos manifiestan su preferencia al realizar las transferencias bancarias, transferencias interbancarias, giros nacionales, giros internacionales, pago de servicios básicos, matriculación vehicular y el uso de los cajeros nexos.

Han depositado su confianza en estas instituciones bancarias ya que ellas les han ofrecido solidez, tradición, prestigio, cobertura, y diversidad de productos y servicios financieros y este servicio lo vienen recibiendo por más de 6 años, es decir que son personas que han depositado su confianza en los bancos desde hace ya mucho tiempo.

Al hablar del servicio al cliente se pudo averiguar que los clientes están satisfechos ya que dan una valoración de muy buena y buena al servicios brindado por los bancos en la Provincia del Napo, esto se debe a que las Instituciones Bancarias mantienen con los clientes un canal de comunicación físico adecuado con los clientes, además se comunican de forma adecuada con el cliente a través del teléfono, de la banca virtual y de la Web 2.0.

Los clientes también solicitan a los Bancos que se debe mejorar los productos y servicios financieros, el servicio al cliente, recurso humano, tecnología y mejorar la imagen institucional.

Respecto a **las Cooperativas** existe preferencia hacia la Cooperativa CACPE Pastaza y Cooperativa San Francisco ya que les ofrecen una atención adecuada en sus cuentas de ahorro, y les ofrecen servicio de tarjetas de debito, transferencias, y pago de servicios básicos, esta confianza se ha logrado gracias a que las Cooperativas les han garantizado solidez, prestigio, cobertura, costos, servicio al cliente, tradición, ubicación y recomendación, esto se ha demostrado ya que sus clientes han depositado su confianza durante más de 6 años.

Respecto al servicio al cliente que ofrecen las Cooperativas de Ahorro y Crédito, está catalogado como muy bueno y bueno ya que mantienen canales de comunicación adecuados de forma física, a través del teléfono, a través de los medios virtuales y a través de la web 2.0. Los clientes de las Cooperativas de Ahorro y Crédito manifiestan que se deben realizar mejoras en los productos y servicios financieros, en la imagen institucional, mejorar el servicio al cliente, mejorar el recurso humano y mejorar la tramitología.

CONCLUSIONES

- La presente investigación se realizó en la Provincia del Napo, a clientes comprendidos entre 20 a 49 años, en su mayoría aplicadas a personas de sexo masculino y en menor proporción a las de sexo femenino.
- El 84% de los encuestados poseen cuenta de correo electrónico y son parte de una red social, que la utilizan en su trabajo para comunicarse con la familia y amigos.
- Se han analizado los Bancos y Cooperativas que operan en la Ciudad del Tena, demostrando que todos prefieren ser clientes de instituciones financieras reguladas por la Superintendencia de Bancos, siendo sus preferidos el Banco del Austro y Banco del Pichincha.
- El 82% de los clientes demuestran tener mucha confianza en la Cooperativa CACPE PASTAZA, ya que brinda una atención de primera, ofreciéndoles los más altos niveles de garantías en sus productos y servicios.
- El 100% de los clientes prefieren los servicios de los bancos, que los de las Cooperativas, por sus beneficios, debido a que se encuentran en casi todo el territorio ecuatoriano, lo que les facilita realizar sus transacciones en el lugar donde se encuentren.
- Los productos y servicios que ofrecen los Banco y las Cooperativas son similares, lo que les diferencia son su tradición, prestigio, recomendación, cobertura, costos, servicio al cliente y ubicación.
- El 100% de los clientes expresan que los principales canales de comunicación que poseen bancos y cooperativas en la provincia de Napo son el físico, a través del teléfono, medios impresos.
- Los usuarios de los Bancos y Cooperativas prefieren el uso de productos y servicio financieros en la provincia del Napo ya que son muy buenos y variados.

RECOMENDACIONES

- Los Bancos y Cooperativas de la Provincia del Napo deben implementar un sistema de captación de clientes que les ayude a elevar el número de clientes de sexo femenino.
- Para dar a conocer los productos y servicios que ofrecen Los Bancos y Cooperativas de la Provincia del Napo de mejor forma, deben poner mayor énfasis en trabajar con sus clientes ofreciéndoles información mediante sus cuentas de correo electrónico
- Los Bancos y Cooperativas de la Provincia del Napo deben fortalecer su modelo de servicio elaborando planes de marketing adecuados, planes operativos y campañas publicitarias que informen oportunamente.
- Los Bancos y Cooperativas deben definir sus procesos de forma adecuada con la finalidad de reducir el rango de tiempo para concesión de productos y servicios financieros.
- Los Bancos y Cooperativas deben adaptar un sistema informático más ágil, con el fin de permitir a sus clientes obtener un buen servicio, y de esta manera mejorar la imagen institucional con el propósito de que sus clientes realicen sus transacciones en el menor tiempo posible

BIBLIOGRAFÍA

- ♣ <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/86/6/CAPITULO%20I.pdf>
- ♣ http://www.asobancos.org.ec/inf_macro/febrero.pdf
- ♣ <http://el-sector-financiero.htm.com.pdf>.l [Consulta 17 de Noviembre 2011]
- ♣ <http://www.bce.fin.ec/contenido.php?CNT=ARB0000002> [
- ♣ <http://www.monografias.com/trabajos72/crecimiento-economico-sistema-financiero/crecimiento-economico-sistema-financiero.shtml>
- ♣ http://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-mla-law-finance.html
- ♣ http://www.ratingspcr.com/archivos/publicaciones/SECTORIAL_ECUCADOR_BAN COS _201012 .pdf [Consulta 10 de Noviembre 2011]
- ♣ http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/articulos_financieros/Estudios%20Tecnicos/2011/AT1_2011.pdf
- ♣ LEY GENERAL DE INSTITUCIONES FINANCIERAS, 2005, Editorial Corporación de Estudios y Publicaciones.
- ♣ Muñoz, Roberto. (2010). Desarrollo Financiero [En línea]. Disponible en: http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/articulos_financieros/Estudios%20Tecnicos/2011/AT1_2011.pdf.

ANEXOS

**ANEXO 1. GUIA DEL ENCUESTADOR
ANEXO 2. CUESTIONARIO
ANEXO 3. COOPERATIVAS REGULADAS Y NO REGULADAS**