



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA

Proyecto de Investigación Académica: “Preferencias en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones del Sistema Financiero Regulado ecuatoriano”

Trabajo de fin de carrera previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración en Banca y Finanzas.

Autores:

Aguirre Gudiño Diana Alexandra

Andrango Anrango Susana del Rocío

Directora:

Ing.: Espinoza Loayza Viviana del Cisne

QUITO – ECUADOR

2011

CERTIFICACION

Ing. Espinoza Loayza Viviana del Cisne

DOCENTE DE LA ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS

C E R T I F I C A:

Que el presente trabajo realizado por las estudiantes Diana Alexandra Aguirre Gudiño y Susana del Rocío Andrango Anrango, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

Loja, mayo de 2003

f)

CESIÓN DE DERECHOS

“Nosotros, Diana Aguirre y Susana Andrango declaro ser autor (a) 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”.

.....
Diana Aguirre Gudíño

.....
Susana Andrango Anrango

AUTORIA

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

Diana Aguirre Gudiño

Susana Andrango Anrango

DEDICATORIA

Con todo nuestro amor y cariño este trabajo está dedicado a nuestros padres y hermana, quienes supieron guiarnos por el sendero del bien, haciendo posible la culminación de nuestros estudios para llevar a cabo nuestros sueños y metas.

A Dios por habernos dado la oportunidad de existir y por habernos puesto en nuestro camino a todas aquellas personas que han constituido un apoyo fundamental en nuestras vidas.

AGRADECIMIENTO

Sin lugar a duda este trabajo no pudo haberse realizado sin la formación que recibimos en la Escuela de Banca y Finanzas de la Modalidad Abierta de la UTPL, la cual nos dio la oportunidad de seguir y conseguir este reto, así como a todos los maestros que contribuyeron hasta el final de nuestra carrera y durante toda la participación en este proyecto.

Un agradecimiento especial a nuestros amigos, testigos del desarrollo y esfuerzo puesto en este trabajo y quienes nos dieron el apoyo incondicional para culminar con éxito nuestro cometido.

A todos...

Gracias!!!

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I

1. EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO: BREVE DESCRIPCIÓN Y CARACTERIZACIÓN.

| | |
|--|----|
| Introducción | 2 |
| 1.1 Ley general de Instituciones financieras..... | 2 |
| 1.1.1 Definición | 2 |
| 1.1.2 Órganos rectores del sistema financiero..... | 2 |
| 1.1.3 Alcance y regulaciones | 2 |
| 1.2 Estructura sistema financiero ecuatoriano | 3 |
| 1.2.1 Banca Privada | 4 |
| 1.2.1.1 Definición básica | 4 |
| 1.2.1.2 Caracterización de la banca ecuatoriana (Breve descripción y cobertura) | 4 |
| 1.2.1.3 Productos y servicios financieros | 5 |
| 1.2.2 Cooperativismo | 6 |
| 1.2.2.1 Definiciones básicas | 6 |
| 1.2.2.2 Cooperativismo en el Ecuador (Breve descripción estadísticas y cobertura) | 6 |
| 1.2.2.3 Productos y servicios | 7 |
| 1.2.3 El Mutualismo | 7 |
| 1.2.3.1 Definiciones básicas | 7 |
| 1.2.3.2 El Mutualismo en el Ecuador (Breve descripción, estadísticas y cobertura)..... | 8 |
| 1.2.3.3 Productos y servicios | 8 |
| 1.2.4 La banca pública | 9 |
| 1.2.4.1 Definiciones básicas | 9 |
| 1.2.4.2 La banca pública en el Ecuador (Breve descripción, estadísticas y cobertura) | 10 |
| 1.2.4.3 Productos y servicios | 11 |
| 1.3 Tendencias actuales de productos y servicios financieros .. | 12 |
| 1.3.1 La importancia de la web 2.0 y la tecnología en los productos y servicios financieros | 12 |

| | | |
|-------|---|----|
| 1.3.2 | Canales de provisión de servicios financieros | 13 |
| 1.3.3 | Los retos futuros de los productos y servicios financieros en el Ecuador | 13 |

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO. UNA PERSPECTIVA DESDE LA OFERTA.

| | |
|--|----|
| Introducción | 15 |
| 2.1 El sistema financiero local (análisis por plaza y subsistema). | 15 |
| 2.2 Evolutivo de captaciones | 17 |
| 2.2.1 Por tipo de depósito | 17 |
| 2.2.2 Por subsistema | 22 |
| 2.3 Evolutivo de colocaciones | 29 |
| 2.3.1 Por tipo de cartera | 29 |
| 2.3.2 Por Subsistema | 32 |
| 2.4 Productos y servicios financieros. Tipos y costos | 40 |
| 2.4.1 Productos y Servicios Financieros en la Banca Privada | 40 |
| 2.4.2 Productos y Servicios Financieros en el Mutualismo | 42 |
| 2.4.3 Productos y Servicios Financieros en el Cooperativismo ... | 44 |
| 2.4.4 Productos y Servicios Financieros en la Banca Pública | 46 |

CAPÍTULO III

3. ACCESO Y PREFERENCIA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS. UNA PERSPECTIVA DESDE LA DEMANDA

| | |
|---|-----|
| 3.1. Factores que influyen en la preferencia de productos y servicios financieros..... | 47 |
| 3.1.1 Estudio comparativo entre tipos de IFIS | 47 |
| 3.1.2 Estudio comparativo entre productos y servicios | 49 |
| 3.2 La comunicación con el cliente y servicio al cliente | 81 |
| 3.2.1 Comunicación con el cliente | 81 |
| 3.2.2 Servicio al cliente | 86 |
| Análisis general de la investigación realizada | 100 |

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

| | |
|-------------------------|-----|
| 1. Conclusiones | 102 |
| 2. Recomendaciones..... | 104 |

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía 106

ANEXOS

Anexos 107

RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento contiene una recopilación de las principales definiciones del Sistema Financiero Ecuatoriano y su estructura; los órganos rectores de este sistema y, las tendencias, el acceso y las preferencias actuales de productos y servicios financieros, así como la comunicación con el cliente.

Se hace un análisis situacional de este Sistema incluyendo una descripción por años (2008, 2009, 2010) del sistema financiero local, evolutivos de captaciones y colocaciones, tipos de productos y servicios financieros y sus costos.

El propósito de este documento, es conocer la percepción buena o mala que tiene el cliente sobre los servicios o productos que ofrecen las instituciones bancarias; para ello, se enfocará la banca privada, específicamente el caso del Banco Internacional. En base a estas percepciones se buscará definir un perfil del cliente, ofreciendo a los bancos la posibilidad de orientar sus esfuerzos de mercadotecnia e innovación a cada cliente de una manera más eficiente.

El alcance de este proyecto llega al levantamiento, procesamiento de datos y análisis de una encuesta aplicada a los clientes del banco Internacional.

INTRODUCCION

El mercado financiero es cada vez más competitivo y se desarrolla en un ambiente cambiante, que requiere llevar consigo nuevos retos y la ofertación de una cartera de productos y servicios más diversificada y que se diferencie a las demás entidades del sistema, esto se debe a que en esencia los productos y servicios son los mismos, y el único elemento diferenciador es la calidad con la que estos se ofrecen al mercado.

Es por lo que resulta importante identificar las tendencias y preferencias del consumidor financiero que imperan referentes a los productos y servicios financieros, a través de la medición y reacción que generan las diversas estrategias comerciales aplicadas por las entidades del sector.

El presente trabajo tiene como finalidad, el análisis de las preferencias en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones del sistema financiero ecuatoriano, en Quito. A través de esta investigación, se obtendrá la información que nos permitirá conocer como se encuentra constituido en la actualidad este mercado, que productos y servicios se ofrecen, dentro del enfoque de la banca de consumo, analizando cuales son los principales protagonistas, las ventajas competitivas, oportunidades, y desventajas que atraviesan. Todo esto nos permitirá conocer el porqué una persona prefiere y decide confiar y trabajar en una institución financiera dentro del mercado ecuatoriano cada vez más variable.

1. CAPÍTULO I: El sistema financiero ecuatoriano: Breve descripción y caracterización.

El sistema financiero es considerado como uno de los factores más importantes dentro de la economía, el mismo permite canalizar el ahorro hacia la inversión, por este motivo 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.

Se puede entender al Sistema Financiero Nacional, como el conjunto de instituciones financieras (bancos, sociedades financieras, asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda y las cooperativas de ahorro y crédito) que realizan intermediación financiera con el público.

Los bancos y las sociedades financieras o corporaciones de inversión y desarrollo se caracterizan principalmente por ser intermediarios en el mercado financiero, en la cual actúan de manera habitual, captando recursos del público para obtener fondos a través de depósitos o cualquier otra forma de captación, con el objeto de utilizar los recursos así obtenidos, total o parcialmente, en operaciones de crédito e inversión.

Introducción

1.1 Ley general de Instituciones financieras

1.1.1 Definición

El sistema financiero está conformado por el conjunto de Instituciones bancarias, financieras y demás empresas e Instituciones de derecho público o privado, debidamente autorizadas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, que operan en la intermediación financiera.

Es el conjunto de instituciones encargadas de la circulación del flujo monetario y cuya tarea principal es canalizar el dinero de los ahorristas hacia quienes desean hacer inversiones productivas. Las instituciones que cumplen con este papel se llaman “Intermediarios Financieros” o “Mercados Financieros”¹.

1.1.2 Órganos rectores del sistema financiero

Banco Central del Ecuador.- Tiene como función constitucional establecer, controlar y aplicar la política crediticia del Estado, así como también la atribución de conocer, aprobar y evaluar la ejecución de los presupuestos de las instituciones financieras públicas.

Superintendencia de Bancos.- Entidad autónoma encargada de controlar y supervisar las funciones de las instituciones financieras.

Junta Bancaria.- Es aquel organismo que se encuentra bajo el control de la Superintendencia de Bancos y es la encargada de dictar las Leyes, Resoluciones y Regulaciones que permiten un correcto funcionamiento y desarrollo de este sistema tan importante en la economía.

1.1.3 Alcance y regulaciones

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 permite canalizar el

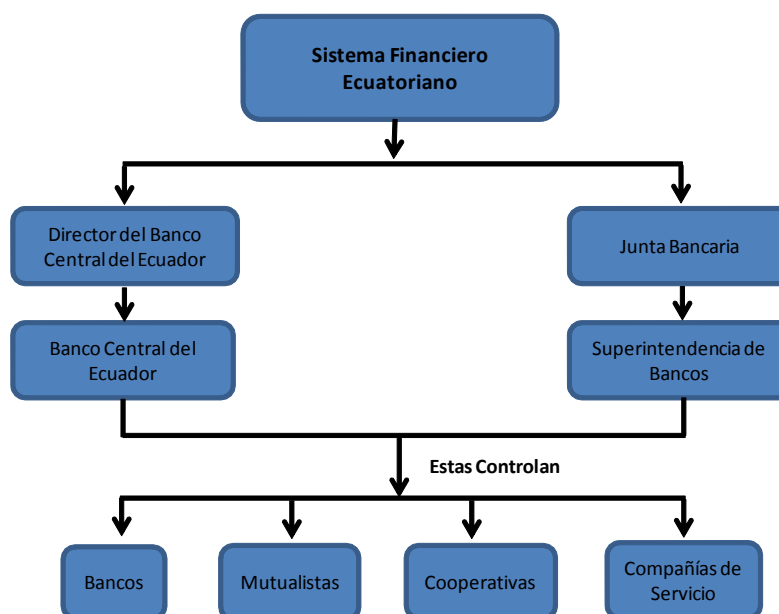
¹ Sabino Ayala Villegas, 07-2005, Análisis Financiero

ahorro y la inversión de los diferentes sectores hacia que lo necesitan y conlleva al apoyo y desarrollo de la economía.

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

- Bancos Privados y Públicos
- Cooperativas de Ahorro y Crédito
- Mutualistas
- Casas de Cambio
- Sociedades Financieras
- Compañías de Servicios

1.2 Estructura sistema financiero ecuatoriano



Fuente: Materia de Octavo Ciclo, Profesor Eco. César Vásquez²

Elaboración: Los autores

² <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/86/6/CAPÍTULO%20I.pdf>

1.2.1 Banca Privada

1.2.1.1 Definición básica

Los Bancos “Son entidades de origen privado y público autorizadas y constituidas legalmente para captar dinero del público en moneda nacional o extranjera en forma habitual o continua; conceder créditos para estimular el desarrollo económico social y productivo del país. Además canalizar el ahorro y la inversión”³.

1.2.1.2 Caracterización de la banca ecuatoriana (Breve descripción y cobertura)

El mercado financiero ecuatoriano está compuesto por 30 entidades privadas y públicas, nacionales y extranjeras.

| ENTIDAD BANCARIA | ENTIDAD BANCARIA |
|---------------------------|------------------|
| PICHINCHA | SOLIDARIO |
| BOLIVARIANO | SUDAMERICANO |
| BANCO NACIONAL DE FOMENTO | TERRITORIAL |
| COMERCIAL DE MANABI | UNIBANCO |
| COFIEC | AUSTRO |
| GENERAL RUMIÑAHUI | AMAZONAS |
| GUAYAQUIL | CAPITAL |
| INTERNACIONAL | DELBANK |
| LITORAL | FINCA |
| LOJA | PROMERICA |
| PRODUBANCO | PROCREDIT |
| MACHALA | PACIFICO |
| BANCO HOLANDES UNIDO | AMOR |
| BANK OF AMERICA NATIONAL | CITIBANK |
| LLOYDS BANK | BANK N.V. |

Fuente: Superintendencia de Bancos / Catastro 2010

³ Universidad Nacional de Loja, Carrera de contabilidad y auditoría, módulo 5, El Sistema Contable de Instituciones Financieras

Las actividades bancarias están determinadas básicamente por el funcionamiento de los bancos públicos y privados, quienes tienen una amplia gama de operaciones que permiten el desarrollo de importantes sectores de la producción, en especial por el crédito, sustancial característica de estas actividades.

Los bancos públicos tienen como característica, otorgar créditos que estimulen el desarrollo económico y social; por lo tanto las condiciones de los préstamos tienen sus ventajas con respecto de los bancos privados, sea por el plazo, tasas de interés, años de gracia, garantías y formas de pago.

Los bancos privados en cambio si bien apoyan el desarrollo productivo de un país, persiguen el beneficio, por ello las condiciones de los préstamos son diferentes con relación a los bancos públicos.

1.2.1.3 Productos y servicios financieros

De acuerdo al Art. 51 de la ley de instituciones del Sistema Financiero. “Los Bancos podrán efectuar las siguientes operaciones en moneda nacional o extranjera, o en unidades de cuenta establecida en la ley. A continuación mencionamos algunos:

- a) Recibir recursos del público en depósitos a la vista.
- b) Recibir a depósitos a Plazo.
- c) Asumir obligaciones por cuenta de terceros.
- d) Emitir obligaciones y cédulas garantizadas con sus activos y patrimonio.
- 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.

Entre los principales servicios brindados por los bancos mencionamos:

1. Arrendamientos de casilleros de seguridad
2. Microfilm y copia de documentos
3. Cajero Automático

4. Certificación de cheques
5. Revocatoria de cheques
6. Transferencia de fondos
7. Emisión de estados de cuentas
8. Cortes de estado de cuenta
9. Entre otros.

1.2.2 Cooperativismo

1.2.2.1 Definiciones básicas

“Una Cooperativa es una asociación de personas en número variable que se enfrentan con las mismas dificultades económicas y que libremente unidas sobre la base de igualdad de sus derechos y obligaciones, se esfuerzan por resolver esas dificultades, principalmente administrando por su cuenta y riesgo, con miras al provecho material y moral común, y mediante la colaboración de todos, una empresa en la cual delegaron una o varias de las funciones económicas que responden a las necesidades comunes”.

“La cooperativa es una sociedad de derecho privado, formada por personas naturales o jurídicas que sin perseguir finalidades de lucro, tienen por objeto planificar y realizar actividades o trabajos de beneficio social o colectivo a través de una empresa manejada en común y formado con la aportación económica, intelectual y moral de sus miembros”⁴.

1.2.2.2 Cooperativismo en el Ecuador (Breve descripción, estadísticas y cobertura)

El mercado financiero ecuatoriano está compuesto por 40 cooperativas de ahorro y crédito, entre las principales: 29 de Octubre, Andalucía y Alianza del Valle, etc.

Las cooperativas, se clasifican según la actividad que vayan a desarrollar como cooperativas de producción, consumo, crédito y

⁴Luis Alberto, CHIRIBOGA ROSALE, 2007, “Sistema Financiero”, primera edición, Quito Ecuador

servicios; y por la capacidad que tengan como cooperativas abiertas (captan dinero del público en general) y cooperativas cerradas (agrupan a socios que pertenecen a un solo grupo del trabajo).

1.2.2.3 Productos y servicios

a) Los ahorros

La cooperativa tiene como finalidad fundamental la de ofrecer a sus afiliados el servicio de **PRÉSTAMOS**; ahora, para contar con las disponibilidades monetarias que le permita ofrecer el servicio tiene que formar primero un capital accionario o de operación a base de los depósitos económicos efectuados por todos los miembros de la sociedad.

b) Depósitos a plazo fijo

Los socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito, a más de depositar dinero en las cuentas de Certificados y Ahorros, pueden hacerlo también en otra que sea denominada depósitos a plazo fijo. Este dinero gana un interés convenido de acuerdo al plazo que dura el depósito, cuyas tasas constan en el Reglamento respectivo de la cooperativa.

c) Los préstamos

Los préstamos constituyen el principal y más significativo de los servicios. Es un derecho que utiliza el socio como reconocimiento al mérito de la cooperación. Es un acto de solidaridad y confianza, los miembros de la sociedad se prestan dinero y se garantizan mutuamente, bajo normas justas.

1.2.3 El Mutualismo

1.2.3.1 Definiciones básicas

Constituye la asociación libre, sin fines de lucro, por personas inspiradas en la solidaridad, con el objeto de brindarse ayuda recíproca 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.

1.2.3.2 El Mutualismo en el Ecuador (Breve descripción, estadísticas y cobertura)

Las asociaciones Mutualistas de Ahorro y Crédito para la vivienda en el Ecuador son instituciones financieras privadas, con finalidad social, cuya actividad principal es la captación de recursos del público para destinarlos al financiamiento de la vivienda, construcción y bienestar familiar de sus asociados

Las mutualistas tienen como fortalezas:

- No constituyen grupos financieros
- No existe concentración de crédito en personas o empresas vinculadas
- Son entidades con finalidad social, dedicadas a la captación de recursos para destinarlos a proveer soluciones de vivienda.

1.2.3.3 Productos y servicios

Entre los principales productos tenemos:

Ahorro tradicional.- Es la cuenta de ahorros que permite hacer rendir el dinero del socio de una manera segura.

Ahorro programado.- Aquí el socio empieza a construir sus sueños, ya que mediante el ahorro planificado podrá ir acumulando su dinero.

Cuenta constructiva.- Este producto está diseñado para ayudar a que los asociados conviertan sus sueños en realidad. Consta de dos partes: Ahorro Tradicional y Ahorro Planificado.

Inversiones.- Con este producto, el socio podrá invertir su dinero a través de certificados de inversión de acuerdo a planes a corto, mediano y largo plazo.

Crédito hipotecario.- Es un crédito de amortización mensual pagadero a mediano o largo plazo, otorgado a personas naturales.

Entre los principales servicios ofrecidos tenemos:

- Red de oficinas en Ecuador y Oficinas en Estados Unidos y España en el caso de algunas mutualistas (Pichincha).
- Red de Cajeros Automáticos, enlazados con Ban Red.
- Página Web.
- Pago de Servicios Básicos (luz, agua, teléfono, recargas celulares).
- Transferencias Bancarias Nacionales e Internacionales.
- Servicios Call Center.
- Seguros y asistencias, entre otros.

1.2.4 La banca pública

1.2.4.1 Definiciones básicas

Para propósitos nobles como erradicar la pobreza y fomentar la inversión y el ahorro en el Ecuador se creó la banca pública de desarrollo, la cual está conformada por el Banco del Estado (BEDE), el Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV), el Banco Nacional de Fomento (BNF) y la Corporación Financiera Nacional (CFN) y el Instituto Ecuatoriano de Créditos Educativos (IECE).

Estas Instituciones se encuentran reguladas por la Superintendencia de Bancos; lo cual, causa un conflicto de intereses que imposibilita que la supervisión sea imparcial, pues el estado es supervisor y banquero a la vez.

Cabe indicar que el Banco del Estado (BEDE) trabaja con los gobiernos autónomos descentralizados; El Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV) da crédito a los constructores; El IECE otorga créditos a los estudiantes para maestrías y posgrados; el Banco Nacional de

Fomento (BNF) ofrece microcrédito productivo y sobre todo crédito individual; la Corporación Financiera Nacional (CFN) tiene un segmento más corporativo y también se encarga de trabajar en las corresponsalías; es decir, de ser el “Eximbanco” (Exportaciones e importaciones de materias primas y líneas de capital) del Ecuador.

1.2.4.2 La banca pública en el Ecuador (Breve descripción, estadísticas y cobertura)

En el Ecuador, la Banca Pública de Desarrollo empezó a mediados del siglo XX con la creación de entidades que serían modificadas a lo largo de los años adaptándose a nuevos modelos económicos, sectores y productos específicos y la coyuntura por la que atravesaba el país.

Los bancos públicos en el Ecuador están enfocados a la cobertura de sectores estratégicos como el productivo, infraestructura, pequeños y micro empresarios.

Las Instituciones que conforman la banca pública son: BEV, CFN, BEDE, BNF Y EI IECE.

En los primeros tres meses de 2011, la banca pública ecuatoriana colocó 412,8 millones de dólares en créditos tanto para obras de infraestructura local, como para proyectos productivos y habitacionales.

De este monto, según cifras oficiales, la Corporación Financiera Nacional (CFN) entregó 120 millones en créditos a favor de 4.663 beneficiarios; el Banco Nacional de Fomento, 108,7 millones; Banco del Estado, 91,4 millones dólares; y el Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV), 92,7 millones (no se incluye el Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social ni al Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas).

En 2010, una cifra similar se alcanzó en los cinco primeros meses del año (430,9 millones de dólares), lo que muestra que año a año mejora el rendimiento de los recursos que manejan los bancos públicos del país; lo cual su vez, permite dinamizar la economía, impulsar el sector productivo y generar fuentes de empleo.

El Banco Nacional de Fomento (BNF) ha otorgado un 75% para créditos de desarrollo, 14% en microcréditos, 5% para el Plan 555 (préstamos de 5.000 dólares, a cinco años plazo, con 5% de interés); y 3% para Desarrollo Humano. El índice de morosidad es de 11,08%, frente al 13,06% de diciembre de 2010.

De acuerdo con datos de la CFN, hasta la fecha se han logrado crear 3.952 fuentes de empleo directo y 1.066 empleados indirectos. Esta entidad ha entregado un 50% en préstamos directos, un 8% para el plan Renova (para renovación de vehículos de transporte público), 10% para comercio exterior; y 28% para créditos de segundo piso.

En cuanto a los créditos que otorga el Banco del Estado, el 76,8% fueron destinados a los Municipios para proyectos de desarrollo favoreciendo a 158 de los 221 cantones del país⁵.

1.2.4.3 Productos y servicios

Este momento, todos están operando en primer piso en términos de otorgamiento de créditos; el BNF está en los dos niveles, maneja cuentas corrientes y de ahorro. La CFN también hace operaciones de ambos tipos y entraría en una fase de tener cuentas corrientes y de ahorro. El BEDE sólo entrega crédito; el IECE otorga créditos directos y se está pensando cómo diversificar sus productos. El BEV actúa como entidad de primer piso y tiene algo de atención a los ciudadanos con cuentas de ahorro.

La banca pública de desarrollo de segundo piso ayuda a salvaguardar la liquidez de la banca de primer piso y constituye una forma más barata de obtener recursos económicos para las entidades de primer piso y su giro de negocio. También ayuda a promover mejores plazos para los créditos, mayores montos y menores tasas de interés, beneficiando directamente a los beneficiarios finales de los créditos, y así de esta manera ayuda a incrementar la profundización financiera.

⁵ Márquez, Fidel, 25 abril 2011, Boletín Informativo de la Agencia de noticias del Ecuador y Suramérica, Analista Económico y catedrático Universitario.

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.

Qué es la web 2.0?:

“Podemos definir la Web 2.0 como una segunda generación de *webs* basadas en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los *blogs*, los *wikis*, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios”⁶.

La importancia de la Web 2.0 radica en la posibilidad de publicar noticias como un periódico tradicional. Las personas crean blogs que el día de hoy reciben más visitas que las versiones online de muchos periódicos. Al día de hoy podemos tener gratuitamente nuestra propia emisora de radio online, nuestro periódico online, nuestro canal de vídeos, etc.

Los participantes en la 4ª convocatoria internacional sobre TIC en el sector bancario destacaron también la importancia de la Web 2.0 en el nuevo escenario del sector bancario. El poder del Internet hoy en día es sinónimo del poder de la marca, Web 2.0 ha cambiado las reglas del juego en el sector bancario en cuanto se ha impuesto como un movimiento masivo, global e imparable con tres tendencias principales: sociales (redes sociales e intercambio ilimitado de contenido), tecnológicas (firma electrónica, etc.) y de negocio (comunidades).

Web 2.0 fue creado para aumentar la interactividad de las instituciones financieras con los clientes, ya que los clientes no sólo buscan información sino que intercambian y experimentan a través de múltiples dispositivos y plataformas hasta el punto de complicar aún más la captación y retención de clientes por los múltiples productos y servicios proporcionados por todas las instituciones financieras que existen en el Ecuador.

⁶ Ortega Iván Abel, www.mosaic.uoc.edu, Efectos de la importancia de la web 2.0

1.3.2 Canales de provisión de servicios financieros

Cajeros Automáticos.- Permiten realizar consultas, retiros, transferencias, pago de servicios básicos, etc. Estos cajeros se encuentran ubicados en todo el Ecuador.

Banca Virtual.- Permite realizar transacciones con un solo clic, accedendo desde internet a la Banca Virtual.

Banca Celular.- A través del celular se conecta a los servicios transaccionales que el cliente los pagos y comunicarse con el mundo de la banca en cualquier momento.

Banca Telefónica.- Con una sola llamada telefónica a un determinado número telefónico y desde la comodidad de la casa, se accede las 24 horas del día y los 365 días del año a los servicios bancarios.

Ventanillas.- Permite realizar consultas, retiros, transferencias, pagos de servicios básicos.

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

Las Instituciones Financieras y organizaciones de servicios con la finalidad 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 especializadas en las intranets y extranets.

Correctamente utilizados son excelentes herramientas de comunicación que las empresas e instituciones no debería obviar si quieren seguir aportando todo lo que la sociedad y sus actores les requiere. Bajo este contexto, las Instituciones Financieras consideran:

Planificación estratégica: análisis, objetivos, acciones a realizar, planificación y organización, evaluación de resultados.

Gestión estratégica de la información: marketing comunicacional, comunicación interna vs comunicación corporativa, comunicación en/con las instituciones/administraciones, tecnología de la comunicación.

Implementación de portales: Imagen de la institución y medio de comunicación: funciones y objetivo, tipos de portales, servicios de apoyo,

beneficios y problemas de los portales corporativos, el desafío de la correcta gestión de contenidos.

La intranet: el portal dirigido al público “interno”. Intranet y extranet. Ventajas y algún inconveniente. La responsabilidad social de la intranet correctamente diseñada. La importancia de saber “venderse” también dentro de la propia institución.

CAPÍTULO II. ANALISIS SITUACIONAL DEL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO. UNA PRESPECTIVA DESDE LA OFERTA.

Introducción

El sistema financiero es la columna vertebral de la economía del país, es la base fundamental para la realización de las todas las transacciones económicas.

Desde el punto de vista de la oferta, el principal rol de una institución parte del sistema financiero ecuatoriano como son los bancos y las sociedades financieras, es captar recursos a través de depósitos y colocaciones de dinero, y a su vez proporcionar a sus clientes servicios adicionales y modernos en un marco cada vez más competitivo tales como tarjetas de crédito, banca telefónica o servicios en línea con sistemas de seguridad que garantizan la privacidad y la discreción de la información que se presenta en pantalla, así como la comodidad para los clientes, entre otras.

A nivel global, puesto que el banco puede disponer del ahorro del depositante, remunera a este último mediante el pago de un interés.

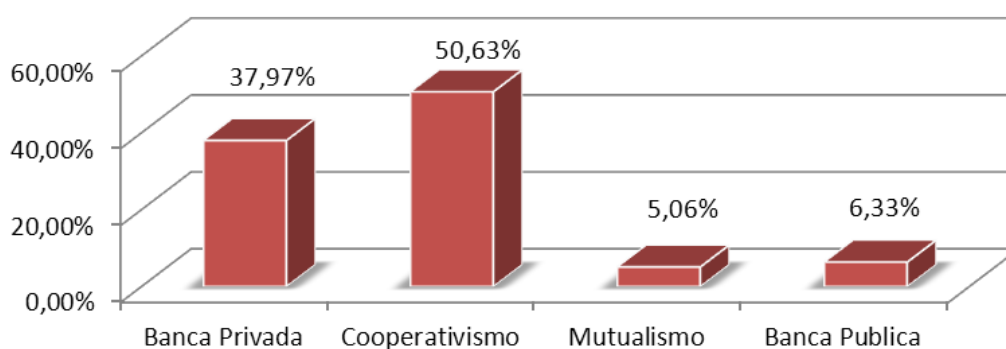
Así mismo con estos fondos depositados, se conceden préstamos y créditos a otros clientes, cobrando a cambio de estas operaciones otros tipos de interés.

La diferencia entre los intereses cobrados y los intereses pagados constituye la principal fuente de ingresos de los bancos, si los vemos como entes lucrativos.

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

De acuerdo a la información actual otorgada por la Superintendencia de Compañías hasta el 31 de mayo del año en curso, las entidades ubicadas a nivel nacional y que forman parte del mercado global financiero ecuatoriano son 79 (Gráfico 1), se cuenta con una participación del 37.97% que constituyen 30 entidades bancarias privadas, en cooperativas el 50.63% corresponde a 40 entidades, en el mutualismo hay 4 entidades con una participación en el mercado global del 5.06% y finalmente 5 entidades en la banca pública con una participación del 6.33%.

Gráfico 1. Participación de Entidades a Nivel Nacional

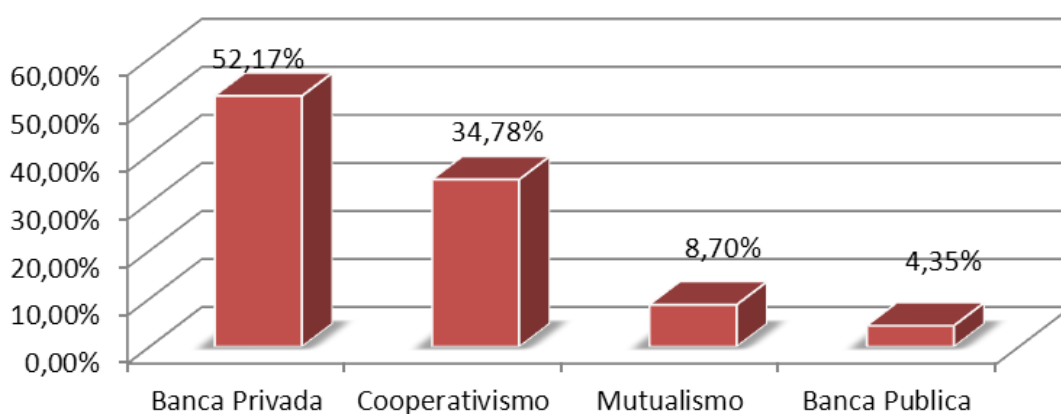


Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Sin embargo la plaza propósito de nuestro estudio es Quito, bajo el mismo esquema de fechas (Gráfico 2), las entidades que se ubican a nivel local son 46, y su participación es, a nivel de banca privada el 52.17% es decir 24 entidades localizadas en esta plaza, en cooperativismo el 34.78% con 16 entidades, en el mutualismo el 8.70% con 4 entidades y en cuanto a la banca pública el 4.35% con 2 entidades localizadas en Quito.

Gráfico 2. Participación de Entidades a Nivel Local



Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Es notable que en cuanto a la banca privada este porcentaje sea mayor a nivel local, ya que Quito al ser la capital del Ecuador, es considerado como

centro de negocios, tanto nacional como internacional y su movimiento es mayor al de otras plazas.

Adicionalmente la banca privada ofrece la más completa serie de productos y servicios con o sin costos adicionales pero que facilitan tanto la gestión interna de las instituciones como la optimización del tiempo y la seguridad de los fondos de los clientes.

Sin embargo el propósito del cooperativismo no se queda atrás, el ir de la mano con los servicios que ofrece la banca privada, como variedad en las captaciones y la facilidad en otorgación de créditos, la hacen aparecer dentro del mercado financiero como un pilar fundamental.

El mutualismo a pesar de los años se sigue manteniendo dentro del mercado financiero haciéndose notar por su servicio en el tiempo y la confianza que brinda a sus clientes.

En el caso de la banca pública actualmente es más notable su desenvolvimiento dentro del sistema financiero, se incrementa el tipo de servicios que ofrece, y promueve al consumo de los mismos a través de una mayor difusión dentro de la demanda existente en el mercado.

2.2. Evolutivo de captaciones

2.2.1. Por tipo de depósito

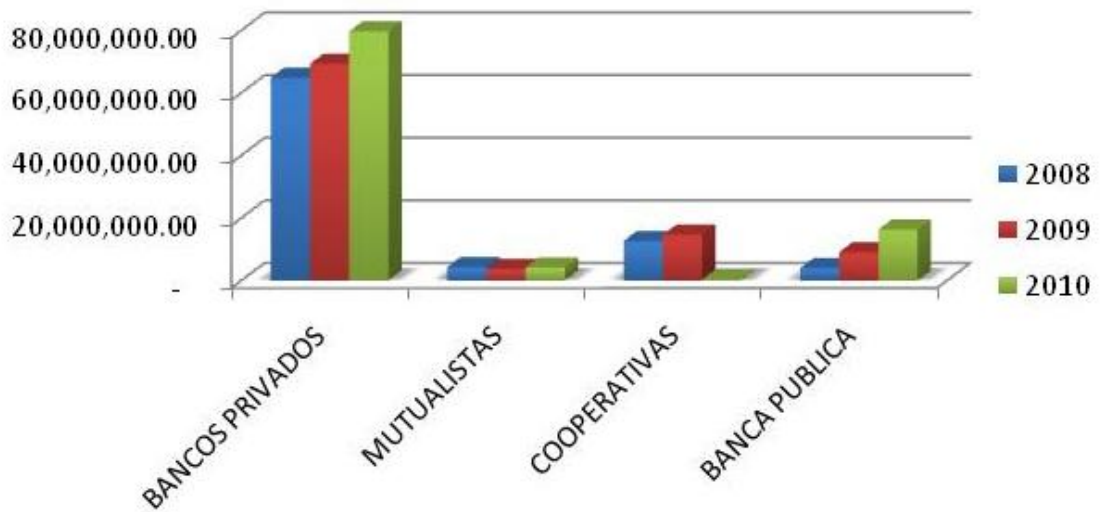
Durante los últimos años, aún a pesar de la crisis económica del Ecuador en la década de los 90 y la fuerte devaluación del Sucre, lo que nos llevó a la dolarización, el Sistema Financiero se sigue sosteniendo en un proceso al parecer bastante exitoso. Aun cuando parecía una ventaja tener una moneda internacional, no se ha logrado reducir el costo de la vida y se sigue manteniendo la dificultad de inversión y producción.

Sin embargo, el mercado ecuatoriano se ve fortalecido por las remesas de los emigrantes, circunstancia que han tomado las instituciones financieras a su favor para sostener la que se ve como la mejor de las decisiones económicas tomadas en el país.

La evolución ha sido favorable a partir del año 2008, en el cual el total de captaciones del sistema financiero ascendió a \$ 85.734.196.92 ML para el 2009 se incrementa a \$ 96.596.548,70ML y para el 2010 \$ 100.344.307.65ML.

El mejor año para las captaciones ha sido sin duda el año 2010 en el cual se concentra el 35.5% del total de captaciones acumuladas durante los periodos de estudio.

Gráfico 3. Total de captaciones del Sistema Financiero Ecuatoriano

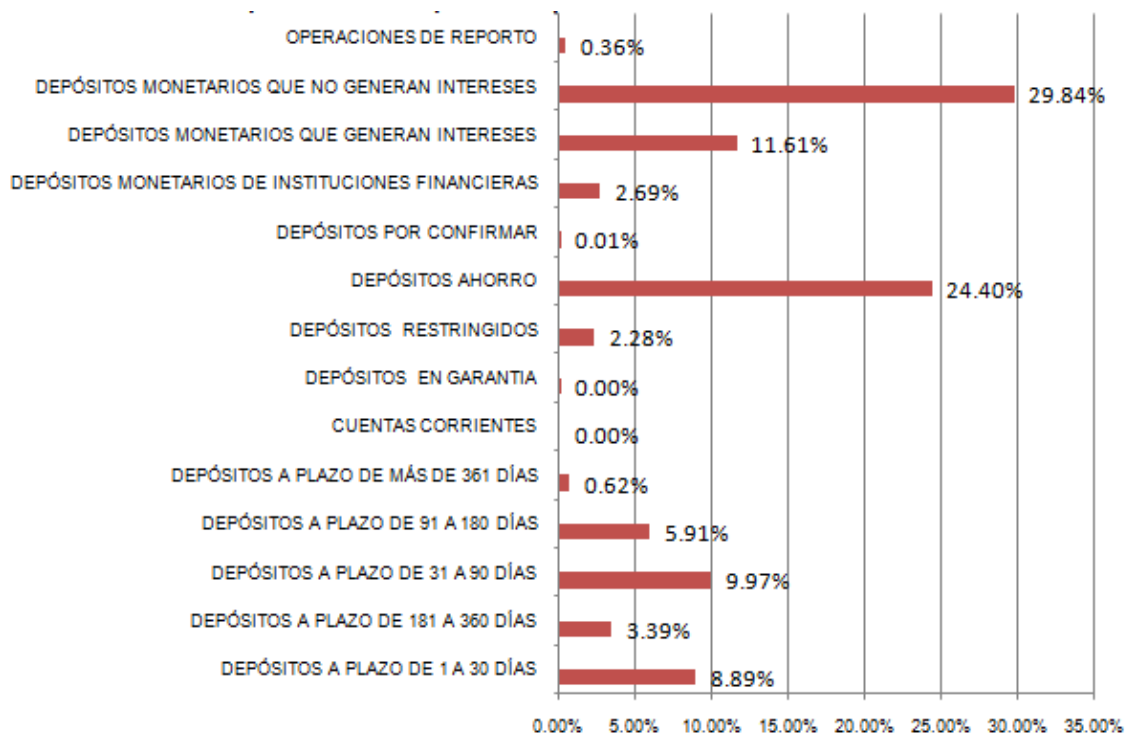


Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Lo que nos da a entender que a la fecha, la liquidez del sector privado se incrementó a través de las captaciones de ahorro y estas fueron destinadas a atender requerimientos por el incremento de créditos a prestatarios que los requirieron en su momento.

Gráfico 4. Participación de los tipos de depósito en la banca privada



Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

El subsistema integrado por las cooperativas de ahorro y crédito controladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, continúa como un sector dinámico dentro del sistema financiero, por su crecimiento constante en los últimos años, dentro del mercado financiero ecuatoriano existe alrededor de 40 cooperativas de ahorro y crédito, pero en Quito operan alrededor de 16 entidades de este tipo.

Los resultados denotan que la finalidad primordial de las Cooperativas de Ahorro y Crédito es ayudar a mejorar las condiciones de sus socios. Es importante, que se entienda las bondades que brinda a éstos, como por ejemplo:

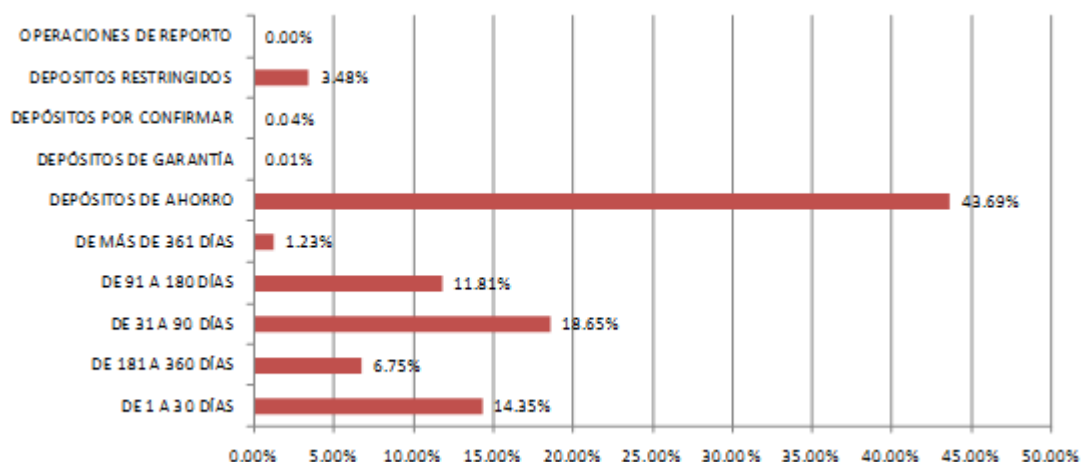
- El ahorro reduce la necesidad de obtener préstamos en condiciones desfavorables cuando el prestatario se enfrenta a una emergencia.
- El disponer de ahorros constituye una garantía al momento de solicitar préstamos. En la medida que se disponga de mayor cantidad de ahorros, serán mayores las fuentes crediticias en las que se pueden solicitar.
- El ahorro puede constituir una protección contra la inflación. La gente se protege del alto costo de la vida si los ingresos generados por el ahorro son superiores a la tasa de inflación. En épocas de inflación muy elevada, es posible que la gente prefiera gastar o pedir prestado en lugar de ahorrar. Los ahorros pueden tomar la forma de inversiones colocadas en bienes susceptibles de mantener su valor. Entre otras.

Para las cooperativas el saldo promedio al 31 de mayo del 2011, asciende a \$ 352.758.241,97 , los depósitos más importantes con relación a este tipo de entidades son los depósitos de ahorro que constituyen el 43.69% con captaciones totales promedio de \$ 154.118.551,01, seguido por los depósitos a plazo con captaciones promedio de \$ 65.794.036,89 siendo el 18.65% del total de captaciones, luego tenemos a los depósitos a plazo de 1 a 30 días que representan el 14.35% del total de captaciones en el periodo. Los

depósitos que tienen menor captación en este tipo de entidades son los depósitos en garantía que son el 0.01% del total.

El número de clientes promedio en el periodo asciende a 603.890 y el número de cuentas promedio es de 643.330, donde consideramos que varios clientes pueden tener más de una cuenta abierta en la entidad.

Gráfico 5. Participación de los tipos de depósito en el Cooperativismo.



Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

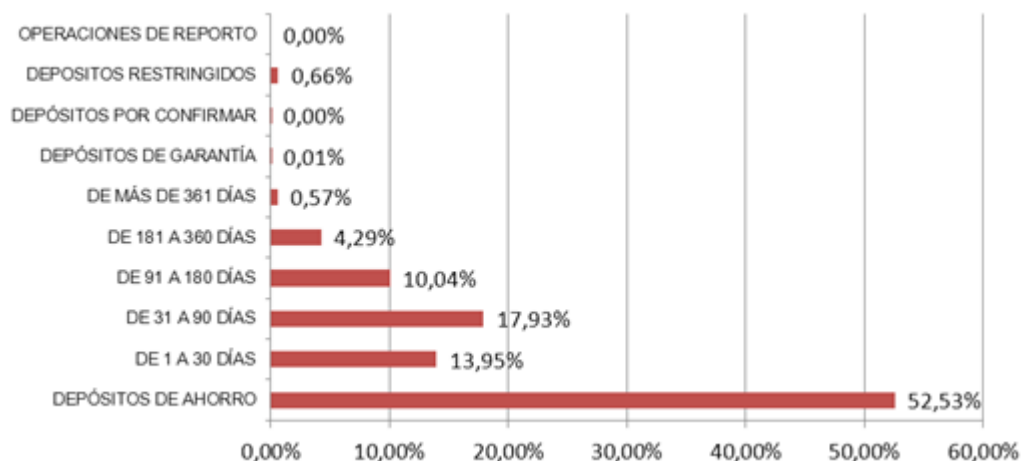
Para las mutualistas que son 2 ubicadas en la ciudad de Quito (Mutualista Imbabura y Mutualista Pichincha) se presenta un saldo promedio al 31 de mayo del 2011 de \$ 194.648.710,89, de los tipos de depósitos más utilizados, los mayores rubros se concentran en depósitos de ahorro con captaciones de hasta \$ 1.022.518.346,11 siendo el 52.53% del total, seguido por los depósitos a plazo de 31 a 90 días con captaciones de hasta \$ 349.080.522,08 representados por el 17.93% y luego los depósitos a plazo de 1 a 30 días con montos captados de \$ 271.450.427,98 es decir el 13,95% del total de captaciones.

El mutualismo es un sistema que básicamente nace de la filosofía idealista de que la gente ahorre para comprar su vivienda estrictamente con ahorros a esto se debe su participación en el mercado (Gráfico 6), la magnitud del valor de la vivienda hace improbable que con ahorros alguien comprar una vivienda, sin embargo estas instituciones conceptualizan el ahorro a una

disciplina que llevara a los clientes a ahorrar todos los meses para pagar las cuotas y, al cabo de un tiempo, tienen su casa propia.

De todas maneras esto no quiere decir que solo se financian proyectos de vivienda, sino que se ha tenido que reacomodar su portafolio de créditos y productos ya que con la creación del Biess estas instituciones tienen que innovar para ser competitivas en el mercado.

Gráfico 6. Participación de los tipos de depósito en el Mutualismo.



Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

En el caso de la banca pública la mayor participación en depósitos se concentra en los depósitos a plazo de más de 361 días con el 55.95%, es decir, con un total de captaciones al 31 de mayo de \$ 285.419.983,34, seguido por los depósitos de ahorro con el 10.24% o \$ 52, 219,831.84 y en un tercer lugar los depósitos de garantía y los depósitos a plazo de 181 a 360 días con porcentajes de 7.79%. 7.47% y 6.57%.

Con este análisis se puede corroborar que el fin concreto de la banca pública es fomentar las inversiones y el desarrollo del país, enfocado a sectores estratégicos como el productivo, la infraestructura y la microempresa, a través de créditos que otorga cada una de las entidades en los ramos que le corresponden.

Gráfico 7. Participación de los tipos de depósito en la Banca Pública



Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

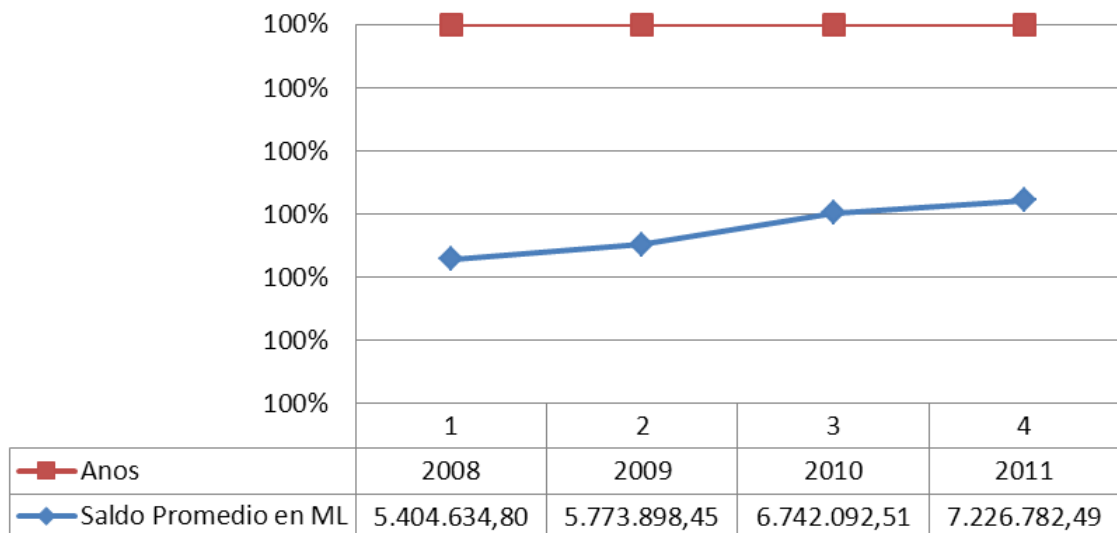
2.2.2 Por subsistema

El sistema financiero ecuatoriano constituye uno de los sectores más dinámicos dentro de la economía nacional, en términos de recursos

Durante los últimos años el sistema financiero se ha inclinado a ser una base sólida para las inversiones, para la otorgación de créditos y para el crecimiento sostenido de la banca pública y privada así como de todas las entidades que forman parte del mercado financiero.

Se puede ver que en el caso de la banca privada el crecimiento ha sido sostenido aun cuando no ha sido mayormente considerable entre los años 2008 y 2009 un 6.83% entre el 2009 y el 2010 un crecimiento del 16.77% y entre el 2010 y el curso del 2011 un 7.19% a nivel de captaciones totales, esto nos indica que cada vez se incrementa la confianza o que se mantiene dicha confianza que los clientes le tienen al mercado financiero y la estabilidad económica después de la dolarización que se presenta sostenible en el tiempo.

Gráfico 8. Captaciones por año en la Banca Privada



Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

En el caso del cooperativismo, la mayor concentración de captaciones se encuentra en los depósitos de ahorro, lo que permite que el subsistema tenga la disponibilidad para otorgar a sus clientes créditos entre otros beneficios.

Esto no ha cambiado con el tiempo, en el año 2008 el total de captaciones ascienden a \$193.019,09ML con el 51.02% en depósitos de ahorro, para finales de ese año el número de clientes con cuenta de ahorros era de 500.880 personas.

Para el año 2009 a nivel global existe un incremento en las captaciones del 12.04% es decir con \$ 219.429,66ML, y los depósitos de ahorro van de la mano con este incremento ya que a comparación del 2008 son 10.57% mayores, considerando también un incremento en el número de clientes del 8.81% es decir un total de 549.229 en clientes promedio con respecto al año 2008.

Para el año 2010, la tendencia se mantiene a la alza, el total de captaciones asciende a \$ 292.695,66ML es decir un 25.03% con relación al año 2009, los depósitos de ahorro comprenden el mayor rubro de captaciones con el 47% seguido de los depósitos a plazo de 31 a 90 días con el 17.53%, lo que nos da a entender que se incrementan a la par los depósitos a plazo y decrece el depósito de ahorro común mientras transcurre el tiempo.

Para el año 2011 hasta el mes de mayo, el incremento en captaciones totales es del 17.03% con \$ 352.758,24ML manteniendo el mayor rubro los depósitos de ahorro con el 43.69% menos que el año anterior, sin embargo los depósitos a plazo de 31 a 90 días se reflejan con el 18.65% mayor que el año pasado y sobresalen con el 11.81% los depósitos a plazo de 91 a 180 días, incrementando el depósito a plazo y manteniendo la inversión.

En el caso de los clientes el año 2011 transcurre con un promedio de 603.890 personas y 643.330 cuentas promedio en estas entidades.

El sistema de cooperativas en general sufrió una desaceleración de sus captaciones en los años 2009, 2010 y 2011, que consecuentemente frenó el ritmo de crecimiento que venían manteniendo las colocaciones de las instituciones financieras componentes del sistema hasta el año 2008.

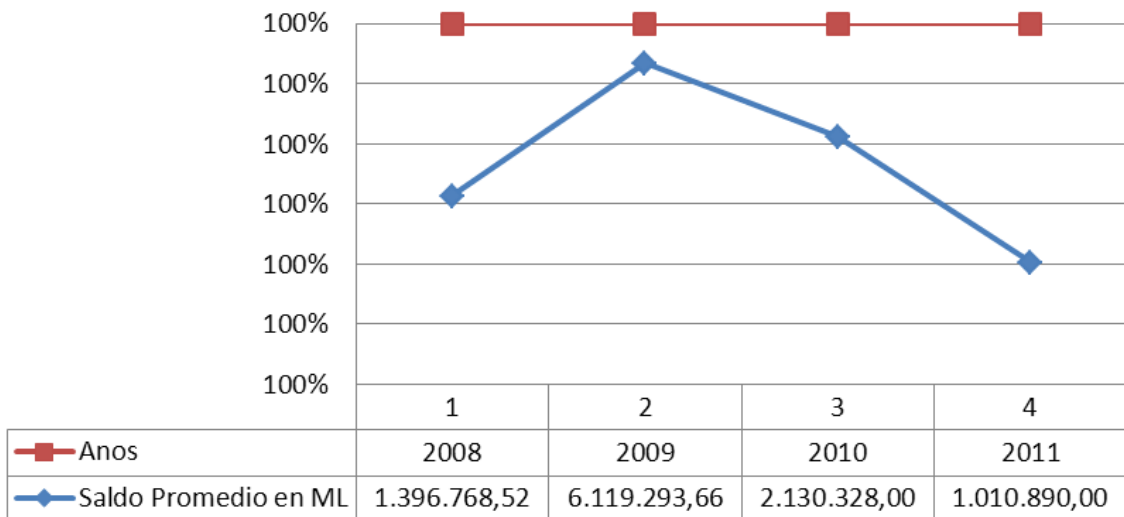
Durante el año 2009, se evidenció una reducción de los depósitos en el sistema de cooperativas que no sólo es proveniente de parte de las personas naturales, sino también desde el Gobierno que dispuso que las instituciones públicas que forman parte del sector público no financiero solamente podrán invertir sus recursos en instituciones financieras públicas.

Adicionalmente, se puede mencionar que durante el año 2009 se presentaron cambios normativos donde se estableció la reducción o eliminación de las tarifas de algunos servicios que prestaban las entidades financieras a los usuarios.

También se decidió disminuir el encaje bancario de las instituciones privadas del 4.00% al 2.00%;

Todas las regulaciones mencionadas de una u otra manera tuvieron un efecto directo en los estados financieros de las entidades bancarias al reducir sus niveles de ingresos, motivo por el cual las instituciones, para compensar estos rubros, se vieron obligadas a implementar nuevas líneas de negocio y diversificar sus productos.

Gráfico 9. Captaciones por año en el Cooperativismo



Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

En el mutualismo, las captaciones se reducen a \$ 173.811,11ML como saldo promedio por mes y un total por \$ 2.085.733ML, considerando que hemos tomado como referencia 2 cooperativas ubicadas en la localidad en el año 2008 para poder comparar con los demás años, estas entidades son la Mutualista Imbabura y la Mutualista Pichincha.

El mayor porcentaje de captaciones se concentra en los depósitos de ahorro con el 45.46% en relación al total de captaciones, adicionalmente se pueden ver en mayores porcentajes los depósitos a plazo de 31 a 90 días con el 18.19% y de 1 a 30 días con el 16.83%.

Para el año 2008 las entidades que forman partes del mutualismo contaban ya con un total de clientes por 1.263.469 y 1.324.6205 cuentas aperturadas.

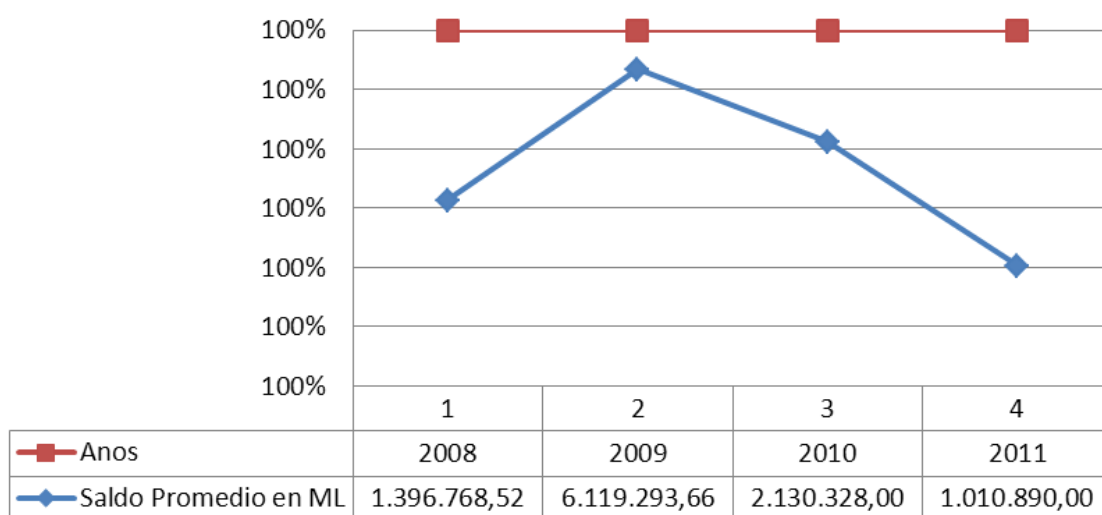
Para el 2009 el monto global de las captaciones asciende a \$ 1.901.718ML un 9.68% menos que el año 2008, manteniendo como prioridad las captaciones de ahorro en un 49.53% es decir aproximadamente cuatro puntos más que el año anterior, sin embargo para este año se incrementó el número de clientes 1.350.082 y de cuentas en 1413.769 en todo el año, superando este número al 2008.

Para el año 2010 las captaciones globales se vuelven a restablecer incrementándose en un 10.73% que son \$ 2.130.328ML, manteniendo la mayor

concentración en los depósitos de ahorro y considerando que entre ambas entidades la mayor captación la realiza la mutualista pichincha que al cierre del 2010 mantiene una cartera de clientes de 1.401.620 el 96% de la cartera entre ambas instituciones, quedando para la Mutualista Imbabura el 4%.

Así mismo para el año 2011, la tendencia parece estar a la baja, pero es porque la relación de éste año es al cierre del mes de mayo; las captaciones globales al cierre del mes de mayo del 2011 ascienden a \$ 1.010.890ML con una cartera de clientes de 634.480 un 0.09% y 663.870 cuentas apertura das un 6.36% más que el primer semestre del año 2010.

Gráfico 10. Captaciones por año en el Mutualismo



Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

En la banca pública en el año 2008 se receptaron captaciones por \$ 1.396.768ML siendo la entidad más representativa el BNF que ayuda con la colocación de créditos para inversión y por ende tiene mayor captación. El BNF en el año recibió alrededor del 41.35% en captaciones, siendo a diferencia de las otras entidades el rubro más importante las cuentas corrientes con el 52.95%, en segundo lugar está el BEV con el 32.59% de captaciones y por último la CFN con el 26.06% en relación al total de captaciones en el año.

Para el 2009, a la banca pública se despunta a la alza con un total de \$ 6.119.293ML con el mayor porcentaje en la CFN 77.28% del total de captaciones, dejando al BNF con el 12.64% de captaciones en el año y un monto muy por debajo del 2008.

Para el año 2010, sigue la tendencia a la alta, con un total de \$ 24.931.190ML promoviendo al máximo la productividad, las inversiones y la microempresa, la CFN es la mayor captadora de depósitos a nivel local con un 62.67% del total de captaciones en la banca pública, con un porcentaje menor al del año 2009 pero superando montos globales.

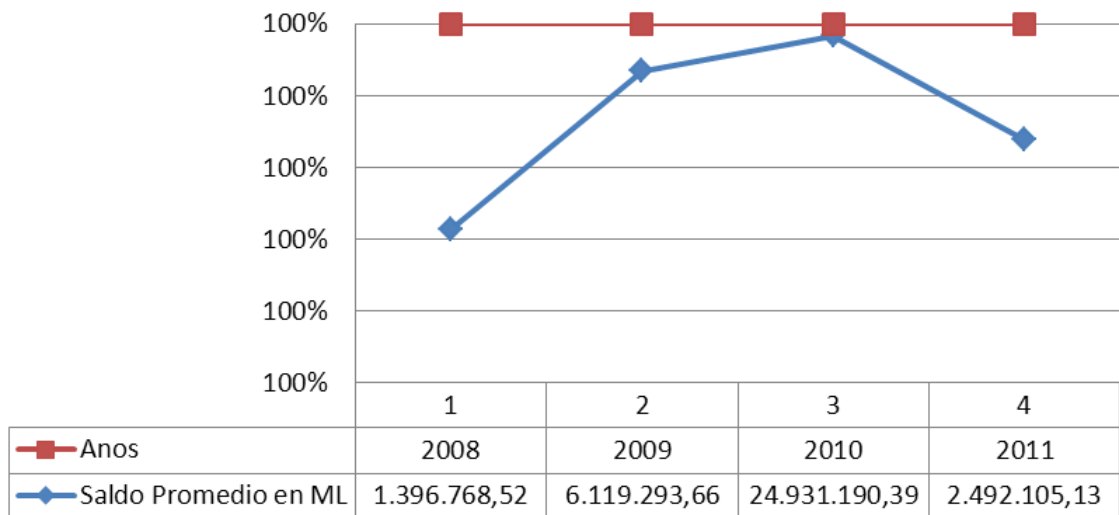
Para este año la banca pública contaba con la confianza de 415.181 y en cuentas vigentes un total en el año de 429.093.

En el año 2011, la CFN desaparece de las estadísticas de la Superintendencia de Bancos para la plaza Quito, dejando las captaciones totales en manos del BEV y del BNF con un total de \$ 2.492.105ML, una cartera de clientes de 304.122 y un total de cuentas en 311.376 considerando que esta estadística se ha revisado hasta el mes de mayo del año en curso. La tendencia podría incrementarse si en su momento se hace el análisis al cierre del año ya que la información del 2011 abarca solo cinco meses.

La evolución es favorable durante los años 2008, 2009 y 2010 en los cuales emerge el proyecto de fortalecer la Banca Privada para especializarla en poder garantizar calidad en el servicio y pretender acceder a distintos segmentos que no son atendidos por la Banca Privada, el Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV) da crédito a los constructores. El BNF ofrece microcrédito productivo y sobre todo crédito individual; ahí se trabaja en términos de quién se encarga del crédito asociativo. La Corporación Financiera Nacional (CFN) tiene un segmento más corporativo y también se encarga de trabajar en las corresponsalías; es decir, de ser el 'Eximbanco' (exportaciones e importaciones de materias primas y líneas de capital) del Ecuador.

Para el 2011 este indicador baja sustancialmente ya que al parecer el servicio en la Banca Pública no se ha fortalecido del todo, aún cuando se intenta cubrir nichos de mercado, el desconocimiento de la gente sobre los productos que se ofrecen y la mala práctica del servicio constituyen elementos importantes al momento de elegir el apoyo de una institución.

Gráfico 12. Captaciones por año de la Banca Pública



Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Entre el 1 de enero del 2011 al 31 de mayo del 2011, el saldo promedio de las cuentas considerando todos los tipos de depósitos en la banca privada asciende a \$ 7.226.782.492,05 entre los rubros más importantes que incluye este valor están los depósitos monetarios que no generan intereses por \$ 2,156,515,595.81 representada por el 29.84% de todas las captaciones, seguido de los depósitos de ahorro por \$ 1,763,511,931.12 es decir un 24.40%, y luego los depósitos monetarios que generan intereses y los depósitos a plazo de 31 a 90 días con \$ 839,313,145.68 con el 11.61% y \$ 720,821,820.89 con el 9.97% respectivamente.

Esto va de la mano con un total de clientes de 1.623.599 y un total en cuentas de 1.689.567, donde consideramos que varios clientes pueden tener más de una cuenta vigente en la entidad.

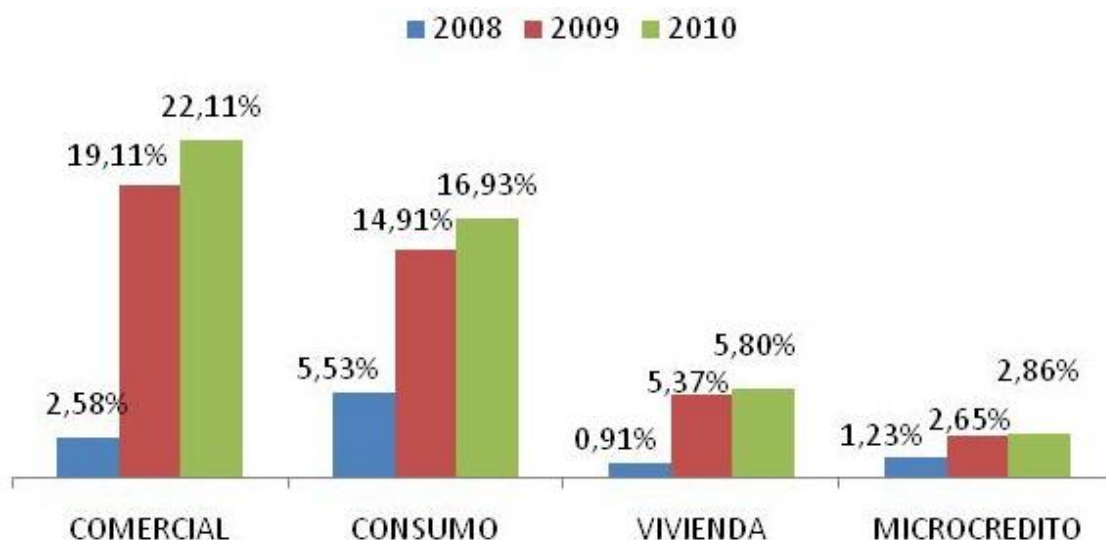
2.3. Evolutivo de colocaciones

2.3.1. Por tipo de cartera

El presente estudio comprende la evolución de las captaciones desde el 2008 al 2010.

En el gráfico 13 se analiza la relación del total que tiene la cartera comercial, consumo, vivienda y microcrédito del período en estudio con el total de las colocaciones en el sistema financiero.

Gráfico 13. Evolución total de las colocaciones



Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

El valor total de las de colocaciones del año 2008 al año 2010 es \$149.718.038.398, 71.

La velocidad de crecimiento en los tres años es la siguiente: cartera comercial un 43.8%, la de consumo un 37.37%, la cartera de vivienda un 12.08% y la de microcrédito un 6.74%.

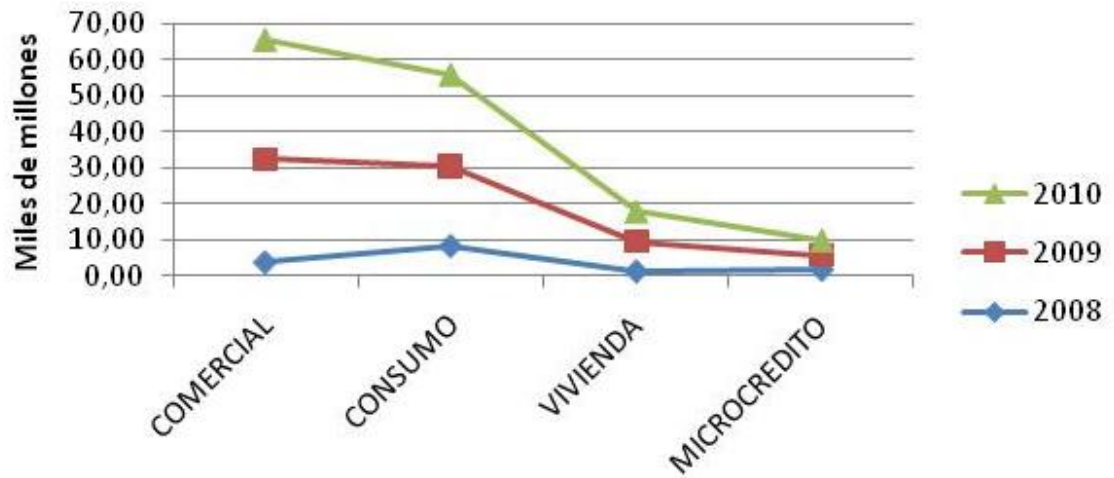
En el año 2009 existe un repunte en la cartera comercial de un 16,53% en relación al año 2008, para el año 2010 un leve incremento del 3%.

La cartera de consumo se incrementó del 5.53% al 14.91%, es decir hubo un incremento del 9.38% y para el año 2010 hubo un aumento del 2.02%.

En lo que respecta la cartera de vivienda en el año 2008, observamos un considerable incremento de un 4.46%; y para el año 2009 en relación con el 2010 una mínimo crecimiento.

En cuanto a la cartera de microcrédito, se observa una leve estabilidad en estos dos períodos.

Gráfico 14. Evolutivo del total de colocaciones del total del sistema financiero



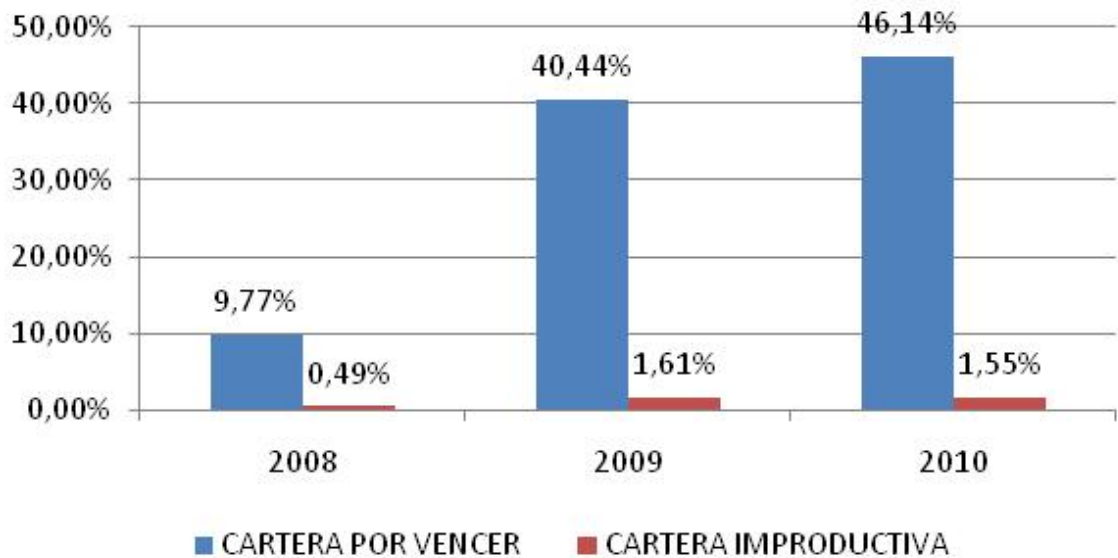
Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

En el gráfico se puede observar cómo año tras año han evolucionado los diferentes tipos de carteras hasta llegar a un mejor posicionamiento en el año 2010. La cartera comercial y de consumo son las que más aportan en el sistema financiero.

El siguiente gráfico presenta la evolución de las colocaciones entre el año 2008 y el 2010.

Gráfico 15. Evolutivo por tipo de cartera total.



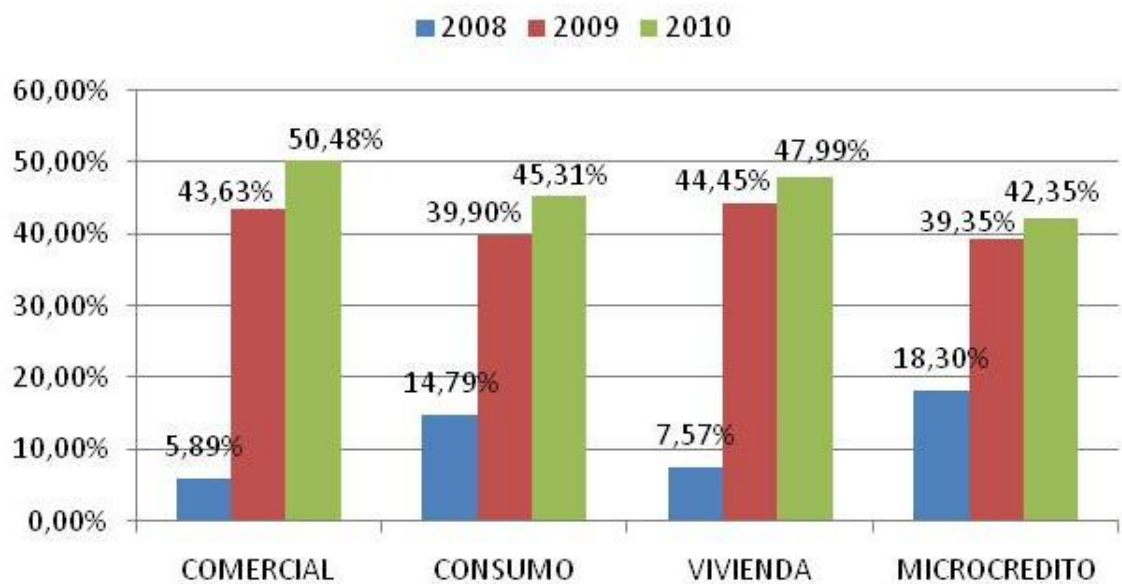
Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Por lo anterior, se puede apreciar en el 2008 un incremento de cartera sana en un 30.67%, es decir sube del 9.77% al 40.44%; y entre el 2009 y 2010 se logra una tasa de aumento del 5.7%.

Por otro lado, la cartera improductiva en el períodos 2008 al 2008 presenta un aumento del 1,12% es decir sube del 0,49% a 1.61%; y para el año 2010 presenta una tendencia decreciente.

Gráfico 16. Evolutivo de colocaciones por año



Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

En el gráfico podemos observar que la cartera comercial en el año 2008 inicia con un 5,89% pero luego en el año 2009 y 2010 hay un incremento considerable hasta alcanzar un 43,63% y 50,48% respectivamente.

En la cartera de consumo existe un incremento del 25% entre el año 2008 y 2009 y en el 2010 sólo un 5%.

En la cartera de vivienda hay un incremento del 36% en el 2009, y en el 2010 de un 3,54%.

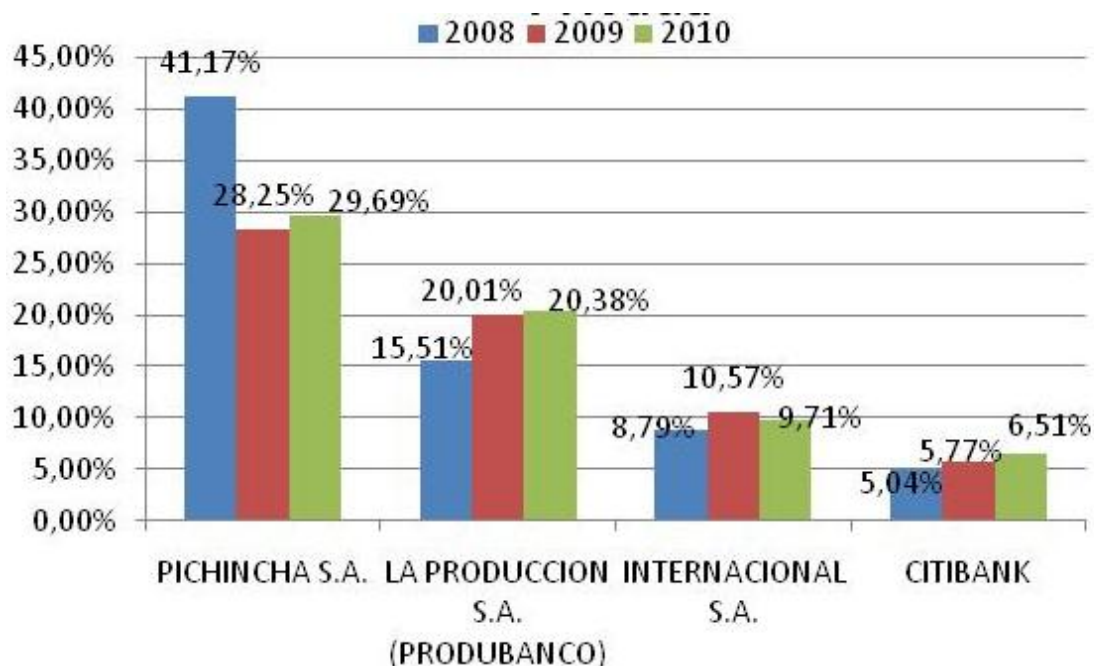
Finalmente en la cartera de microcrédito hay un incremento del 21% en año 2009 y un 3% en el 2010.

2.3.2. Por Subsistema

En el período de estudio del año 2008 al 2010, se nota un especial énfasis en la colocación de las carteras comercial, consumo, vivienda y microempresa cuyos efectos se puede observar en el sistema bancario.

El crecimiento económico del Ecuador del año 2008 fue de 6,52% pese a la preocupación por la economía nacional, cifra confirmada por el Banco Central; los bancos privados aportaron cifras considerables en cartera comercial, consumo, vivienda y microcrédito.

Gráfico 17. Evolutivo de cartera comercial en la Banca Privada.



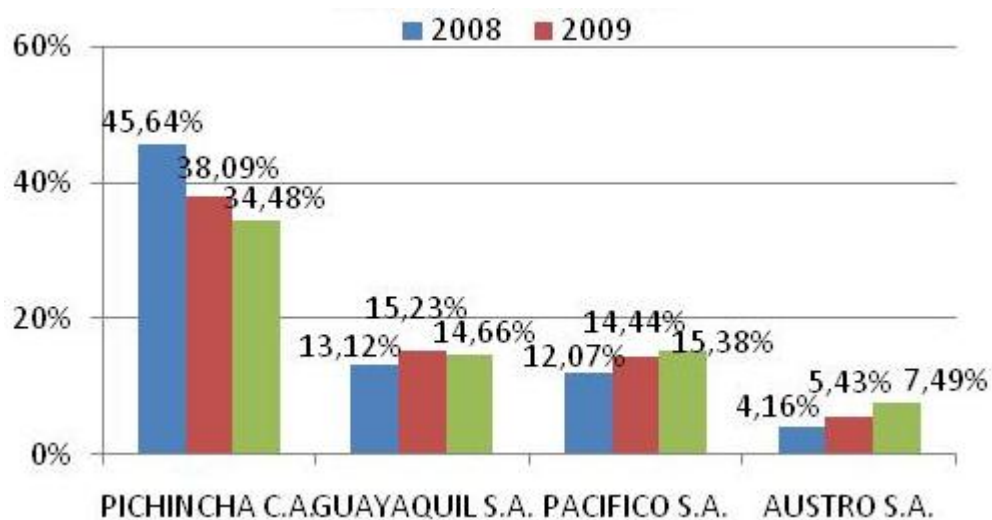
Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Por su parte los Bancos Privados colocaron 25.092.052.965,34 dólares en el 2008, mientras que en el año 2009 registró la suma de 22.191.681.286,51

dólares. En el 2010 el sistema bancario colocó 24.250.140.552,51 dólares. En este período se puede ver que los bancos con mayor cartera son: el Banco Pichincha, Produbanco, Banco Internacional y Citibank.

Gráfico 18. Evolutivo de cartera de consumo en la Banca Privada



Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Por otra parte, la cartera de consumo aportó en el sistema financiero la suma de 41.978.113.299,12 dólares. Se puede apreciar que el Banco del Pichincha tuvo una cartera superior al 45.64% en el año 2008, pero en el año 2009 presenta una baja del 7,55% y en el año 2010 continúa un descenso del 3,61%.

Gráfico 19. Evolutivo de cartera de vivienda en la Banca Privada.

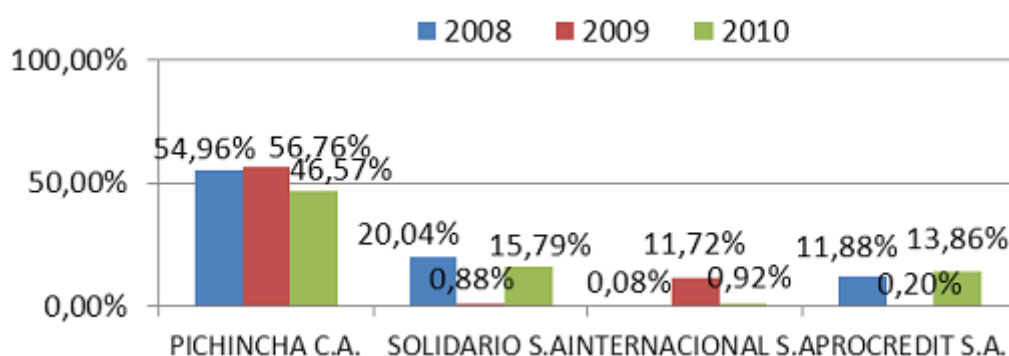


Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

La cartera de vivienda, aportó al mercado la suma de 22.525.321.886,51 dólares, distribuidos entre los Bancos del Pichincha, Internacional, Pacífico y General Rumiñahuí. Sólo el Banco del Pichincha tuvo un crecimiento porcentual del 60% en promedio durante los tres años.

Gráfico 20. Evolutivo de cartera de microempresa en la Banca Privada.



Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

En lo que respecta a la cartera para microempresa se puede apreciar también que en el primer lugar se posiciona el Banco del Pichincha con una tasa promedio del 53% en los tres últimos años.

COOPERATIVAS

En la cartera evolutiva COMERCIAL, la cooperativas líder en los últimos tres años es la “23 de JULIO” con un 46.93%, 41,28% y 33,31%, respectivamente. Los siguientes lugares ocupan las cooperativas (no necesariamente las

mismas en todos los años): Codesarrollo, Tulcán, Cámara de Comercio de Quito, 29 de Octubre, Cotacollao.

En la cartera evolutiva de CONSUMO, las cooperativas que ocupan el primer lugar son: Alianza del Valle, Andalucía, Cámara de Comercio de Quito con un 23,70%, 13,02 y 23,88%, respectivamente; seguidos por las Cooperativas Cooprogreso, 23 de Julio, Andalucía, Cotacollao y Atuntaquí que aportaron cada año con un 64,79%, 47,33% y 64,41%, respectivamente.

En la cartera de VIVIENDA, la cooperativa que ocupa el primer lugar es la Cooprogreso con un 37%. En segundo lugar está la Cámara de Comercio de Quito con un promedio del 18%. Los siguientes lugares ocupan las cooperativas 29 de octubre, 23 de Julio y Andalucía.

En la cartera del MICROCREDITO, la cooperativa que ocupan el primer lugar es la Cooprogreso con un promedio del 33%; en segundo lugar se ubica la Cooperativa Andalucía con un promedio del 14%. Los siguientes lugares ocupan las cooperativas Alianza del Valle, 23 de Julio y Andalucía (no necesariamente las mismas en todos los años).

MUTUALISTAS

En la Cartera COMERCIAL, se ubican por orden la Mutualista Pichincha, Benalcázar e Imbabura. La Mutualista Pichincha sufre un descenso del 13,21% en el año 2010 con relación al 2008; mientras que la Mutualista Imbabura crece su cartera en un 0,19% en el año 2010. La Mutualista Benalcázar operó hasta el año 2008.

En la Cartera de CONSUMO, se ubican la Mutualista Pichincha, Benalcázar e Imbabura. La Mutualista Pichincha presenta un incremento en su cartera del 5,47% en el año 2010 en relación al 2008, mientras que la Mutualista Imbabura sufre un leve baja del 0,25% en relación con el 2010.

En la Cartera VIVIENDA, están la Mutualista Pichincha, Benalcázar e Imbabura. La Mutualista Pichincha presenta un incremento en su cartera del 12,94% en el año 2010 en relación con el 2008, mientras que la Mutualista Imbabura sufre una caída del 12,35% en relación con el 2010.

En la Cartera de MICROCREDITO, se ubica la Mutualista Imbabura como líder en los tres años aportando con 158.595.744,80 de dólares en promedio en los tres años.

CARTERA PÚBLICA

En la cartera COMERCIAL de la banca pública, los más destacados son el Banco del Estado con una tasa aproximada del 56% en los tres años y la Corporación Financiera Nacional con un 35% manteniendo una estabilidad en cada año.

En la cartera de CONSUMO de la banca pública, el Banco Nacional de Fomento es líder, ya que es el único Banco que se dedica a esta actividad.

En la Cartera de VIVIENDA se observa que el Banco Nacional de Fomento aporta el 100% en el año 2008, y en el año 2009 llega al 86,04%. Finalmente en el 2010 alcanza un incremento del 4.96% en relación al año 2009. Otra institución es la Corporación Financiera Nacional que contribuye con el 13,96% en el 2009, y con el 9% en el 2010.

En la cartera de consumo de la banca pública, el Banco Nacional de Fomento es el líder, ya que es el único Banco que se dedica a esta actividad.

Las únicas instituciones que se dedican a colocar dinero en la cartera de MICROEMPRESA son: el Banco Nacional de Fomento con un incremento del 19.9% en el año 2008 en relación con el 2010, y la Corporación Financiera Nacional con el 19.9%, la cual sufre una caída en relación con al 2010.

SOCIEDADES FINANCIERAS

En la cartera COMERCIAL el primer lugar alcanza Diners Club, un total de 683 millones de dólares en los tres años; es decir con un promedio del 95%.

En el segundo lugar esta Leasingcorp y Vascorp.

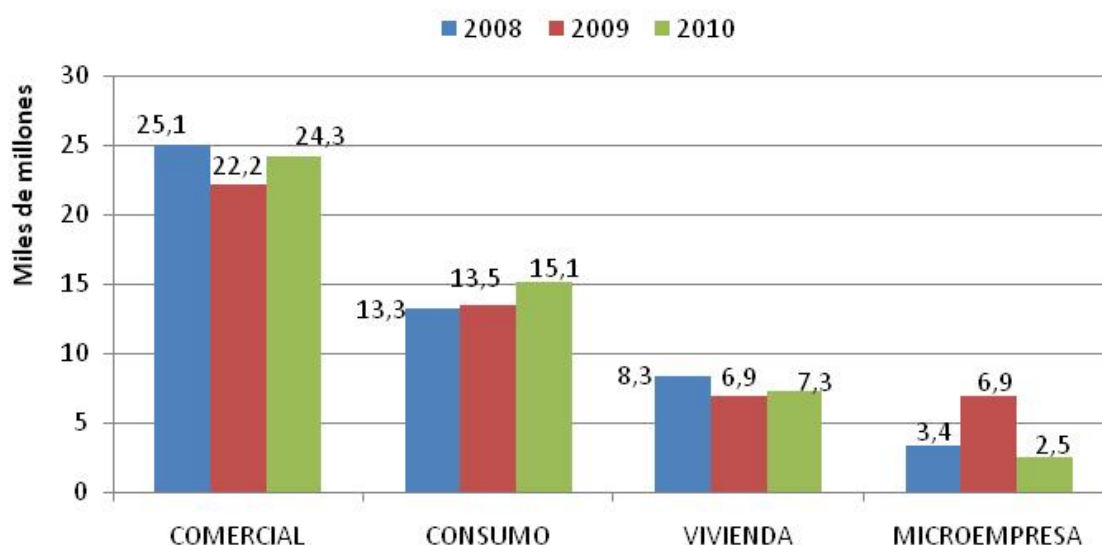
En la cartera de CONSUMO se mantiene Diners Club con un monto de 15 millones de dólares en los tres años con una tasa promedio del 99%; seguido por Vascorp y Leasingcorp con un promedio 0.9% y 0.04%, respectivamente.

La tendencia en la cartera de VIVIENDA y MICROEMPRESA tiene una a la baja en el 2008. En el año 2009 y 2010 no existe actividad.

EVOLUTIVO POR TIPO DE CARTERA

En el Gráfico se puede apreciar el comportamiento de la cartera de comercio, consumo, vivienda y microempresa.

Gráfico 21. Evolutivo por tipo de cartera en la Banca Privada.

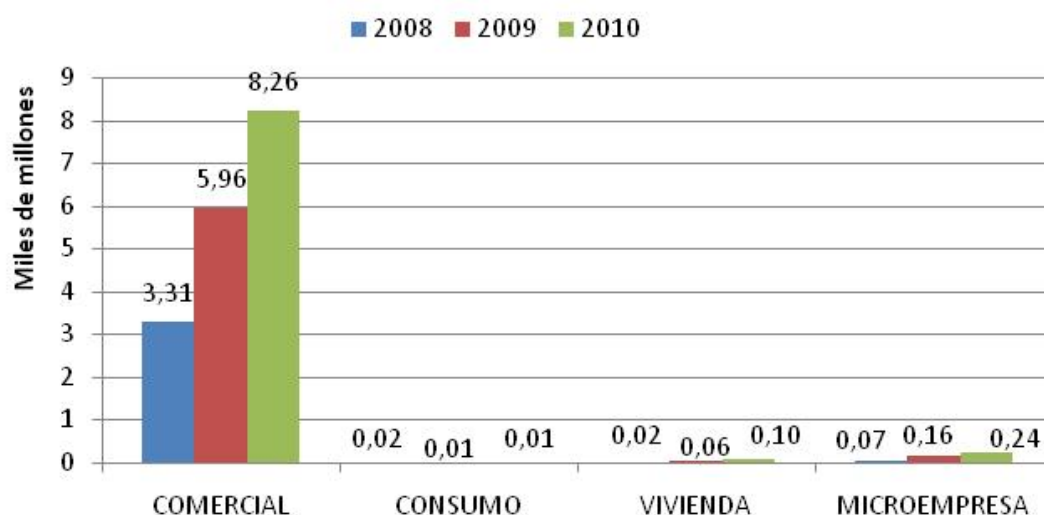


Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Si observamos detalladamente, podemos concluir que el mayor crecimiento experimenta el sector comercial seguido por el de consumo. En el año 2009 presenta un descenso de 4% en relación al 2008, y del 2009 al 2010 existe un aumento del 3%. La cartera de vivienda presenta una leve estabilidad; mientras que la microempresa muestra un mayor crecimiento en el año 2009.

Gráfico 22. Evolutivo por tipo de cartera en la Banca Pública.



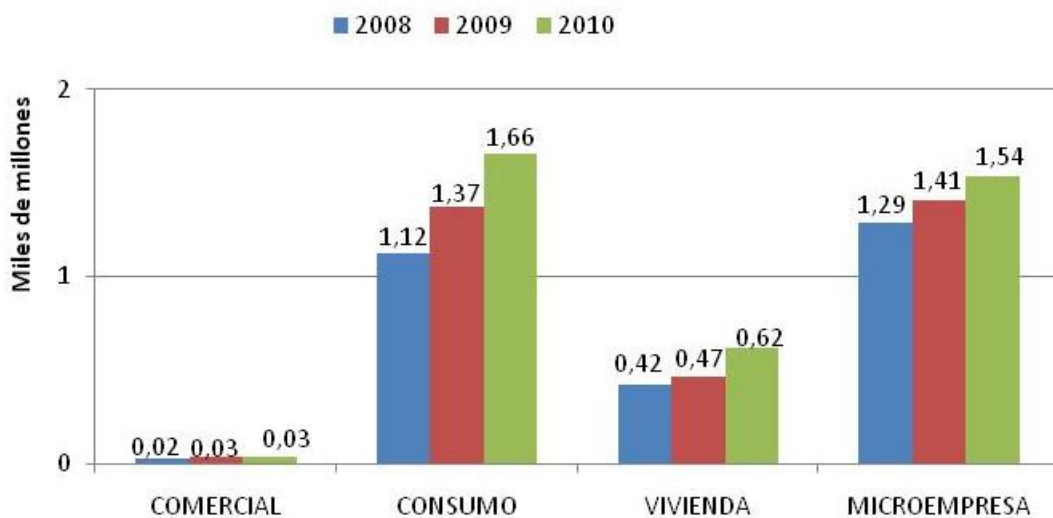
Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

En la banca pública podemos observar un alto índice de concentración en la cartera comercial con una tendencia hacia la alza del 28%,34% y 47% en los años 2008, 2009 y 2010 respectivamente.

Finalmente esta la microempresa con el 14%, 34% y 50% para los años 2008, 2009 y 2010, respectivamente. Seguido de la cartera de vivienda y consumo.

Gráfico 23. Evolutivo por tipo de cartera en Cooperativas.

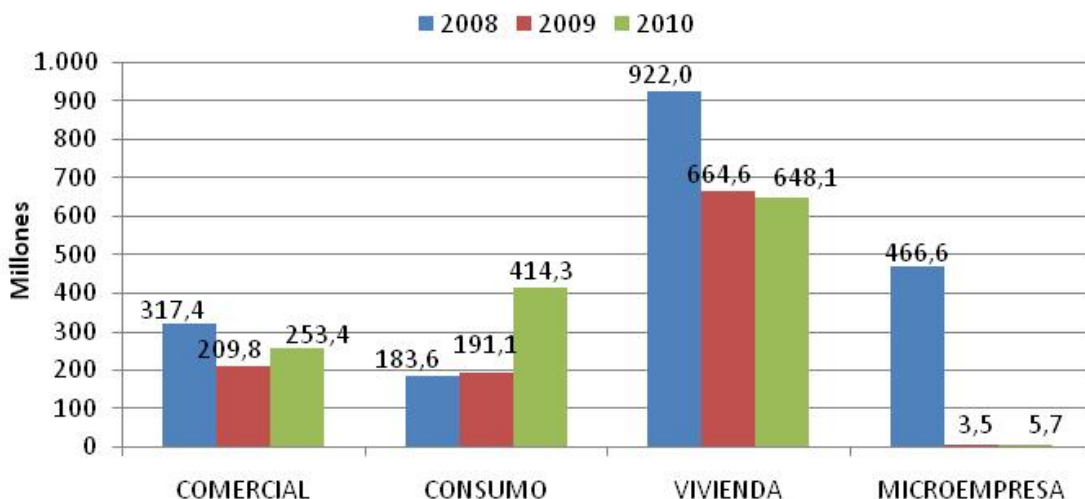


Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Las cooperativas han aportado con un alto índice de concentración en la microempresa con la suma de 4.237 miles de millones de dólares en los últimos tres años con tendencia al alza. En segundo lugar está la cartera de consumo con un 6% de incremento cada año. La cartera de vivienda está en el tercer lugar con un 3% de incremento en cada año. La cartera comercial es la que menos ha colocado (84 millones de dólares).

Gráfico 24. Evolutivo por tipo de cartera en Mutualistas.

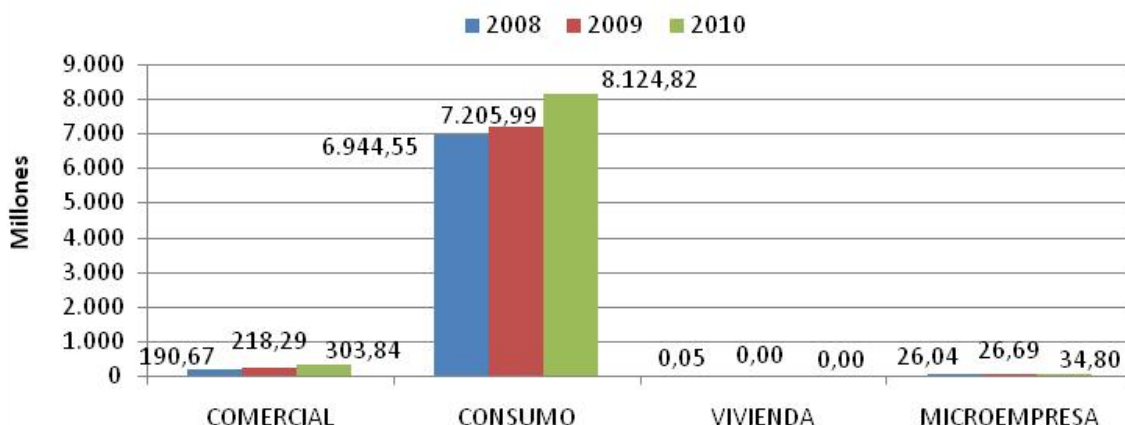


Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

En cartera de vivienda prevalecen las Mutualistas con un acumulado de 2.234 miles de millones de dólares. En segundo lugar está la cartera de consumo con un 1% del 2008 al 2009 y un incremento de un 28% en el año 2010. La cartera comercial sufre una caída del 14% en el año 2009 con respecto al 2008, superando esa baja en el año 2010, con una tasa del 6%. La microempresa presenta un índice de crecimiento elevado en el año 2008 disminuyendo notablemente en los años siguientes.

Gráfico 25. Evolutivo por tipo de cartera en Sociedades Financieras.



Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Las Sociedades Financieras dan prioridad a sus colocaciones en la cartera de consumo con 22.275 miles de millones de dólares, incrementándose en un 5% entre el año 2008 y 2010. El segundo lugar se ubica la cartera comercial con 712 millones de dólares con un incremento escalonado cada año. Las Sociedades Financieras colocan sus recursos en menor proporción en las carteras de vivienda y microempresa.

2.4 Productos y servicios financieros. Tipos y costos

2.4.1 Productos y Servicios Financieros en la Banca Privada

El desarrollo tecnológico y la constante innovación mediante la fusión de servicios independientes como la Internet y el celular permiten la expansión sostenida de la bancarización que al 2010 se encuentra en el 37% de acuerdo a la Asociación de Bancos Privados del Ecuador (ABPE) en su boletín informativo.

Con el fin de atraer a un mayor número de ecuatorianos sistema, la banca privada ha volcado su esfuerzo hacia la masificación y modernización de productos. A continuación algunos ejemplos de los productos y servicios financieros que ofrecen los bancos en el Ecuador:

Gráfico 26. Ejemplos de productos y servicios financieros en la Banca Privada

| <u>INSTITUCION</u> | <u>PRODUCTOS FINANCIEROS</u> | <u>SERVICIOS FINANCIEROS</u> |
|---------------------------|--|---|
| Banco Amazonas | Cuentas corrientes, cuentas de ahorro, créditos de consumo, tarjeta de crédito, inversiones, certificados de depósito. | Banca a distancia, centro de contacto, atención al cliente, propuesta Amazonas Contigo. |
| Banco Bolivariano | Tarjeta de crédito Visa y Mastercard, cuentas corrientes y de ahorros, tarjetas de debito Visa Electron, certificados de depósito en dólares y euros, giros. | Pagos en línea al IESS, colegios, e impuestos. Estado de cuenta virtual. Planes de seguros. |

| | | |
|---------------------|---|--|
| Banco de Guayaquil | Cuentas corrientes y de ahorro, financiamiento para exportación, cartas de crédito y garantía, multicreditos. | Recaudaciones, tarjetas de asistencia, tarjetas de descuento, compras por internet. |
| Banco Internacional | Créditos inmobiliarios, administración de flujos de efectivo, transacciones a través de cajeros automáticos, tarjetas de crédito, tarjetas de descuento, tarjetas regalo. | Servicio al cliente, pago de impuestos online, planes de seguros. |
| Produbanco | Cuentas corrientes y de ahorro, créditos, inversiones, tarjetas de crédito | Acreditación de roles de pago, plan novios, tarjetas de descuento, arrendamiento financiero, servicio de transferencias y pagos on line. |

Fuentes:

www.bancoamazonas.com/www.bancodeguayaquil.com/www.bancointernacional.com/www.produbanco.com

De lo visto anteriormente las transacciones más recurrentes y que son básicas para las instituciones por su naturaleza tienen costo cero:

- **Apertura de cuentas** de ahorro, corriente, depósitos a plazo, inversiones.
- **Depósitos a cuentas** de ahorro, corriente, depósitos a plazo, inversiones.
- **Administración, mantenimiento, mantención y manejo de cuentas**, de ahorro, corriente, depósitos a plazo e inversiones.
- **Consulta de cuentas**, oficina, consulta visual, por cajero automático, por internet, banca telefónica y celular.
- **Transferencias dentro de la misma entidad**, por medios físicos (ventanilla) y por medios electrónicos (internet, teléfono, celular, otros)

- **Mantenimiento de tarjetas de crédito**, pagos a tarjetas de crédito por los diferentes canales.

Pero así mismo existen transacciones que tienen costo en las instituciones por la efectiva prestación de sus productos y servicios financieros como:

- Cheques de gerencia \$ 2.50 usd.
- Tarjeta de crédito afiliación y renovación (depende de cada emisora de tarjetas)
- Transferencias al exterior \$ 1.85 usd.
- Tarjetas de debito emisión \$ 5.15 usd.
- Tarjetas de debito renovación \$ 4.94 usd.
- Costos por cheque \$ 0.30 usd.
- Retiro o transferencia bancaria de la propia entidad a un tercero \$ 0.50 usd.

Todos estos valores han sido determinados con la finalidad de precisar las definiciones de las transacciones para un correcto manejo de las mismas por parte de las instituciones y se basa en Resolución No. JB-2010-1725 de la Junta Bancaria del Ecuador.

2.4.2 Productos y Servicios Financieros en el Mutualismo

Recordemos que asociaciones Mutualistas de Ahorro y Crédito para la vivienda en el Ecuador son instituciones financieras privadas, con finalidad social, cuya actividad principal es la captación de recursos del público para destinarlos al financiamiento de la vivienda, construcción y bienestar familiar de sus asociados.

Considerando este particular se debe indicar que el sector inmobiliario en el Ecuador se recupera exitosamente con el transcurrir de los años ya que se está dinamizando a través de inversionistas, prestamistas y compradores, siendo este el mayor producto financiero que ofrece a sus clientes.

A continuación algunos ejemplos de los productos y servicios financieros que ofrecen las mutualistas en el Ecuador:

Gráfico 27. Ejemplos de productos y servicios financieros en el Mutualismo

| <u>INSTITUCION</u> | <u>PRODUCTOS FINANCIEROS</u> | <u>SERVICIOS FINANCIEROS</u> |
|--|--|---|
| Mutualista Pichincha | Ahorro tradicional, ahorro programado, inversiones, crédito hipotecario, crédito oportuno, tarjeta de crédito, vivienda de interés social, casa lista. | Transacciones electrónicas, transacciones a través de celular, call center. |
| Mutualista Imbabura | Cuenta de ahorro, inversiones, Tarjeta Visa Mutualista Imbabura, créditos de consumo y créditos hipotecarios. | Banca virtual, pago de servicios básicos, cajeros automáticos. |
| Mutualista Benalcazar (en liquidación) | Proyectos Inmobiliarios | - |

Fuentes:

www.mutualistapichincha.com/www.mbenalcazar.com/www.mutualistaimbabura.com

De lo visto anteriormente las transacciones más recurrentes y que son básicas para las instituciones por su naturaleza tienen costo cero:

- **Apertura de cuentas** de ahorro.
- **Depósitos a cuentas** de ahorro.
- **Administración, mantenimiento, mantención y manejo de cuentas**, de ahorro, e inversiones.
- **Consulta de cuentas**, oficina, consulta visual, por cajero automático, por internet, banca telefónica y celular.
- **Transferencias dentro de la misma entidad**, por medios físicos (ventanilla) y por medios electrónicos (internet, teléfono, celular, otros)
- **Mantenimiento de tarjetas de crédito**, pagos a tarjetas de crédito por los diferentes canales.

Pero así mismo existen transacciones que tienen costo en las instituciones por la efectiva prestación de sus productos y servicios financieros como:

- Tarjeta de crédito afiliación y renovación (depende de cada emisora de tarjetas)
- Retiro o transferencia bancaria de la propia entidad a un tercero \$ 0.50 usd.
- Retiro de cajero automático de otra entidad en cajero de la entidad \$0.50 usd.
- Entrega de estado de cuenta en oficina \$ 0.30 usd.

Todos estos valores han sido determinados con la finalidad de precisar las definiciones de las transacciones para un correcto manejo de las mismas por parte de las instituciones y se basa en Resolución No. JB-2010-1725 de la Junta Bancaria del Ecuador.

2.4.3 Productos y Servicios Financieros en el Cooperativismo

Las cooperativas empezaron a crecer luego de la quiebra de algunos bancos en 1999, y tienen un crecimiento sostenido con buenos niveles de solvencia y liquidez, su mayor fuerte en la penetración de mercado es la otorgación del microcrédito, con el cual se cree que se benefician a nivel nacional un millón de socios y cerca de cuatro millones de personas de forma indirecta.

A continuación algunos ejemplos de los productos y servicios financieros que ofrecen las cooperativas en el Ecuador:

Gráfico 28. Ejemplos de productos y servicios financieros en el Cooperativismo

| <u>INSTITUCION</u> | <u>PRODUCTOS FINANCIEROS</u> | <u>SERVICIOS FINANCIEROS</u> |
|---|---|---|
| Coprogreso | Microcréditos, créditos de consumo, crédito automotriz, de vivienda, de ahorro, inversiones, cuentas de ahorro. | Pago de servicios básicos, recargas a celulares, pago del bono de desarrollo humano. |
| Cooperativa Andalucía | Cuenta de ahorros, crédito de vivienda, crédito de consumo, microcrédito, tarjeta de débito Andalucía. | Transferencias, seguro de desgravamen. |
| Cooperativa de Ahorro y Crédito 29 de Octubre | Ahorro, créditos comerciales, de consumo, de vivienda, microcréditos, inversiones a plazo fijo. | Pagos institucionales, pagos de fondos de reserva, pago de anticipos de sueldo, simulador de créditos y de inversiones a plazo. |

Fuentes: www.coprogreso.fin.ec/www.29deoctubre.fin.ec/www.andalucia.fin.ec

De lo visto anteriormente las transacciones más recurrentes y que son básicas para las instituciones por su naturaleza tienen costo cero:

- **Apertura de cuentas** de ahorro.
- **Depósitos a cuentas** de ahorro.
- **Administración, mantenimiento, mantención y manejo de cuentas** de ahorro, e inversiones.
- **Consulta de cuentas**, oficina, consulta visual, por cajero automático, por internet, banca telefónica y celular.
- **Transferencias dentro de la misma entidad**, por medios físicos (ventanilla) y por medios electrónicos (internet, teléfono, celular, otros)
- **Mantenimiento de tarjetas de crédito**, pagos a tarjetas de crédito por los diferentes canales.

Pero así mismo existen transacciones que tienen costo en las instituciones por la efectiva prestación de sus productos y servicios financieros como:

- Tarjeta de crédito afiliación y renovación (depende de cada emisora de tarjetas)
- Retiro o transferencia bancaria de la propia entidad a un tercero \$ 0.50 usd.
- Entrega de estado de cuenta en oficina \$ 0.30 usd.

Todos estos valores han sido determinados con la finalidad de precisar las definiciones de las transacciones para un correcto manejo de las mismas por parte de las instituciones y se basa en Resolución No. JB-2010-1725 de la Junta Bancaria del Ecuador.

2.4.4 Productos y Servicios Financieros en la Banca Pública

La Banca Pública está teniendo más atención del mercado ya que a través del proyecto de la banca de desarrollo integrada, como una estrategia de profundización financiera, la Banca Pública intenta acceder a segmentos que la banca privada no atiende y que apunten a procesos de inversión productiva e industrial de largo plazo. Los ámbitos de acción para cada una de las entidades bajo este concepto de banca de desarrollo integrada son:

- Banco del Estado (BEDE) trabaja con los gobiernos autónomos descentralizados.
- Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV) da crédito a los constructores
- Instituto Ecuatoriano de Crédito Estudiantil IECE otorga crédito a los estudiantes para maestrías y posgrados
- Banco Nacional Fomento BNF que ofrece microcrédito productivo y sobre todo crédito individual.
- Corporación Financiera Nacional (CFN) tiene un segmento más corporativo.

CAPÍTULO III. ACCESO Y PREFERENCIA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS. UNA PERSPECTIVA DESDE LA DEMANDA.

Es importante que las instituciones financieras conozcan las necesidades de sus clientes con el fin de adaptar sus productos y servicios a estas necesidades.

Como resultados de entrevistas personalizadas a través de encuestas a clientes del Banco Internacional, se podrá observar a continuación los factores que influyen en la preferencia o no de un producto o de un servicio en dicha Institución, con el objetivo de apuntar a cubrir estos nichos que tiene la demanda actual.

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

3.1.1 Estudio comparativo entre tipos de IFIS

Para este trabajo se han estructurado tablas, con información mixta de tal manera que podamos ver el efecto comparativo entre grupos de edad, sexo, situación laboral, preferencias de instituciones, entre otras.

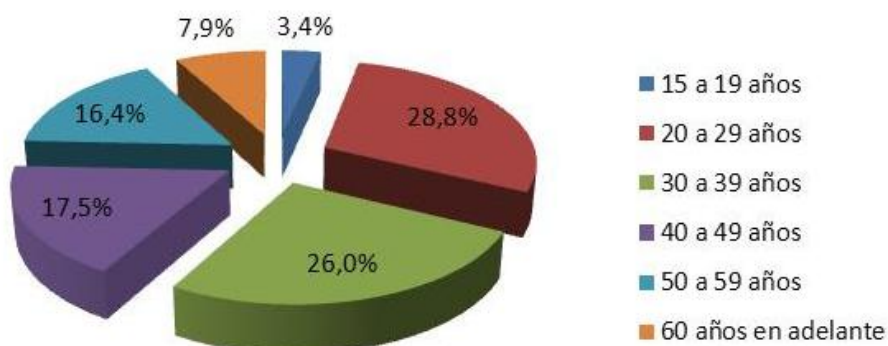
Tabla1. Clientes de bancos y cooperativas por grupo de edad

| | | Es cliente IFIS | | Es cliente de cooperativa | |
|-------|---------------------|-----------------|--------|---------------------------|------|
| | | si | | 1 | |
| Edad | 15 a 19 años | 10 | 3,4% | | |
| | 20 a 29 años | 84 | 28,8% | | |
| | 30 a 39 años | 76 | 26,0% | 1 | 0,7% |
| | 40 a 49 años | 51 | 17,5% | | |
| | 50 a 59 años | 48 | 16,4% | 3 | 2,0% |
| | 60 años en adelante | 23 | 7,9% | | |
| Total | | 292 | 100,0% | 4 | 2,7% |

Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 29: Clientes de bancos y cooperativas por grupo de edad



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

De acuerdo a la muestra total analizada que corresponden a 298 encuestas, podemos observar que el número de clientes que pertenecen a una entidad bancaria frente a los que pertenecen a una cooperativa en comparación simultánea es pequeño, en nuestro caso, sólo son 4 clientes encuestados que tienen esta característica.

Tomando en consideración el número de clientes que pertenecen a la entidad bancaria por grupos de edad (Gráfico 30), se puede mirar que el mayor porcentaje de clientes está entre las edades de 20 a 29 años, seguido del grupo de 30 a 39 años; mientras que, los cuatro clientes que también son socios de las cooperativas sus edades fluctúan en el grupo de 30 a 39 años y 50 y 59 años.

3.1.2 Estudio comparativo entre productos y servicios

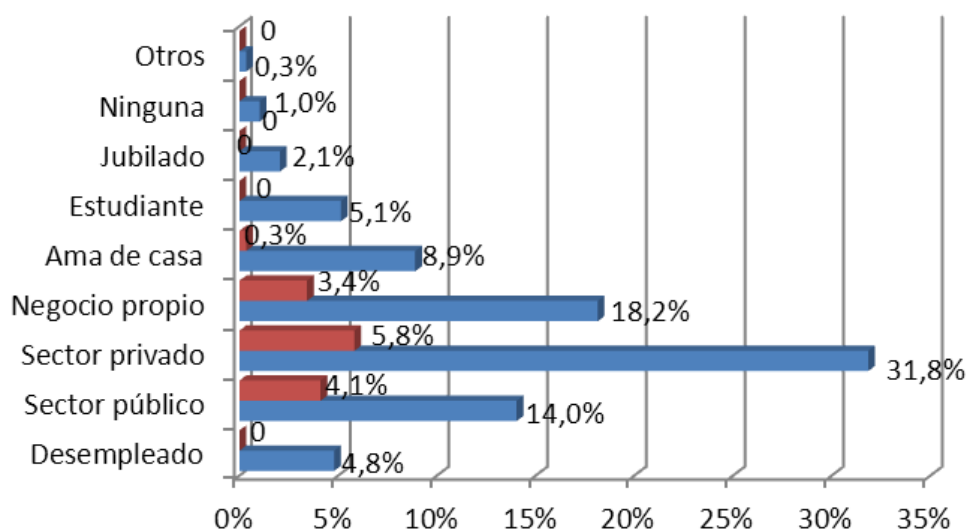
Tabla 2. Principales productos bancarios por situación laboral.

| SITUACION LABORAL | CTA. AHORRO | CTA. CORRIENTA | TOTAL |
|-------------------|--------------|----------------|---------------|
| Desempleado | 4,8% | | 4,8% |
| Sector público | 14,0% | 4,1% | 18,2% |
| Sector privado | 31,8% | 5,8% | 37,7% |
| Negocio propio | 18,2% | 3,4% | 21,6% |
| Ama de casa | 8,9% | 0,3% | 9,2% |
| Estudiante | 5,1% | | 5,1% |
| Jubilado | 2,1% | | 2,1% |
| Ninguna | 1,0% | | 1,0% |
| Otros | 0,3% | | 0,3% |
| TOTAL | 86,3% | 13,7% | 100,0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 30: Principales productos bancarios por situación laboral



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Los datos del Gráfico 32, en primer lugar nos muestra que, los 2 principales productos financieros más utilizados por los clientes son las cuentas de ahorro con un porcentaje de 86,3% y las cuentas corrientes con un porcentaje de 13,7%.

Si cruzamos los principales productos financieros utilizados por los clientes por la variable situación laboral, observamos que en relación a las cuentas de ahorro y corrientes, el mayor porcentaje, 31,8% y 5,8% de sus clientes pertenecen al sector privado seguidos por los clientes que pertenecen al sector público con un 14,0% y 4,1%, respectivamente.

Lo cual demuestra que la mayor demanda se encuentra en la clase trabajadora.

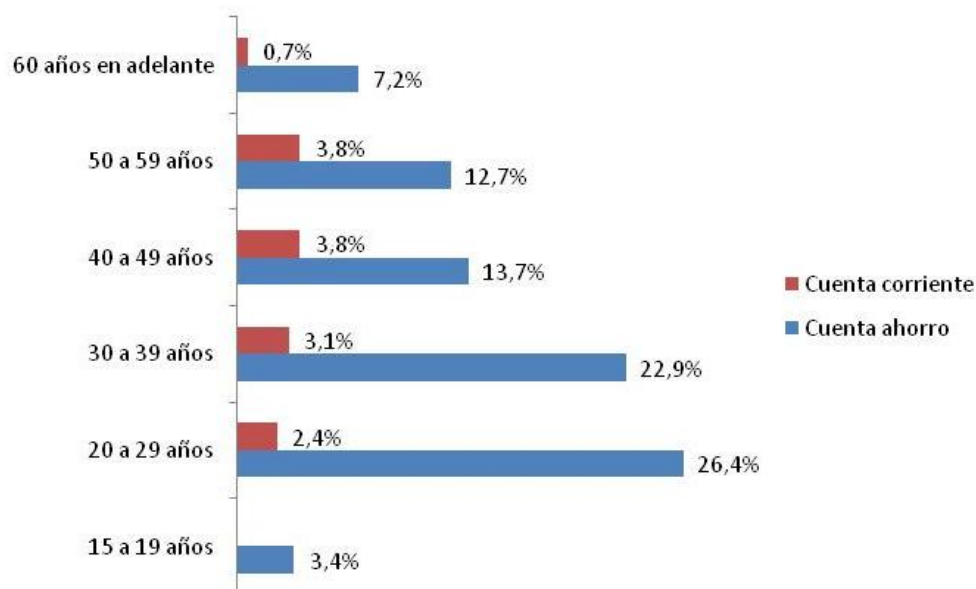
Tabla 3: Principales productos financieros por grupos de edad

| Edad | Principal productos financieros | | | | Total |
|---------------------|---------------------------------|-------|------------------|-------|-------|
| | Cuenta ahorro | | Cuenta corriente | | |
| 15 a 19 años | 10 | 3,4% | | | 10 |
| 20 a 29 años | 77 | 26,4% | 7 | 2,4% | 84 |
| 30 a 39 años | 67 | 22,9% | 9 | 3,1% | 76 |
| 40 a 49 años | 40 | 13,7% | 11 | 3,8% | 51 |
| 50 a 59 años | 37 | 12,7% | 11 | 3,8% | 48 |
| 60 años en adelante | 21 | 7,2% | 2 | 0,7% | 23 |
| Total | 252 | 86,3% | 40 | 13,7% | 292 |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 31: Principales productos financieros por grupos de edad



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Analizando en base los principales productos financieros por grupos de edad, observamos que el comportamiento de la demanda de cuenta de ahorros es más utilizado por los clientes entre 20 y 39 años de edad, es decir, la población relativamente joven.

En lo relacionado a las cuentas corrientes, la mayor demanda se da en los grupos de edad de 40 a 49 años y de 50 a 59 años, es decir se concentra en la población adulta.

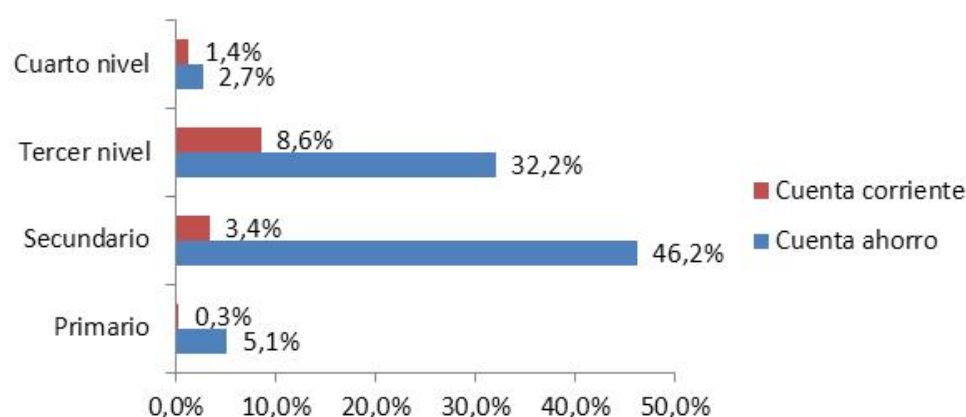
Tabla 4: Principales productos financieros por nivel de instrucción

| Nivel de Instrucción | Principales Productos Financieros | | | | Total | |
|----------------------|-----------------------------------|---------------|------------------|------------------|-------|--------|
| | Cuenta ahorro | Cuenta ahorro | Cuenta corriente | Cuenta corriente | | |
| Primario | 15 | 5,1% | 1 | 0,3% | 16 | 5,5% |
| Secundario | 135 | 46,2% | 10 | 3,4% | 145 | 49,7% |
| Tercer nivel | 94 | 32,2% | 25 | 8,6% | 119 | 40,8% |
| Cuarto nivel | 8 | 2,7% | 4 | 1,4% | 12 | 4,1% |
| Total | 252 | 86,3% | 40 | 13,7% | 292 | 100,0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 32: Principales productos financieros por nivel de instrucción



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

De la investigación realizada a 298 clientes, al analizar los principales productos financieros demandados según nivel de instrucción de los clientes, se puede mencionar que el 46,2% de los clientes que disponen de cuenta de ahorro tienen formación académica secundaria; mientras que, el 32,2% tiene formación de tercer nivel. De los clientes que tienen cuenta corriente, el 3,4% tiene instrucción secundaria, mientras que, el 8,6% tiene instrucción de tercer nivel.

Esta situación comparada con el mínimo porcentaje de clientes con instrucción primaria, da a entender que la población más preparada académicamente, tiene un mejor criterio respecto a las instituciones financieras.

Tabla 5: Principales servicios financieros por grupos de edad

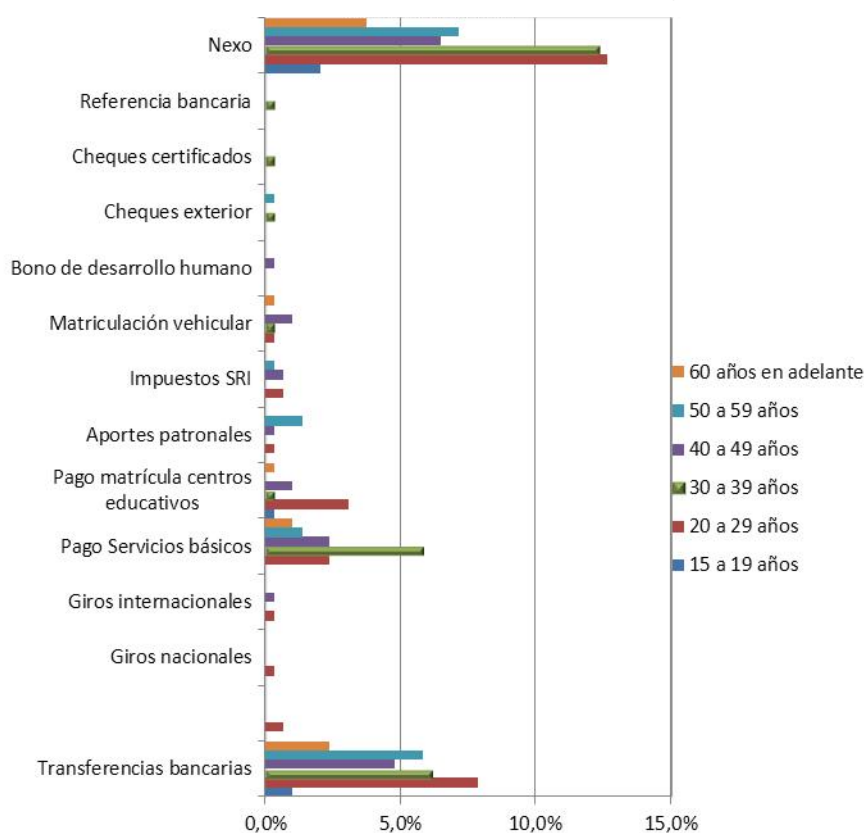
| | | Principales Servicios Financieros | | | | | | | | | | | | | |
|-------|---------------------|-----------------------------------|-------|-------------------------------|------|------------------|------|-----------------------|------|------------------------|-------|------------------------------|------|--------------------|------|
| | | Transferencias bancarias | | Transferencias interbancarias | | Giros nacionales | | Giros internacionales | | Pago Servicios básicos | | matrícula centros educativos | | Aportes patronales | |
| Edad | 15 a 19 años | 3 | 1,0% | | | | | | | | | 1 | 0,3% | | |
| | 20 a 29 años | 23 | 7,9% | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 7 | 2,4% | 9 | 3,1% | 1 | 0,3% |
| | 30 a 39 años | 18 | 6,2% | | | | | | | 17 | 5,8% | 1 | 0,3% | | |
| | 40 a 49 años | 14 | 4,8% | | | | | 1 | 0,3% | 7 | 2,4% | 3 | 1,0% | 1 | 0,3% |
| | 50 a 59 años | 17 | 5,8% | | | | | | | 4 | 1,4% | | | 4 | 1,4% |
| | 60 años en adelante | 7 | 2,4% | | | | | | | 3 | 1,0% | 1 | 0,3% | | |
| Total | | 82 | 28,1% | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% | 2 | 0,7% | 38 | 13,0% | 15 | 5,1% | 6 | 2,1% |

| | | Principales Servicios Financieros | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------|---------------------|-----------------------------------|------|-------------------------|------|---------------------------|------|------------------|------|----------------------|------|---------------------|------|------|-------|-------|--------|-------|--|
| | | Impuestos SRI | | Matriculación vehicular | | Bono de desarrollo humano | | Cheques exterior | | Cheques certificados | | Referencia bancaria | | Nexo | | Total | | Total | |
| Edad | 15 a 19 años | | | | | | | | | | | | | 6 | 2,1% | 10 | 3,4% | | |
| | 20 a 29 años | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% | | | | | | | | | 37 | 12,7% | 84 | 28,8% | | |
| | 30 a 39 años | | | 1 | 0,3% | | | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 36 | 12,3% | 76 | 26,0% | | |
| | 40 a 49 años | 2 | 0,7% | 3 | 1,0% | 1 | 0,3% | | | | | | | 19 | 6,5% | 51 | 17,5% | | |
| | 50 a 59 años | 1 | 0,3% | | | | | 1 | 0,3% | | | | | 21 | 7,2% | 48 | 16,4% | | |
| | 60 años en adelante | | | 1 | 0,3% | | | | | | | | | 11 | 3,8% | 23 | 7,9% | | |
| Total | | 5 | 1,7% | 6 | 2,1% | 1 | 0,3% | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 130 | 44,5% | 292 | 100,0% | | |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 33: Principales servicios financieros por grupos de edad



Fuente: Investigación de Campo

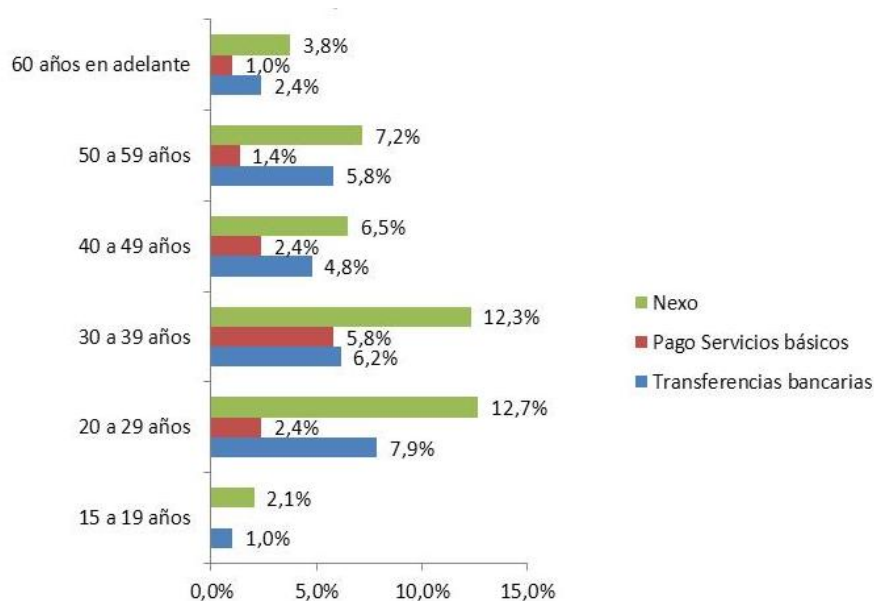
Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Los principales servicios financieros más demandados por los clientes de la banca son: tarjeta nexos con un 44,5%, transferencias bancarias con un 28,1%, pago de servicios básicos con un 13,0% y, pago de matrículas y pensiones de centros educativos.

En menor porcentaje los clientes utilizan los servicios de pago de matriculación vehicular, pago de aportes al IESS, pago de impuestos, etc.

La mayor concentración de servicios utilizados por los clientes se da en los grupos de edad de 20 a 29 años y de 30 a 39 años.

Gráfico 34: Tres principales servicios financieros por grupos de edad



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Por grupos de edad, los tres principales servicios financieros son utilizados especialmente por la población joven, es decir, los clientes que se encuentran entre las edades de 20 a 29 años y de 30 a 39 años.

La utilización de la tarjeta nexa ha crecido totalmente debido a la facilidades que brinda la misma, esto es, a más de tarjeta de retiro sirve también como tarjeta de débito en muchos locales comerciales, a parte de la gran red de cajeros con que se cuentan para su uso.

Se puede observar claramente que el servicio de transferencias bancarias tiene un gran porcentaje de utilización quizá con la finalidad de evitar la transportación de dinero en efectivo.

En igual forma el pago de los servicios básicos en los bancos ha contribuido a descongestionar los centros de recaudación de luz, agua y teléfono, con el consiguiente ahorro de tiempo para los usuarios.

Tabla 6: Servicios financieros por nivel de instrucción

| Servicios Financieros | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|--------------------------|-------|-----------------------------|------|------------------|------|-----------------------|------|------------------------|-------|------------------------|------|--------------------|------|
| Nivel de Instrucción | Transferencias bancarias | | Transferencia interbancaria | | Giros nacionales | | Giros internacionales | | Pago Servicios básicos | | Pago matrícula centros | | Aportes patronales | |
| Primario | 4 | 1,4% | | | | | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | | |
| Secundario | 20 | 6,8% | | | | | 1 | 0,3% | 26 | 8,9% | 5 | 1,7% | 4 | 1,4% |
| Tercer nivel | 48 | 16,4% | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% | | | 11 | 3,8% | 9 | 3,1% | 2 | 0,7% |
| Cuarto nivel | 10 | 3,4% | | | | | | | | | | | | |
| Total | 82 | 28,1% | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% | 2 | 0,7% | 38 | 13,0% | 15 | 5,1% | 6 | 2,1% |

| Servicios Financieros | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|---------------|------|---------------|------|--------------------|------|------------------|------|----------------------|------|---------------------|------|------|-------|-------|--------|
| Nivel de Instrucción | Impuestos SRI | | Matriculación | | Bono de desarrollo | | Cheques exterior | | Cheques certificados | | Referencia bancaria | | Nexo | | Total | |
| Primario | | | | | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | | | | | 7 | 2,4% | 16 | 5,5% |
| Secundario | 1 | 0,3% | 3 | 1,0% | | | | | 1 | 0,3% | | | 84 | 28,8% | 145 | 49,7% |
| Tercer nivel | 4 | 1,4% | 3 | 1,0% | | | 1 | 0,3% | | | 1 | 0,3% | 37 | 12,7% | 119 | 40,8% |
| Cuarto nivel | | | | | | | | | | | | | 2 | 0,7% | 12 | 4,1% |
| Total | 5 | 1,7% | 6 | 2,1% | 1 | 0,3% | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 130 | 44,5% | 292 | 100,0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

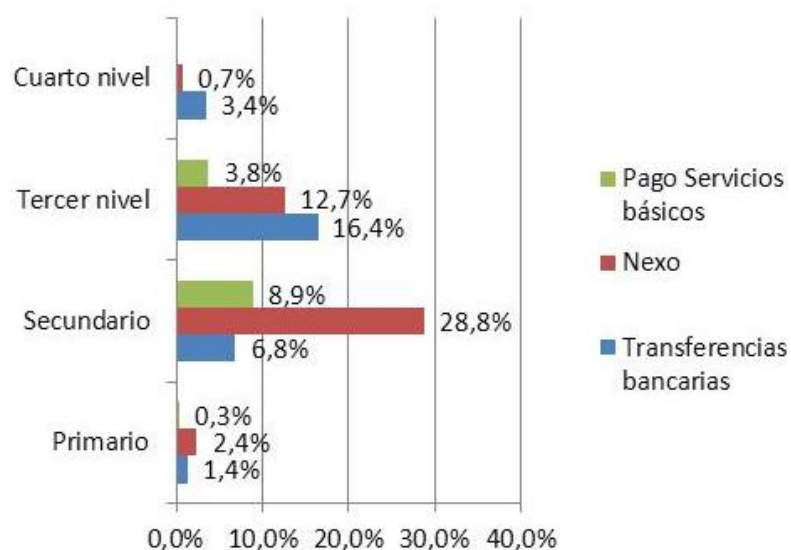
Tabla 7: Servicios financieros por nivel de instrucción

| Principales Servicios Financieros por Nivel de Instrucción | | | |
|--|--------------------------|-------|------------------------|
| Nivel de Instrucción | Transferencias bancarias | Nexo | Pago Servicios básicos |
| Primario | 1,4% | 2,4% | 0,3% |
| Secundario | 6,8% | 28,8% | 8,9% |
| Tercer nivel | 16,4% | 12,7% | 3,8% |
| Cuarto nivel | 3,4% | 0,7% | |
| Total | 28,1% | 44,5% | 13,0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 35: Servicios financieros por nivel de instrucción



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Los tres principales servicios financieros mayormente utilizados por los clientes tomando en consideración su formación académica son:

En primer lugar de demanda, se ubica la tarjeta nexos con el 44,5%, dividido en el 28,8% de clientes que tienen formación secundaria, el 12,7% que tienen formación de tercer nivel y el resto compartido entre clientes de cuarto nivel y nivel primario.

El segundo lugar lo ocupa la utilización de transferencias interbancarias con el 28,1% dividido en el 16,4% que tienen formación de tercer nivel, el 6,8% que tienen formación secundaria y el resto compartido entre clientes de nivel primario y de cuarto nivel.

En tercer lugar se ubica la demanda del pago de los servicios básicos con un porcentaje del 13,0% acumulado entre los cuatro niveles de instrucción formal.

Con la finalidad de poder observar de mejor manera el comportamiento de las distintas variables utilizadas en la encuesta realizada, así como obtener resultados a un nivel más desagregado, vamos a continuación a obtener tablas en base al cruce de 3 variables.

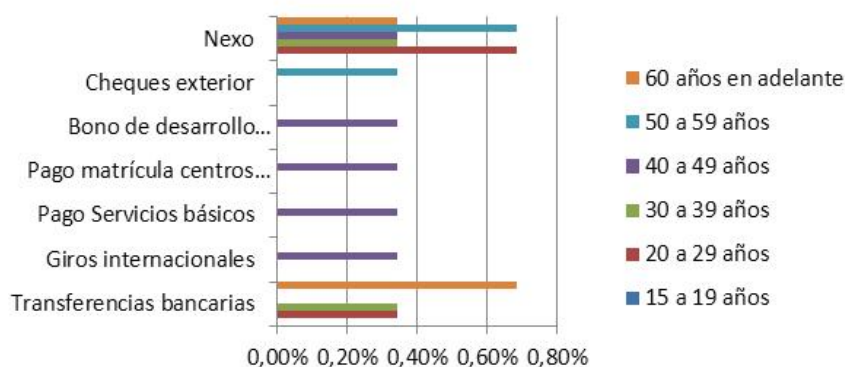
Tabla 8: Principales servicios financieros por grupos de edad y nivel de instrucción primario

| | | Nivel de Instrucción | | | | | | | | | | | | | | |
|-------|---------------------|------------------------------------|------|-----------------------|------|------------------------|------|-----------------------------------|------|---------------------------|------|------------------|------|------|-------|--|
| | | Primario | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Principal servicio financiero ban1 | | | | | | | | | | | | | Total | |
| | | Transferencias bancarias | | Giros internacionales | | Pago Servicios básicos | | Pago matrícula centros educativos | | Bono de desarrollo humano | | Cheques exterior | | Nexo | | |
| Edad | 15 a 19 años | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 20 a 29 años | 1 | 0,3% | | | | | | | | | 2 | 0,7% | 3 | 1,0% | |
| | 30 a 39 años | 1 | 0,3% | | | | | | | | | 1 | 0,3% | 2 | 0,7% | |
| | 40 a 49 años | | | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | | | 5 | 1,7% | |
| | 50 a 59 años | | | | | | | | | 1 | 0,3% | 2 | 0,7% | 3 | 1,0% | |
| | 60 años en adelante | 2 | 0,7% | | | | | | | | | 1 | 0,3% | 3 | 1,0% | |
| Total | | 4 | 1,4% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 7 | 2,4% | 16 | 5,5% | |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 36. Principales servicios financieros por grupos de edad y nivel de instrucción primario



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Del 100% de clientes de la banca encuestados es decir 298 clientes, sólo el 5,5% de clientes que utilizan los servicios financieros tienen un nivel académico de primaria, siendo el principal servicio utilizado la tarjeta nexa con un 2,4%, seguido por las transferencias bancarias con un 1,4%, seguido del resto de servicios con el 1,7%.

Tomando en consideración los grupos de edad de los clientes, los de 40 a 49 años son los que más utilizan los distintos servicios financieros ofrecidos por la banca. El resto de grupos no inciden mayormente en este análisis.

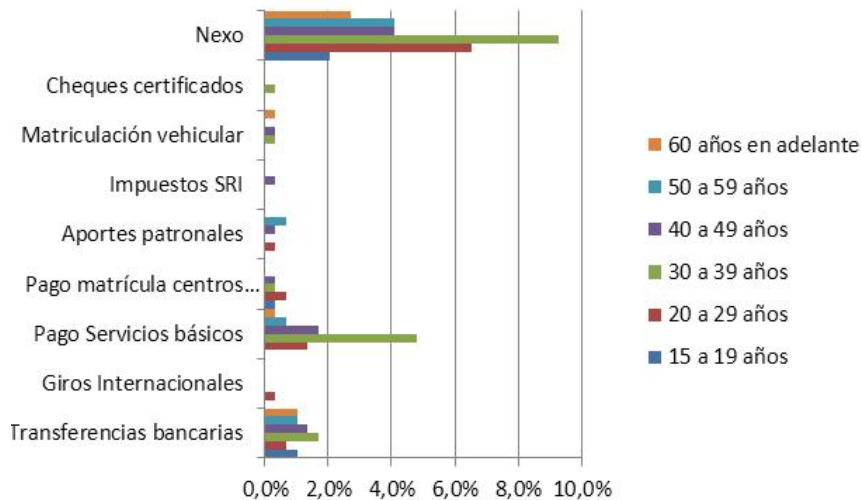
Tabla 9: Principales servicios financieros por grupos de edad y nivel de instrucción secundario

| | | Nivel de Instrucción Secundario | | | | | | | | | | | | | | Total | | | | | |
|-------|---------------------|--------------------------------------|------|-----------------------|------|------------------------|------|-----------------------------------|------|--------------------|------|---------------|------|-------------------------|------|-------|------|----------------------|-------|------|-------|
| | | Principal servicio financiero banco1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Transferencias bancarias | | Giros internacionales | | Pago Servicios básicos | | Pago matrícula centros educativos | | Aportes patronales | | Impuestos SRI | | Matriculación vehicular | | | | Cheques certificados | | Nexo | |
| Edad | 15 a 19 años | 3 | 1,0% | | | | | 1 | 0,3% | | | | | | | | | 6 | 2,1% | 10 | 3,4% |
| | 20 a 29 años | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% | 4 | 1,4% | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% | | | | | | | 19 | 6,5% | 29 | 9,9% |
| | 30 a 39 años | 5 | 1,7% | | | 14 | 4,8% | 1 | 0,3% | | | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 27 | 9,2% | 49 | 16,8% |
| | 40 a 49 años | 4 | 1,4% | | | 5 | 1,7% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | | | | | 12 | 4,1% | 25 | 8,6% |
| | 50 a 59 años | 3 | 1,0% | | | 2 | 0,7% | | | 2 | 0,7% | | | | | | | 12 | 4,1% | 19 | 6,5% |
| | 60 años en adelante | 3 | 1,0% | | | 1 | 0,3% | | | | | | | 1 | 0,3% | | | 8 | 2,7% | 13 | 4,5% |
| Total | | 20 | 6,8% | 1 | 0,3% | 26 | 8,9% | 5 | 1,7% | 4 | 1,4% | 1 | 0,3% | 3 | 1,0% | 1 | 0,3% | 84 | 28,8% | 145 | 49,7% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 37. Principales servicios financieros por grupos de edad y nivel de instrucción secundario



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Este segmento de clientes con instrucción formal secundario se llevan el 49.7% de uso de los distintos servicios financieros ofrecidos por el banco con respecto a la totalidad de clientes encuestados.

En igual forma, los principales servicios financieros utilizados son:

En primer lugar se ubica la tarjeta nexos con un 49,7%, de éste, el mayor porcentaje (9,2%) se concentra en los clientes de 30 a 39 años de edad.

Luego se ubica el pago de los servicios básicos con un 8,9%, de éste, el mayor porcentaje (4,8%) se concentra en los clientes de 30 a 39 años de edad.

A continuación con un porcentaje de 6,8% se ubica el uso de las transferencias bancarias, de éste, el mayor porcentaje (1,7%) corresponde a los clientes con edad entre 30 y 39 años.

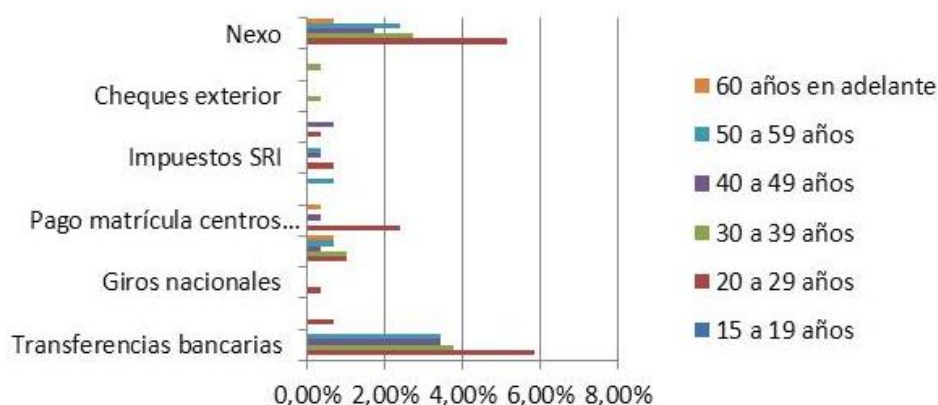
Tabla 10: Principales servicios financieros por grupos de edad y tercer nivel de instrucción

| | | Nivel de Instrucción | | | | | | | | | | | | Total | | | | | | | | | | | |
|-------|---------------------|------------------------------------|------------------------------|------------------|------------------------|-----------------------------------|--------------------|---------------|-------------------------|------------------|---------------------|------|------|-------|------|---|------|----|------|----|-------|----|-------|-----|-------|
| | | Tercer nivel | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Principal servicio financiero ban1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Transferencias bancarias | Transferencia interbancarias | Giros nacionales | Pago Servicios básicos | Pago matrícula centros educativos | Aportes patronales | Impuestos SRI | Matriculación vehicular | Cheques exterior | Referencia bancaria | Nexo | | | | | | | | | | | | | |
| Edad | 15 a 19 años | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 20 a 29 años | 17 | 5,8% | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% | 3 | 1,0% | 7 | 2,4% | | | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% | 15 | 5,1% | 48 | 16,4% | | | | |
| | 30 a 39 años | 11 | 3,8% | | | | | 3 | 1,0% | | | | | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 8 | 2,7% | 24 | 8,2% | | | | |
| | 40 a 49 años | 10 | 3,4% | | | | | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | | | | | | | 5 | 1,7% | 20 | 6,8% | | | | |
| | 50 a 59 años | 10 | 3,4% | | | | | 2 | 0,7% | | | | | | | | | 7 | 2,4% | 22 | 7,5% | | | | |
| | 60 años en adelante | | | | | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% | | | | | | | | | 2 | 0,7% | 5 | 1,7% | | | | |
| Total | | 48 | 16,4% | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% | 11 | 3,8% | 9 | 3,1% | 2 | 0,7% | 4 | 1,4% | 3 | 1,0% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 37 | 12,7% | 119 | 40,8% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 38. Principales servicios financieros por grupos de edad y tercer nivel de instrucción



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Este segmento de clientes con tercer nivel de instrucción académica ocupa el 40,8% del total de clientes incluidos en la muestra, siendo un grupo bastante representativo casi similar al segmento de clientes con instrucción secundaria.

Los tres principales servicios utilizados por los clientes del banco son:

En primer lugar se ubica la utilización de las transferencias bancarias con un 16,4%, de éste, el mayor porcentaje (5,8%) se concentra en los clientes con un rango de edad entre 20 y 29 años.

En segundo lugar se ubica la tarjeta nexos con un 12,7%, de éste, el mayor porcentaje (5,1%) se llevan los clientes del grupo de edad de 20 a 29 años.

En tercer lugar, tenemos el pago de servicios básicos con un 3,8%, del cual, el mayor porcentaje (1%) es similar entre los grupos de edad de 20 a 29 años y de 30 a 39 años.

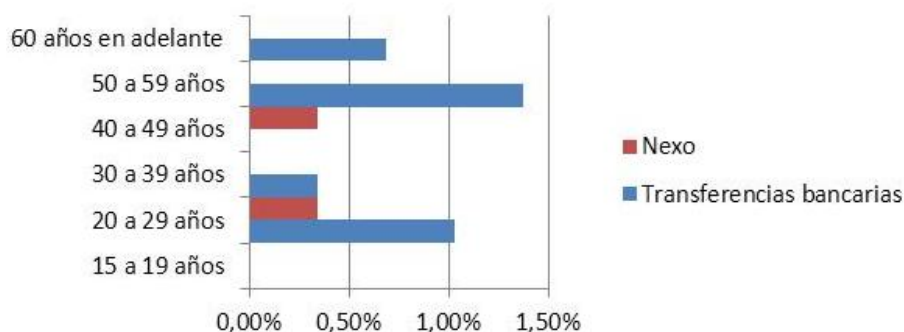
Tabla 11: Principales servicios financieros por grupos de edad y cuarto nivel de Instrucción

| | | Nivel de Instrucción | | | | | |
|-------|---------------------|--------------------------------------|------|------|------|-------|------|
| | | Cuarto nivel | | | | | |
| | | Principal servicio financiero banco1 | | | | Total | |
| | | bancarias | | Nexo | | | |
| Edad | 15 a 19 años | | | | | | |
| | 20 a 29 años | 3 | 1,0% | 1 | 0,3% | 4 | 1,4% |
| | 30 a 39 años | 1 | 0,3% | | | 1 | 0,3% |
| | 40 a 49 años | | | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% |
| | 50 a 59 años | 4 | 1,4% | | | 4 | 1,4% |
| | 60 años en adelante | 2 | 0,7% | | | 2 | 0,7% |
| Total | | 10 | 3,4% | 2 | 0,7% | 12 | 4,1% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 39: Principales servicios financieros por grupos de edad y cuarto nivel de instrucción.



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Del análisis realizado durante todo el desarrollo de la tesis, la inclinación de preferencia para los productos financieros de un banco, son las cuentas de ahorro y los beneficios que estas ofrecen.

Normalmente cualquier persona mayor de edad puede acceder a una cuenta de ahorros y a todos los servicios adicionales que entrega.

Según el estudio realizado las personas con instrucción superior, es decir de hasta un cuarto nivel gozan de una estabilidad económica y laboral, es por esto que son entes activos dentro del sistema financiero ecuatoriano.

En el caso del banco Internacional, motivo de nuestro estudio, podemos ver que la preferencia apunta a personas de 20 a 29 años y a quienes están en un rango de edad de 50 a 59 años, estas tienen acceso a Internet desde su casa u oficina, y pueden realizar transacciones a través de transferencias bancarias representadas por el 3.4% del total de la muestra, servicio que ofrece la institución al ser un cuenta ahorrista de la misma.

El uso de las tarjetas de dedito se reduce al 0.7% del total de la muestra, este es un servicio bancario adicional para quienes tienen cuenta de ahorros en el banco. Los

clientes pueden contar la red de cajeros automáticos del Banco Internacional que se encuentra en lugares como Cayambe, Quito, Sangolqui y Santo Domingo.

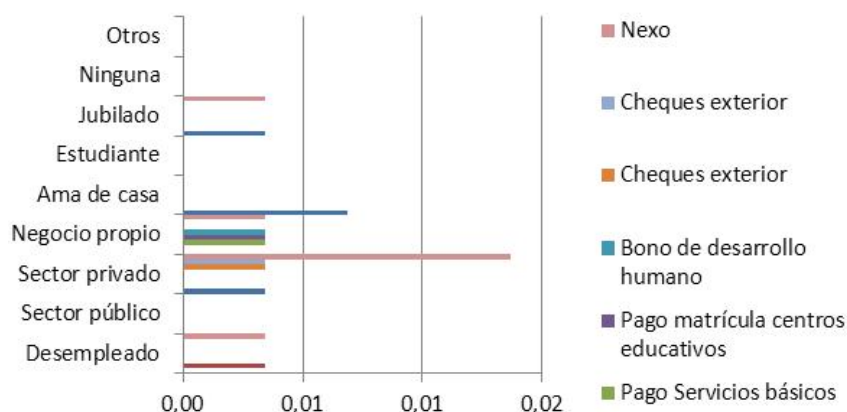
Tabla 12: Principales servicios financieros por situación laboral y nivel de instrucción primario.

| | | Nivel de Instrucción | | | | | | | | | | | Total | | |
|-------------------|----------------|------------------------------------|-----------------------|-------|------------------------|-----------------------------------|-------|---------------------------|-------|------------------|-------|------|-------|----|-------|
| | | Primario | | | | | | | | | | | | | |
| | | Principal servicio financiero ban1 | | | | | | | | | | | | | |
| | | Transferencias bancarias | Giros internacionales | | Pago Servicios básicos | Pago matrícula centros educativos | | Bono de desarrollo humano | | Cheques exterior | | Nexo | | | |
| Situación Laboral | Desempleado | | 1 | 0,34% | | | | | | | | 1 | 0,34% | 2 | 0,68% |
| | Sector público | | | | | | | | | | | | | | |
| | Sector privado | 1 | 0,34% | | | | | | | 1 | 0,34% | 4 | 1,37% | 6 | 2,05% |
| | Negocio propio | | | 1 | 0,34% | 1 | 0,34% | 1 | 0,34% | | | 1 | 0,34% | 4 | 1,37% |
| | Ama de casa | 2 | 0,68% | | | | | | | | | | | 2 | 0,68% |
| | Estudiante | | | | | | | | | | | | | | |
| | Jubilado | 1 | 0,34% | | | | | | | | | 1 | 0,34% | 2 | 0,68% |
| | Ninguna | | | | | | | | | | | | | | |
| Otros | | | | | | | | | | | | | | | |
| Total | | 4 | 1,37% | 1 | 0,34% | 1 | 0,34% | 1 | 0,34% | 1 | 0,34% | 7 | 2,40% | 16 | 5,48% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 40. Principales servicios financieros por situación laboral y nivel de instrucción primario.



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

La educación es un derecho irrenunciable de las personas, deber inexcusable del Estado, la sociedad y la familia; área prioritaria de la inversión pública, requisito del

desarrollo nacional y garantía de equidad social. Es responsabilidad del Estado definir y ejecutar políticas que permitan alcanzar estos propósitos.

Sin diferencia del cuadro que analizábamos anteriormente, el nivel de instrucción primaria no limita a los clientes del banco a acceder a todos los servicios y productos que este ofrece.

En el caso del sector privado los clientes prefieren el banco Internacional gracias al prestigio que este ha cultivado durante 37 años, su calidad en el servicio y la comodidad de acceder a un canal tecnológico que permita realizar transacciones sin salir de la oficina.

Normalmente el sector privado utiliza los servicios de transferencias bancarias consideradas el 1,37% del total de nuestra muestra, esto para realizar pagos a proveedores, pagos de nomina o en su defecto transacciones personales tanto bancarias como interbancarias.

Así mismo uno de los principales beneficios que ven las amas de casa en mayor proporción, es el cobro del bono de desarrollo humano, valor entregado para mejorar el nivel y las condiciones de vida de los ecuatorianos para los cuales la situación económica no es favorable, este representa el 0.34% del total de la muestra y es entregado por ventanilla.

Para quienes poseen negocio propio los beneficios que les da el banco Internacional son innumerables, adicionalmente a las cuentas de ahorro o corrientes, los beneficios más importantes son las tarjetas de debito, los pagos a instituciones educativas, municipales y de gobierno (pago de impuestos, matriculas, etc.), pago de cheques y servicios básicos, del total del estudio estos clientes con nivel educativo primario y negocio propio representan el 0.34%, un índice realmente bajo ya que el Banco les ofrece las facilidades de realizar sus transacciones por ventanilla o vía internet.

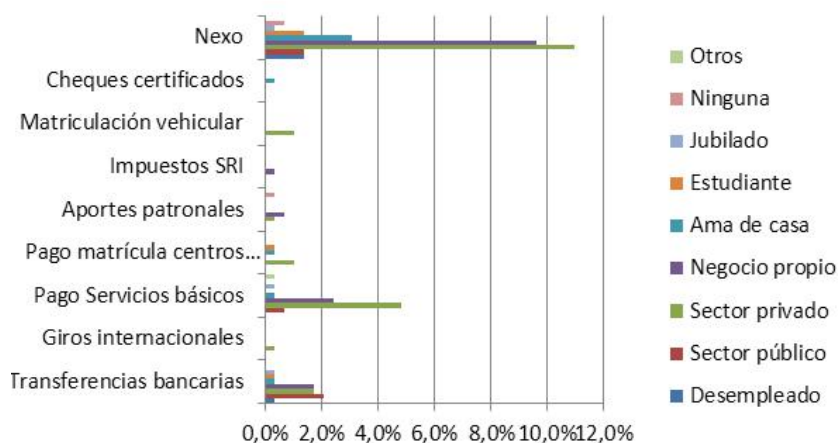
Tabla 13: Principales servicios financieros por situación laboral y nivel de instrucción secundaria.

| | | Nivel de Instrucción | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------|----------------|--------------------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------------------|--------------------|---------------|-------------------------|----------------------|------|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|-----|-------|
| | | Secundario | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Principal servicio financiero banco1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Transferencias bancarias | Giros internacionales | Pago Servicios básicos | Pago matrícula centros educativos | Aportes patronales | Impuestos SRI | Matriculación vehicular | Cheques certificados | Nexo | Total | | | | | | | | | | |
| Situación Laboral | Desempleado | 1 | 0,3% | | | | | | | 4 | 1,4% | 5 | 1,7% | | | | | | | | |
| | Sector público | 6 | 2,1% | | 2 | 0,7% | | | | 4 | 1,4% | 12 | 4,1% | | | | | | | | |
| | Sector privado | 5 | 1,7% | 1 | 0,3% | 14 | 4,8% | 3 | 1,0% | 1 | 0,3% | 32 | 11,0% | 59 | 20,2% | | | | | | |
| | Negocio propio | 5 | 1,7% | | | 7 | 2,4% | | | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% | 28 | 9,6% | 43 | 14,7% | | | | |
| | Ama de casa | 1 | 0,3% | | | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | | | 1 | 0,3% | 9 | 3,1% | 13 | 4,5% | | | | |
| | Estudiante | 1 | 0,3% | | | | | 1 | 0,3% | | | 4 | 1,4% | 6 | 2,1% | | | | | | |
| | Jubilado | 1 | 0,3% | | | 1 | 0,3% | | | | | 1 | 0,3% | 3 | 1,0% | | | | | | |
| | Ninguna | | | | | | | | | | | 2 | 0,7% | 3 | 1,0% | | | | | | |
| | Otros | | | | | 1 | 0,3% | | | | | | | 1 | 0,3% | | | | | | |
| Total | | 20 | 6,8% | 1 | 0,3% | 26 | 8,9% | 5 | 1,7% | 4 | 1,4% | 1 | 0,3% | 3 | 1,0% | 1 | 0,3% | 84 | 28,8% | 145 | 49,7% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 41. Principales servicios financieros por situación laboral y nivel de instrucción secundaria.



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

En el caso de aquellos clientes que tienen un nivel académico secundario, es decir tienen mayor acceso a tener un buen empleo y un mejor movimiento dentro del sistema financiero.

Normalmente uno de los servicios más solicitados por los clientes independiente de su situación laboral, nivel académico o sector son las tarjetas de debito que de

alrededor de 350 personas encuestadas 84 la utilizan para realizar sus transacciones esto representa el 28.8% del total de la muestra.

Otro servicio adicional en el Banco Internacional es la posibilidad de realizar transferencias bancarias, según el estudio el mayor porcentaje 2.1% de los clientes que utilizan este servicio son del sector público, seguidos del 1.7% que son personas del sector privado y con negocio propio, a las cuales les beneficia este servicio.

En el caso de pago de servicios públicos, se da a notar que la mayor concentración de clientes se encuentra en sectores como negocio propio con el 2.4% y del sector privado con el 4.8%, esto es porque es una gran ventaja poder utilizar el canal tecnológico para acceder a este tipo de pago en instituciones de terceros sin necesidad de invertir recursos adicionales como mensajeros o tiempo del dueño o encargado del negocio o transacción.

Las amas de casa no prefieren este servicio ellas representan el 0.30% del total de la muestra, entenderíamos que pueden disponer de mayor tiempo para hacerlo personalmente en las instituciones que corresponde, pero si prefieren el pago de matrículas en instituciones educativas, 1 de cada 5 encuestadas prefieren este servicio que en la actualidad se procesa en línea con cada institución.

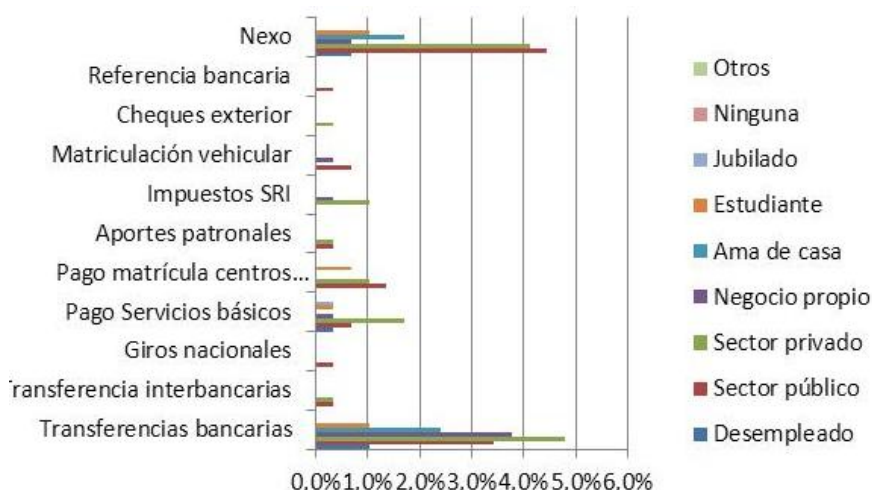
Tabla 14: Principales servicios financieros por situación laboral y tercer nivel de instrucción.

| | | Nivel de Instrucción | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------|----------------|------------------------------------|------------------------------|------------------|------------------------|-----------------------------------|--------------------|---------------|-------------------------|------------------|---------------------|------|------|---|------|------|------|---|------|------|-------|------|-------|-------|-------|
| | | Tercer nivel | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Principal servicio financiero ban1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Total | | | | |
| | | Transferencias bancarias | Transferencia interbancarias | Giros nacionales | Pago Servicios básicos | Pago matrícula centros educativos | Aportes patronales | Impuestos SRI | Matriculación vehicular | Cheques exterior | Referencia bancaria | Nexo | | | | | | | | | | | | | |
| Situación Laboral | Desempleado | 3 | 1,0% | | | | 1 | 0,3% | | | | | | | | | | | | | 2 | 0,7% | 6 | 2,1% | |
| | Sector público | 10 | 3,4% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 2 | 0,7% | 4 | 1,4% | 1 | 0,3% | | 2 | 0,7% | | | 1 | 0,3% | 13 | 4,5% | 35 | 12,0% | |
| | Sector privado | 14 | 4,8% | 1 | 0,3% | | | 5 | 1,7% | 3 | 1,0% | 1 | 0,3% | 3 | 1,0% | | | 1 | 0,3% | | 12 | 4,1% | 40 | 13,7% | |
| | Negocio propio | 11 | 3,8% | | | | | 1 | 0,3% | | | | | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | | | | 2 | 0,7% | 16 | 5,5% | |
| | Ama de casa | 7 | 2,4% | | | | | | | | | | | | | | | | | | 5 | 1,7% | 12 | 4,1% | |
| | Estudiante | 3 | 1,0% | | | | | 1 | 0,3% | 2 | 0,7% | | | | | | | | | | 3 | 1,0% | 9 | 3,1% | |
| | Jubilado | | | | | | | 1 | 0,3% | | | | | | | | | | | | | | 1 | 0,3% | |
| | Ninguna | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Otros | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Total | | 48 | 16,4% | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% | 11 | 3,8% | 9 | 3,1% | 2 | 0,7% | 4 | 1,4% | 3 | 1,0% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 37 | 12,7% | 119 | 40,8% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 42: Principales servicios financieros por situación laboral y tercer nivel de instrucción.



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Los servicios financieros que tienen mayor percepción en clientes de instrucción superior de tercer nivel, se mantienen en las transferencias bancarias con el 16.4% y el uso de tarjetas de debito 12.7%, al ser entes activos dentro del sistema financiero ecuatoriano.

Normalmente estas personas, son parte de sectores públicos, privados y negocios propios, ya que tienen la capacidad de desenvolverse laboralmente en cualquiera de estos campos.

Dentro del sector privado la banca tiene un papel muy importante, las transferencias bancarias se llevan el 4.8% del total de la muestra de clientes bajo las mismas referencias que utilizan este servicio.

Los dueños de negocios propios lo utilizan a su medida representando 3.8% y hay un incremento en la muestra de amas de casa, con nivel de instrucción de tercer nivel del 2.4% en relación a aquellas con nivel de instrucción secundaria del 0.30%, es decir estas personas conocen mejor los servicios y beneficios que el Banco Internacional ofrece.

Un rubro importante es el pago de los servicios públicos que decrece al 3.8% al 8.9% en relación a clientes con nivel secundario y a la muestra tomada, es decir que

se entendería que las personas lo utilizan como un adicional a la realización de alguna transacción en oficina, no como una forma definida de realizar sus pagos.

En este cuadro también podemos ver que entre mayor es el nivel de instrucción, mas es el número de desempleados clientes del banco, es decir para cliente de instrucción primaria desempleados reportados como usuarios de servicios y productos financieros es 0, en el nivel secundario aumenta a 1 de toda la muestra tomada y de tercer nivel asciende a 3 personas del total de encuestados, esto representa el 1% del 16.4% que realizan o utilizan estos servicios.

Sin duda alguna, el desempleo puede tener profundos efectos tanto en el individuo como en la sociedad en la que vive, lo que tiene repercusión directa en la economía del país.

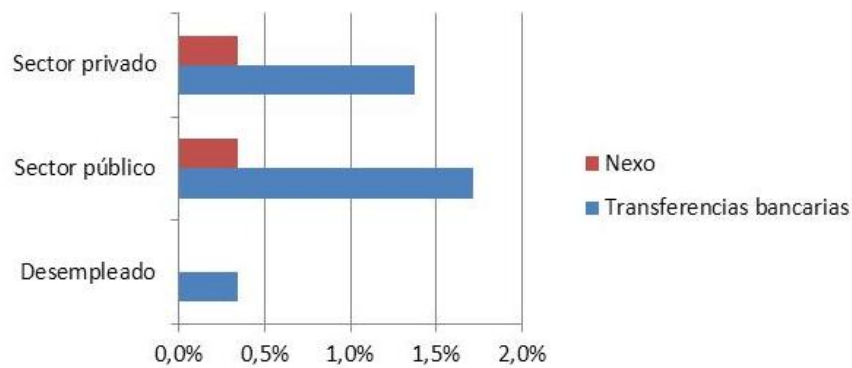
Tabla 15: Principales servicios financieros por situación laboral y cuarto nivel de instrucción.

| | | Nivel de Instrucción | | | | | |
|-------------------|----------------|------------------------------------|------|------|------|-------|------|
| | | Cuarto nivel | | | | | |
| | | Principal servicio financiero ban1 | | | | Total | |
| | | Transferencias bancarias | | Nexo | | | |
| Situación Laboral | Desempleado | 1 | 0,3% | | | 1 | 0,3% |
| | Sector público | 5 | 1,7% | 1 | 0,3% | 6 | 2,1% |
| | Sector privado | 4 | 1,4% | 1 | 0,3% | 5 | 1,7% |
| | Negocio propio | | | | | | |
| | Ama de casa | | | | | | |
| | Estudiante | | | | | | |
| | Jubilado | | | | | | |
| | Ninguna | | | | | | |
| | Otros | | | | | | |
| Total | | 10 | 3,4% | 2 | 0,7% | 12 | 4,1% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 43. Principales servicios financieros por situación laboral y cuarto nivel de instrucción.



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Del total de la muestra el 3.5 % de la población encuestada tiene una especialidad o postgrado, esto quiere decir que la mayor concentración de nivel académico está estancada en las universidades con títulos de tercer nivel. A estos no se puede acceder fácilmente por los altos costos que representan.

Entonces, considerando lo antes expuesto, de 10 participantes con esta instrucción debemos indicar que 1 de cada diez desempleados tiene un título de cuarto nivel y representa el 0.03% en cambio personas que laboran en instituciones privadas representan el 1.4% con esta instrucción seguida del 1.7% de quienes laboran en las instituciones públicas, lo que da a notar que empresas establecidas tienen como requisito que el nivel académico de quienes formarían parte de su staff siempre sea mayor al del nivel promedio del mercado.

Aun así, los servicios bancarios más apetecidos son las transferencias bancarias, las mismas que están representadas por el 3.4% de toda la muestra, y luego las tarjetas de débito que son el segundo producto financiero más aceptado con el 0.7%, esto indica que los canales tecnológicos del Banco Internacional da buenos resultados con sus servicios en línea para banca de personas y empresas.

Tabla 16: Principales servicios financieros por situación laboral.

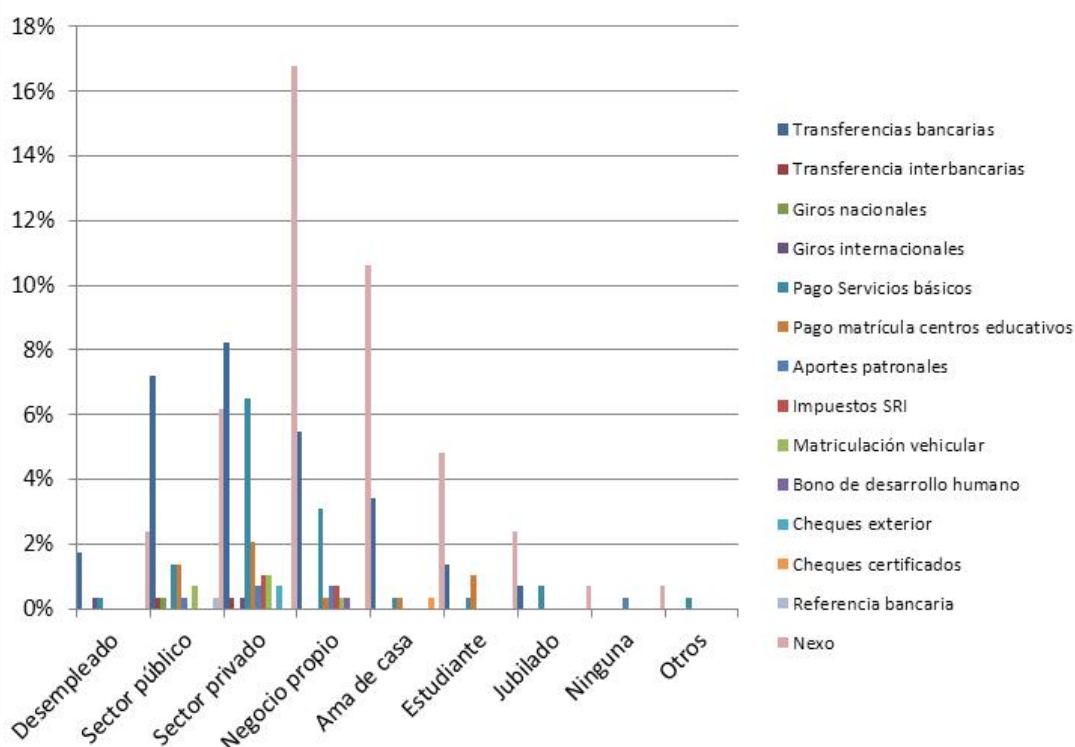
| SITUACION LABORAL | Transferencias bancarias | Transferencia interbancarias | Giros nacionales | Giros internacionales | Pago Servicios básicos | Pago matrícula centros educativos | Aportes patronales |
|-------------------|--------------------------|------------------------------|------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------------------|--------------------|
| Desempleado | 1,7% | | | 0,3% | 0,3% | | |
| Sector público | 7,2% | 0,3% | 0,3% | | 1,4% | 1,4% | 0,3% |
| Sector privado | 8,2% | 0,3% | | 0,3% | 6,5% | 2,1% | 0,7% |
| Negocio propio | 5,5% | | | | 3,1% | 0,3% | 0,7% |
| Ama de casa | 3,4% | | | | 0,3% | 0,3% | |
| Estudiante | 1,4% | | | | 0,3% | 1,0% | |
| Jubilado | 0,7% | | | | 0,7% | | |
| Ninguna | | | | | | | 0,3% |
| Otros | | | | | 0,3% | | |
| TOTAL | 28,1% | 0,7% | 0,3% | 0,7% | 13,0% | 5,1% | 2,1% |

| SITUACION LABORAL | Impuestos SRI | Matriculación vehicular | Bono de desarrollo humano | Cheques exterior | Cheques certificados | Referencia bancaria | Nexo |
|-------------------|---------------|-------------------------|---------------------------|------------------|----------------------|---------------------|--------------|
| Desempleado | | | | | | | 2,4% |
| Sector público | | 0,7% | | | | 0,3% | 6,2% |
| Sector privado | 1,0% | 1,0% | | 0,7% | | | 16,8% |
| Negocio propio | 0,7% | 0,3% | 0,3% | | | | 10,6% |
| Ama de casa | | | | | 0,3% | | 4,8% |
| Estudiante | | | | | | | 2,4% |
| Jubilado | | | | | | | 0,7% |
| Ninguna | | | | | | | 0,7% |
| Otros | | | | | | | |
| TOTAL | 1,7% | 2,1% | 0,3% | 0,7% | 0,3% | 0,3% | 44,5% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 44: Principales servicios financieros por situación laboral.



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Los servicios que más se identifican con la situación laboral de los clientes del banco son el uso de la tarjeta de debito, las transferencias bancarias, el pago de los servicios básicos, y entre otros en menor proporción, los pagos al IESS, al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a instituciones educativas, e inclusive las referencias bancarias y movimientos administrativos requeridos por los clientes.

El 44.5% del total de la muestra utilizan tarjetas de debito esto está compuesto por clientes del sector público y privado donde se concentran los mayores porcentajes el 16.8% y el 10.6% respectivamente, así mismo en un porcentaje menor pero no menos importante los clientes con negocio propio con el 5.4% esto es por la facilidad que provee el banco con su amplia red de cajeros automáticos, donde el cliente puede acercarse y disponer de dinero en efectivo inmediatamente.

En el caso del servicio financiero para transferencias bancarias, el total de la muestra sigue apostando por el mismo, como el más aceptado por la facilidad de la realización de transacciones. Esto representa el 28.1% el mayor de los porcentajes para este tipo de servicios. Está relacionado con las transacciones que realizan los clientes que laboran en el sector privado con un 8.2% y quienes laboran en el sector Público con el 7.2% tienen acceso a canales tecnológicos en su sitio de trabajo, seguido por el 5.5% de los clientes que tienen negocio propio y el 3.4% de las amas de casa que también disponen de estos medios de comunicación y les acercan a su entidad de preferencia.

Para el pago de los servicios básico ocurre algo parecido, los clientes que lo prefieren son los que laboran en el sector privado con el 6.5% es decir más del 79.26% de personas que realizan transferencias bancarias, utilizan este servicio para pago de servicios básicos como agua, luz, o teléfono.

Así mismo un porcentaje considerable de personas que utilizan este método de pago son las que tienen su negocio propio con un 3.1% es decir el 56.36% usan las transferencias bancarias para el pago de servicios.

El servicio que al parecer ha perdido su vigencia son los giros nacionales e internacionales, los mismos que pueden suplantarse con las transferencias

bancarias e interbancarias, muchas veces sin el costo en el que se incurriría en un giro.

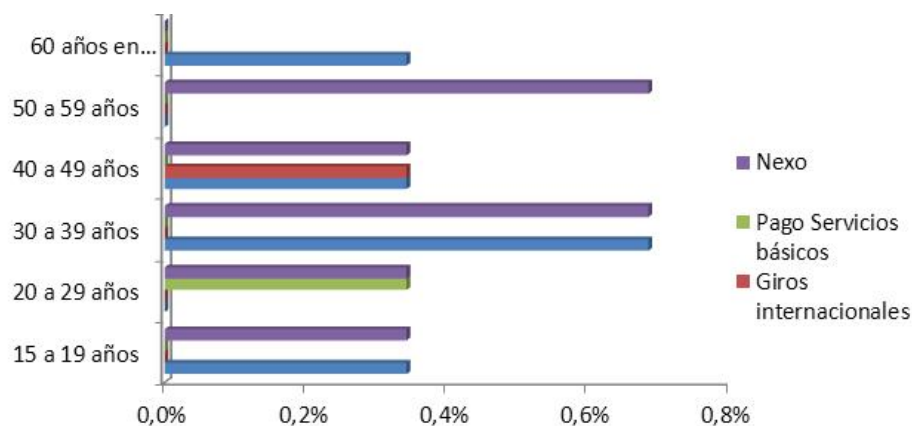
Tabla 17: Principales servicios financieros por grupos de edad y grupo laboral.

| GRUPO DE EDAD | Desempleado | | | | | | | | | |
|---------------------|---|-------------|-----------------------|-------------|------------------------|-------------|----------|-------------|-----------|-------------|
| | Principales servicios financieros bancarios | | | | | | | | Total | |
| | Transferencias bancarias | | Giros internacionales | | Pago Servicios básicos | | Nexo | | | |
| 15 a 19 años | 1 | 0,3% | | | | | 1 | 0,3% | 2 | 0,7% |
| 20 a 29 años | | | | | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 2 | 0,7% |
| 30 a 39 años | 2 | 0,7% | | | | | 2 | 0,7% | 4 | 1,4% |
| 40 a 49 años | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | | | 1 | 0,3% | 3 | 1,0% |
| 50 a 59 años | | | | | | | 2 | 0,7% | 2 | 0,7% |
| 60 años en adelante | 1 | 0,3% | | | | | | | 1 | 0,3% |
| TOTAL | 5 | 1,7% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 7 | 2,4% | 14 | 4,8% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 45. Principales servicios financieros por grupos de edad y grupo laboral.



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

De acuerdo a los índices del Banco Central del Ecuador la tasa de desempleo ha disminuido al 5.52% en relación al año 2010 en la cual era el 6.36%, podemos ver el efecto de los últimos dos años en el siguiente Gráfico.

tecnológicos, no pueden hacer uso de la misma, no se les restringe pero son limitaciones propias del cliente.

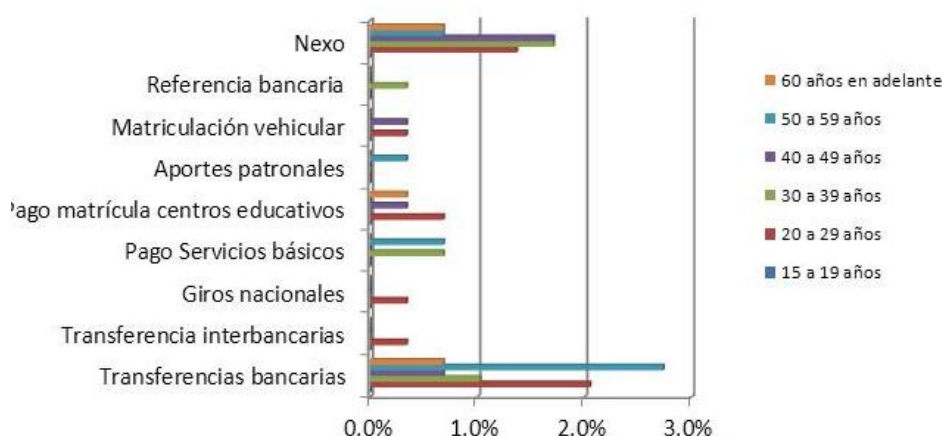
Tabla 18: Principales servicios financieros por grupos de edad y Sector Público.

| GRUPO DE EDAD | Sector público | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------------------|------|------------------------------|------|------------------|------|------------------------|------|-----------------------------------|------|--------------------|------|-------------------------|------|---------------------|-------|------|------|----|-------|
| | Principales servicios financieros | | | | | | | | | | | | | | | Total | | | | |
| | Transferencias bancarias | | Transferencia interbancarias | | Giros nacionales | | Pago Servicios básicos | | Pago matrícula centros educativos | | Aportes patronales | | Matriculación vehicular | | Referencia bancaria | | Nexo | | | |
| 15 a 19 años | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 20 a 29 años | 6 | 2,1% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | | | 2 | 0,7% | | | 1 | 0,3% | | | 4 | 1,4% | 15 | 5,1% |
| 30 a 39 años | 3 | 1,0% | | | | | 2 | 0,7% | | | | | 1 | 0,3% | | | 5 | 1,7% | 11 | 3,8% |
| 40 a 49 años | 2 | 0,7% | | | | | | | 1 | 0,3% | | | 1 | 0,3% | | | 5 | 1,7% | 9 | 3,1% |
| 50 a 59 años | 8 | 2,7% | | | | | 2 | 0,7% | | | 1 | 0,3% | | | | | 2 | 0,7% | 13 | 4,5% |
| 60 años en adelante | 2 | 0,7% | | | | | | | 1 | 0,3% | | | | | | | 2 | 0,7% | 5 | 1,7% |
| TOTAL | 21 | 7,2% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 4 | 1,4% | 4 | 1,4% | 1 | 0,3% | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% | 18 | 6,2% | 53 | 18,2% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 46: Principales servicios financieros por grupos de edad y Sector Público.



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Dentro de los clientes del banco existe un grupo que laboran en el sector público. Según el estudio nos podemos dar cuenta que personas entre los 15 y 19 años bajo esta segregación, no son clientes del banco por tanto no realizan transacciones en el mismo.

Cientes de entre 50 a 59 años con el 2.7% también prefieren las transferencias bancarias en mayor proporción a el otro grupo de edad, es porque la mayoría de

personeros del sector Público corresponden a personas adultas que toda su vida han entregado a esas instituciones.

Los clientes de entre 20 a 29 años con el 2.1% prefieren las transferencias bancarias, con el 0.7% el pago de servicios básico y solamente el 0.3% pagos de matriculación vehicular, esto nos da a notar que cada vez las instituciones del sector Público se van vinculando con gente joven y renovando en servicios, atención y productos.

Todas las personas objeto de nuestro estudio que laboran en el sector privado utilizan la tarjeta de debito bancaria, en mayor proporción personas de grupos de edad entre 20 a 29 años, 30 a 39 años y de 40 a 49 años, con el 1.7% y 1.4% respectivamente.

En relación al grupo de edad de 50 a 59 años que no la utilizan ya que el método de uso de productos y servicios bancarios es menos actual pero más cómodo que para los otros grupos estudiados.

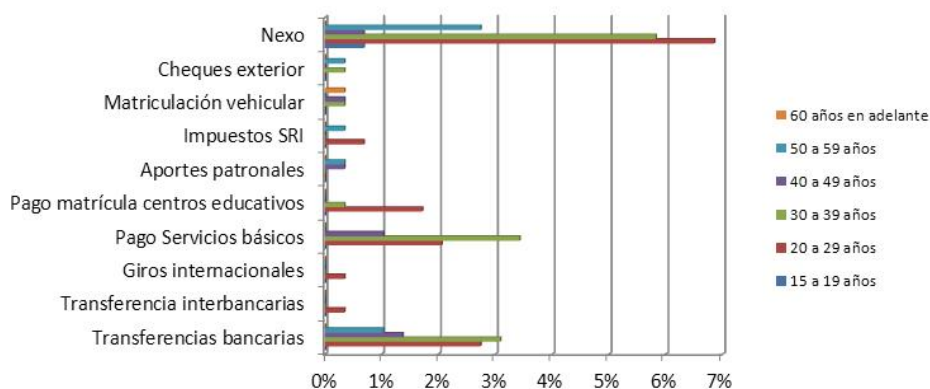
Tabla 19: Principales servicios financieros por grupos de edad y Sector Privado.

| GRUPO DE EDAD | Sector privado | | | | | | | | | | | | | | Total | | | | | | |
|---------------------|-----------------------------------|------------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------------------|--------------------|---------------|-------------------------|------------------|------|------|------|------|------|-------|------|------|-------|-------|-------|-------|
| | Principales servicios financieros | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Transferencias bancarias | Transferencia interbancarias | Giros internacionales | Pago Servicios básicos | Pago matrícula centros educativos | Aportes patronales | Impuestos SRI | Matriculación vehicular | Cheques exterior | Nexo | | | | | | | | | | | |
| 15 a 19 años | | | | | | | | | | | | | | | 2 | 0,7% | 0,7% | | | | |
| 20 a 29 años | 8 | 2,7% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 6 | 2,1% | 5 | 1,7% | | | | 2 | 0,7% | 20 | 6,8% | 14,7% | | | |
| 30 a 39 años | 9 | 3,1% | | | | | 10 | 3,4% | 1 | 0,3% | | | | | | | | | | | |
| 40 a 49 años | 4 | 1,4% | | | | | 3 | 1,0% | | | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 17 | 5,8% | 13,4% | | |
| 50 a 59 años | 3 | 1,0% | | | | | | | | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | | | 1 | 0,3% | 8 | 2,7% | 4,8% | |
| 60 años en adelante | | | | | | | | | | | | | | 1 | 0,3% | | | | | 0,3% | |
| TOTAL | 24 | 8,2% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 19 | 6,5% | 6 | 2,1% | 2 | 0,7% | 3 | 1,0% | 3 | 1,0% | 2 | 0,7% | 49 | 16,8% | 37,7% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 47. Principales servicios financieros por grupos de edad y Sector Privado.



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Aun cuando este sector del país, parezca ser el más estable, según las últimas estadísticas del banco Central del Ecuador, el sector privado impulsa el desempleo por la falta de inversión.

Sin embargo al ser considerado como el mayor generador de empleo del país nos atrevemos a decir que el mayor movimiento de transacciones en compra, venta e intercambio de productos y servicios bancarios lo realiza este sector.

Para clientes que laboran en el sector privado, el servicio más utilizado es el de la tarjeta de debito con el 16.8% utilizada para pagos o compras en efectivo, quienes la prefieren y con esto realizan pagos de servicios básicos el monto representa el 6.5% del total y para otros pagos como matriculación vehicular, matriculas en centros educativos o impuestos el porcentaje se reduce a un rango de entre el 1% y 2%.

A diferencia del sector Público en el cual su preferencia se inclina a servicios como el uso de tarjeta de debito y transferencias bancarias, el sector privado aprovecha estos servicios de transferencias 8.2% para el pago de servicios básicos representado por el casi 80% del uso de estas transferencias, así mismo estos servicios los prefieren personas entre 30 a 39 años, la edad promedio de personas que laboran en la empresa privada.

Al ser personeros del sector privado, se podría indicar que son conocedores a un nivel superior de los productos y servicios financieros que ofrece el banco, por tanto estimamos que se pueden aprovechar de mejor manera, a diferencia de otros cuadros analizados este en particular tiene movimientos en casi todos los servicios bancarios incluyendo giros, cheques del exterior, etc., rubros que no se han revisado anteriormente. Estos representan entre el 0.3% Giros hasta el 0.7% en cheques del exterior.

La mayor concentración de grupos de edad se encuentra en personas de entre 20 a 29 años y 30 a 39 años, como habíamos indicado anteriormente la edad promedio de los que conforman la empresa privada.

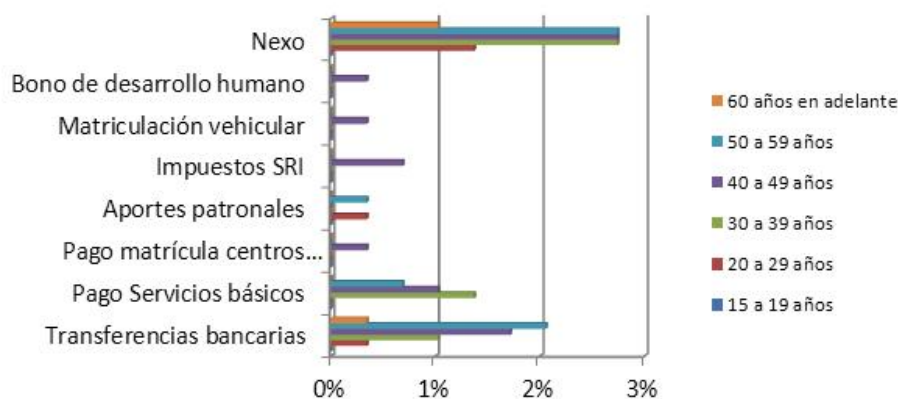
Tabla 20: Principales servicios financieros por grupos de edad y negocio propio.

| GRUPO DE EDAD | Negocio propio | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------------------|-------------|------------------------|-------------|-----------------------------------|-------------|--------------------|-------------|---------------|-------------|-------------------------|-------------|---------------------------|-------------|-----------|--------------|-----------|--------------|
| | Principales servicios financieros | | | | | | | | | | | | | | | Total | | |
| | Transferencias bancarias | | Pago Servicios básicos | | Pago matrícula centros educativos | | Aportes patronales | | Impuestos SRI | | Matriculación vehicular | | Bono de desarrollo humano | | Nexo | | | |
| 15 a 19 años | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 20 a 29 años | 1 | 0,3% | | | | | 1 | 0,3% | | | | | | | 4 | 1,4% | 6 | 2,1% |
| 30 a 39 años | 3 | 1,0% | 4 | 1,4% | | | | | | | | | | | 8 | 2,7% | 15 | 5,1% |
| 40 a 49 años | 5 | 1,7% | 3 | 1,0% | 1 | 0,3% | | | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 8 | 2,7% | 21 | 7,2% |
| 50 a 59 años | 6 | 2,1% | 2 | 0,7% | | | 1 | 0,3% | | | | | | | 8 | 2,7% | 17 | 5,8% |
| 60 años en adelante | 1 | 0,3% | | | | | | | | | | | | | 3 | 1,0% | 4 | 1,4% |
| Total | 16 | 5,5% | 9 | 3,1% | 1 | 0,3% | 2 | 0,7% | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 31 | 10,6% | 63 | 21,6% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 48. Principales servicios financieros por grupos de edad y negocio propio.



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Tras completar los estudios universitarios muchas de las personas desean lanzarse al mercado laboral creando su propia empresa.

El Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO del Gobierno Nacional de la República de Ecuador desarrolla planes y proyectos de fomento y desarrollo de pequeñas empresas y microempresas. El apoyo institucional es muy importante pues dar vida a un proyecto empresarial requiere de diferentes pasos.

La Ley de Compañías de Ecuador establece las pautas a seguir para la creación de empresas.

Otro organismo que fomenta la creación y el fortalecimiento de empresas y se ocupa de asesorarlas es la Superintendencia de Compañías. Aquellos emprendedores con dudas pueden recurrir a sus servicios.

Pero las instituciones del sistema bancario no se quedan atrás, ofrecen productos y servicios que aportan y apoyan el desenvolvimiento y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas.

Los grupos que más utilizan los servicios bancarios están comprendidos en edades de 30 a 39 años con el 5.1% del total de la muestra bajo este concepto, de 40 a 49 años con el 7.2% y de 50 a 59 años con el 5.8%.

En cuanto al servicio transferencias bancarias estos mismos grupos con el 1%, 1.7% y 2.1% respectivamente.

Los grupos de 40 a 49 años también se notan en otros servicios como pago de matriculas con el 0.3%, impuestos SRI con el 0.7% y matriculación vehicular con el 0.3%.

También notamos que en un porcentaje del 0.3% personas que tienen negocio propio acceden al bono de desarrollo humano, es decir 1 de cada 18 personas según este estudio tienen dos fuentes de ingreso, lo que nos da a notar la inequidad al momento de asignar, distribuir y entregar el bono.

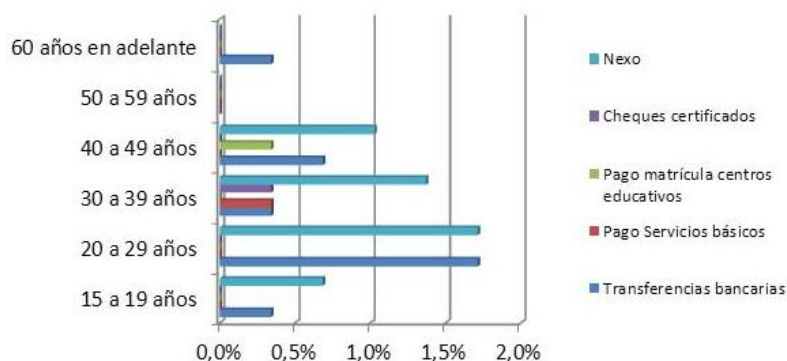
Tabla 21: Principales servicios financieros por edad y situación laboral (amas de casa)

| GRUPO DE EDAD | Ama de casa | | | | | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------------------|-------------|------------------------|-------------|-----------------------------------|-------------|----------------------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|
| | Principales servicios financieros | | | | | | | | | Total | | |
| | Transferencias bancarias | | Pago Servicios básicos | | Pago matrícula centros educativos | | Cheques certificados | | Nexo | | | |
| 15 a 19 años | 1 | 0,3% | | | | | | | 2 | 0,7% | 3 | 1,0% |
| 20 a 29 años | 5 | 1,7% | | | | | | | 5 | 1,7% | 10 | 3,4% |
| 30 a 39 años | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | | | 1 | 0,3% | 4 | 1,4% | 7 | 2,4% |
| 40 a 49 años | 2 | 0,7% | | | 1 | 0,3% | | | 3 | 1,0% | 6 | 2,1% |
| 50 a 59 años | | | | | | | | | | | | |
| 60 años en adelante | 1 | 0,3% | | | | | | | | | 1 | 0,3% |
| TOTAL | 10 | 3,4% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 14 | 4,8% | 27 | 9,2% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 49. Principales servicios financieros por edad y situación laboral(amas de casa)



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

En la tabla y gráficos anteriores podemos observar que el segmento de amas de casa cubre el 9.2% del total de clientes encuestados; siendo la tarjeta nexos el servicio más utilizado por este segmento con un 4,8% de clientes, quienes en su mayor porcentaje (1,7%) están dentro del grupo de edad de 20 a 29 años.

El siguiente servicio mayormente utilizado por las amas de casa es el de las transferencias bancarias con un 3,4% de clientes, quienes en su mayor porcentaje (1,7%) corresponden al grupo de 20 a 29 años.

El resto de servicios son de muy poca utilización.

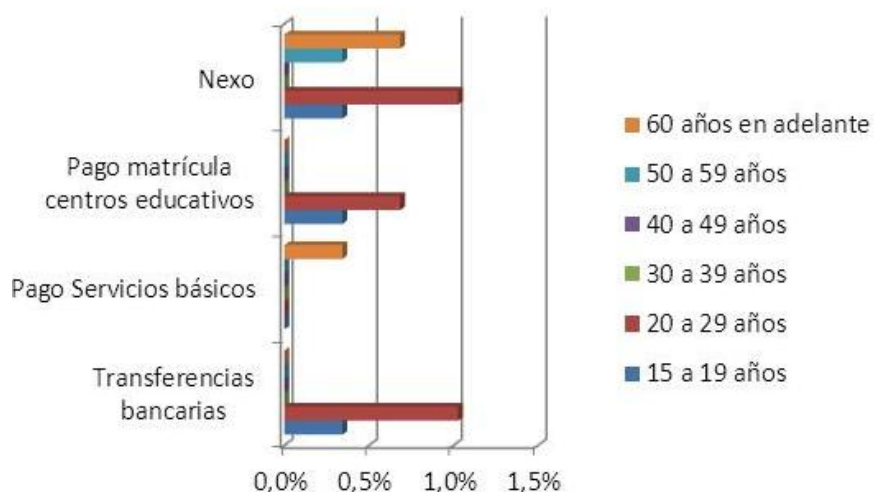
Tabla 22: Principales servicios financieros por edad y situación laboral(estudiantes)

| GRUPO DE EDAD | Estudiante | | | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------------------|-------------|------------------------|-------------|-----------------------------------|-------------|----------|-------------|-----------|-------------|
| | Principales servicios financieros | | | | | | | | Total | |
| | Transferencias bancarias | | Pago Servicios básicos | | Pago matrícula centros educativos | | Nexo | | | |
| 15 a 19 años | 1 | 0,3% | | | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 3 | 1,0% |
| 20 a 29 años | 3 | 1,0% | | | 2 | 0,7% | 3 | 1,0% | 8 | 2,7% |
| 30 a 39 años | | | | | | | | | | |
| 40 a 49 años | | | | | | | | | | |
| 50 a 59 años | | | | | | | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% |
| 60 años en adelante | | | 1 | 0,3% | | | 2 | 0,7% | 3 | 1,0% |
| TOTAL | 4 | 1,4% | 1 | 0,3% | 3 | 1,0% | 7 | 2,4% | 15 | 5,1% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 50: Principales servicios financieros por edad y situación laboral (estudiantes)



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Respecto al segmento de los estudiantes, podemos mirar que apenas el 5,1% del total de clientes encuestados ocupan los servicios financieros distribuidos de la

siguiente manera: tarjeta nexa (2,4%), transferencias bancarias (1,4%), pagos de servicios básicos (0,3%) y pago de matrículas en centros educativos (1,0%).

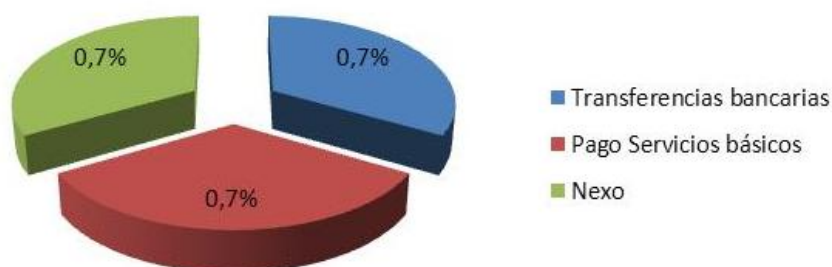
Tabla 23: Principales servicios financieros por edad y situación laboral (jubilados)

| GRUPO DE EDAD | Jubilado | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------------------|-------------|------------------------|-------------|----------|-------------|----------|-------------|
| | Principales servicios financieros | | | | | | Total | |
| | Transferencias bancarias | | Pago Servicios básicos | | Nexo | | | |
| 15 a 19 años | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 20 a 29 años | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 30 a 39 años | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 40 a 49 años | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 50 a 59 años | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 60 años en adelante | 2 | 0,7% | 2 | 0,7% | 2 | 0,7% | 6 | 2,1% |
| TOTAL | 2 | 0,7% | 2 | 0,7% | 2 | 0,7% | 6 | 2,1% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 51. Principales servicios financieros por edad y situación laboral (jubilados)



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Para el caso del segmento de los jubilados, éstos ocupan tan sólo un 2,1% del total de clientes encuestados, quienes ocupan los servicios financieros de la tarjeta nexa, transferencias bancarias y pago de servicios básicos, distribuidos en el 0,7% cada servicio.

3.2 La comunicación con el cliente y servicio al cliente

3.2.1 Comunicación con el cliente

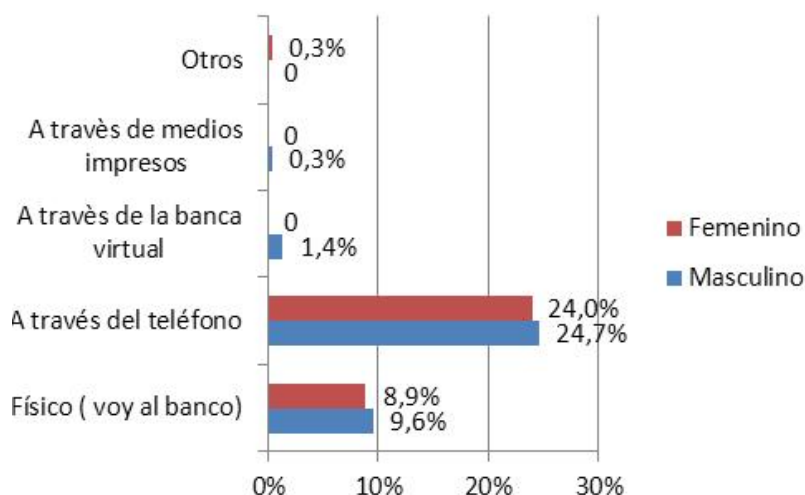
Tabla 24: Primer canal de comunicación por sexo

| Sexo | Primer Canal de Comunicación | | | | | | | | | | Total | |
|-----------|------------------------------|-------|-----------------------|-------|------------------------------|-------|-----------------------------|------|-------|------|-------|--------|
| | Físico (voy al banco) | | A través del teléfono | | A través de la banca virtual | | A través de medios impresos | | Otros | | | |
| Masculino | 28 | 9,6% | 72 | 24,7% | 52 | 17,8% | 4 | 1,4% | 1 | 0,3% | 157 | 53,8% |
| Femenino | 26 | 8,9% | 70 | 24,0% | 38 | 13,0% | | | | | 135 | 46,2% |
| Total | 54 | 18,5% | 142 | 48,6% | 90 | 30,8% | 4 | 1,4% | 1 | 0,3% | 292 | 100,0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 52: Primer canal de comunicación por sexo



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Si analizamos la variable “primer canal de comunicación” entre el total de clientes encuestados y el banco, podemos observar que el principal canal de comunicación es el teléfono con un 48,6%, distribuido en el 24,7% para los hombres y el 24,0% para las mujeres; lo cual, demuestra un uso equiparado de este medio a nivel de sexo.

A continuación, tenemos el uso de la banca virtual con un 30,8%, lo cual, permite observar la aplicación de las nuevas tecnologías informáticas en la banca. Podemos

observar que en mayor porcentaje (17,8%) de clientes que usan este medio son los hombres, a diferencia de las mujeres que cubren un 13,0% del total de clientes.

Con un porcentaje significativo (18,5%) también tenemos el canal de visitas personales al banco, distribuidos en el 9,6% y el 8,9% entre clientes hombres y mujeres, respectivamente. Esto significa que aún se mantiene la tradición de concurrir personalmente a los bancos, quizá debido a los riesgos que implica la banca virtual.

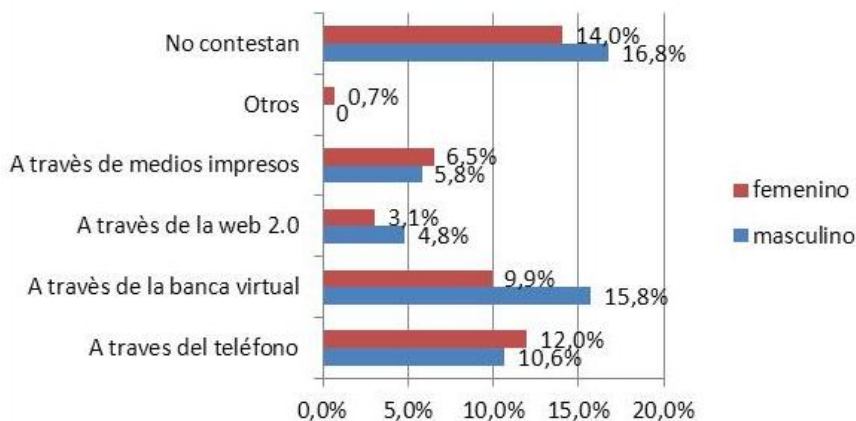
Tabla 25: Segundo canal de comunicación por sexo

| Sexo | Segundo Canal de Comunicación | | | | | | | | | | | Total | | |
|-----------|-------------------------------|-------|------------------------------|-------|------------------------|------|-----------------------------|-------|-------|------|--------------|-------|-----|--------|
| | A través del teléfono | | A través de la banca virtual | | A través de la web 2.0 | | A través de medios impresos | | Otros | | No contestan | | | |
| masculino | 31 | 10,6% | 46 | 15,8% | 14 | 4,8% | 17 | 5,8% | | | 49 | 16,8% | 157 | 53,8% |
| femenino | 35 | 12,0% | 29 | 9,9% | 9 | 3,1% | 19 | 6,5% | 2 | 0,7% | 41 | 14,0% | 135 | 46,2% |
| Total | 66 | 22,6% | 75 | 25,7% | 23 | 7,9% | 36 | 12,3% | 2 | 0,7% | 90 | 30,8% | 292 | 100,0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 53: Segundo canal de comunicación por sexo



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Analizando el segundo canal de comunicación podemos observar que el mayor porcentaje de clientes, es decir el 30,8% no contestaron a este requerimiento. El 25,7% de clientes manifestaron usar la banca virtual, siendo el 15,8% de clientes hombres y 9,9% mujeres.

Se puede observar también que el 22,6% de clientes se comunica con el banco vía telefónica, del cual, el 10,6% de clientes son hombres y el 12,0% son mujeres.

Un porcentaje significativo de clientes (12,3%) usan los medios impresos para conectarse con el banco, distribuidos en el 5,8% para clientes hombres y 6,5% para mujeres.

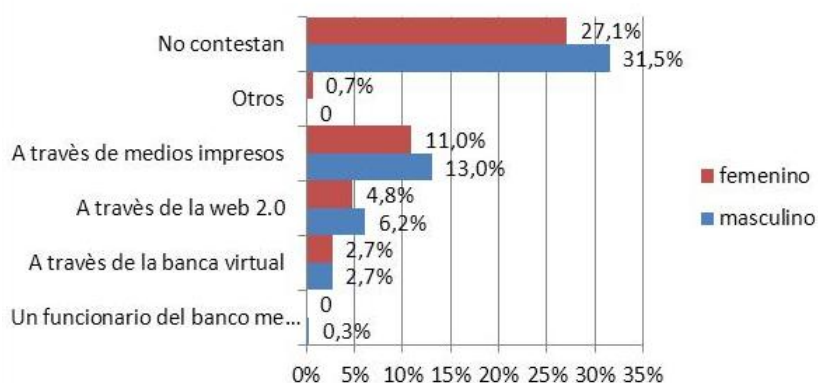
Tabla 26: Tercer canal de comunicación por sexo

| Sexo | Tercer Canal de Comunicación | | | | | | | | | | | | Total | |
|-----------|------------------------------------|------|------------------------------|------|------------------------|-------|-----------------------------|-------|-------|------|--------------|-------|-------|--------|
| | Un funcionario del banco me visita | | A través de la banca virtual | | A través de la web 2.0 | | A través de medios impresos | | Otros | | No contestan | | | |
| masculino | 1 | 0,3% | 8 | 2,7% | 18 | 6,2% | 38 | 13,0% | | | 92 | 31,5% | 157 | 53,8% |
| femenino | | | 8 | 2,7% | 14 | 4,8% | 32 | 11,0% | 2 | 0,7% | 79 | 27,1% | 135 | 46,2% |
| Total | 1 | 0,3% | 16 | 5,5% | 32 | 11,0% | 70 | 24,0% | 2 | 0,7% | 171 | 58,6% | 292 | 100,0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 54: Tercer canal de comunicación por sexo



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Si analizamos el tercer canal de comunicación observamos que el mayor porcentaje de clientes (58,6%) no contestan a esta pregunta. El 24% de clientes contestan que hacen uso de los medios impresos como tercer canal de comunicación, distribuido en el 13% de clientes hombres y 11% mujeres.

Luego se ubica el canal de la web 2.0 con un 11% dividido entre el 6,2% de clientes hombres y 4,8% de mujeres. Con un porcentaje relativamente bajo se ubica el canal

de la banca virtual con un 5,5%, distribuido en el 2,7% de clientes hombres y el 2,8% clientes mujeres.

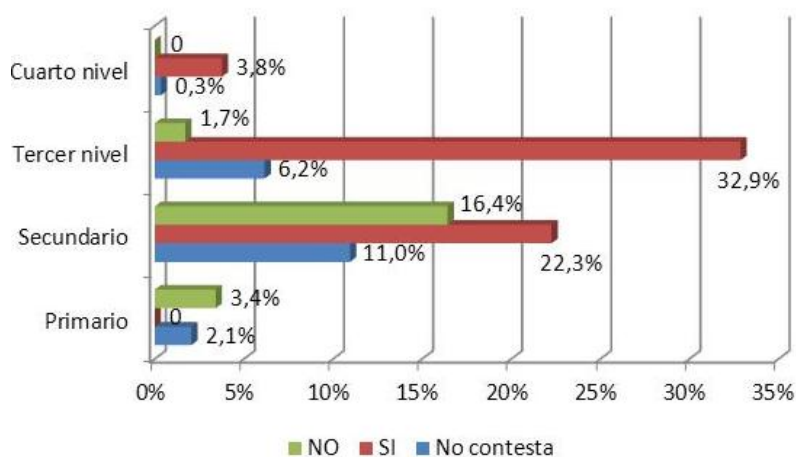
Tabla 27: Disponibilidad de correo electrónico por nivel de instrucción

| NIVEL DE INSTRUCCIÓN | No contesta | SI | NO | TOTAL |
|----------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Primario | 2,1% | | 3,4% | 5,5% |
| Secundario | 11,0% | 22,3% | 16,4% | 49,7% |
| Tercer nivel | 6,2% | 32,9% | 1,7% | 40,8% |
| Cuarto nivel | 0,3% | 3,8% | | 4,1% |
| TOTAL | 19,5% | 58,9% | 21,6% | 100,0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 55: Disponibilidad de correo electrónico por nivel de instrucción



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Analizando la disponibilidad de correo electrónico que tienen los clientes, se puede observar que el 58,9% si disponen de este servicio y la diferencia de este porcentaje no cuentan con el mismo. Se puede mirar también que del 58,9% de clientes, el 32,9% pertenece a los clientes con tercer nivel de formación académica y el 22,3% nivel secundario; lo cual, es comprensible.

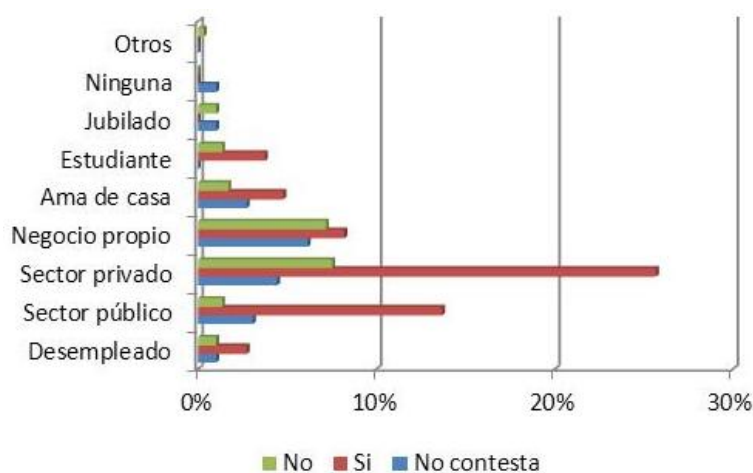
Tabla 28: Disponibilidad de correo electrónico por situación laboral

| SITUACION LABORAL | No contesta | si | no | Total |
|-------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Desempleado | 1,0% | 2,7% | 1,0% | 4,8% |
| Sector público | 3,1% | 13,7% | 1,4% | 18,2% |
| Sector privado | 4,5% | 25,7% | 7,5% | 37,7% |
| Negocio propio | 6,2% | 8,2% | 7,2% | 21,6% |
| Ama de casa | 2,7% | 4,8% | 1,7% | 9,2% |
| Estudiante | | 3,8% | 1,4% | 5,1% |
| Jubilado | 1,0% | | 1,0% | 2,1% |
| Ninguna | 1,0% | | | 1,0% |
| Otros | | | 0,3% | 0,3% |
| TOTAL | 19,5% | 58,9% | 21,6% | 100,0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 56. Disponibilidad de correo electrónico por situación laboral



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Si analizamos la disponibilidad de correo electrónico por situación laboral, encontramos que el mayor porcentaje de clientes encuestados (25,7%) pertenecen al sector privado, seguido por el sector público con un 13,7%; a continuación, se ubica los clientes que tienen negocio propio con un 8,2% y finalmente encontramos a las amas de casa que disponen de este medio con un porcentaje del 4,2%.

3.2.2 Servicio al cliente

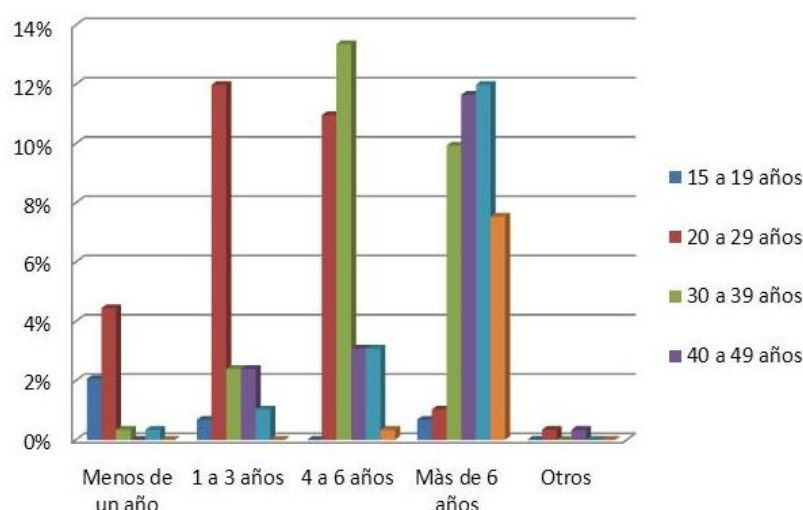
Tabla 29: Tiempo de ser cliente en el banco por grupo de edad

| GRUPO DE EDAD | Menos de un año | 1 a 3 años | 4 a 6 años | Más de 6 años | Otros | TOTAL |
|---------------------|-----------------|--------------|--------------|---------------|-------------|---------------|
| 15 a 19 años | 2,1% | 0,7% | | 0,7% | | 3,4% |
| 20 a 29 años | 4,5% | 12,0% | 11,0% | 1,0% | 0,3% | 28,8% |
| 30 a 39 años | 0,3% | 2,4% | 13,4% | 9,9% | | 26,0% |
| 40 a 49 años | | 2,4% | 3,1% | 11,6% | 0,3% | 17,5% |
| 50 a 59 años | 0,3% | 1,0% | 3,1% | 12,0% | | 16,4% |
| 60 años en adelante | | | 0,3% | 7,5% | | 7,9% |
| TOTAL | 7,2% | 18,5% | 30,8% | 42,8% | 0,7% | 100,0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 57: Tiempo de ser cliente en el banco por grupo de edad



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Al analizar las variables tiempo de ser cliente del banco por grupos de edad, encontramos que el mayor porcentaje de usuarios que son clientes del banco por más de 6 años cubren el 42,8% del total de encuestados. Lo cual, demuestra en cierta manera, la confianza de los clientes en la institución financiera.

Luego encontramos que el 30,8% de clientes son usuarios de la institución entre 4 y 6 años, siendo éste un porcentaje bastante significativo. Son clientes del banco por un tiempo de entre 1 a 3 años el 18,5 % de sus clientes.

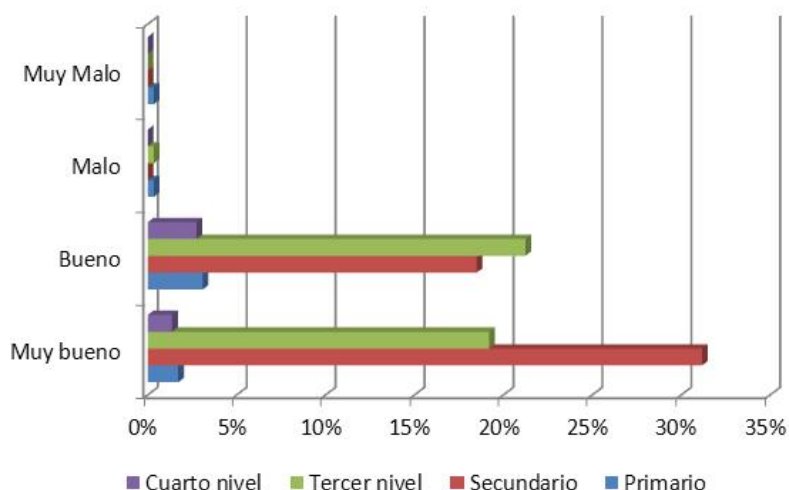
Tabla 30: Calidad de servicio por nivel de instrucción

| NIVEL DE INSTRUCCIÓN | Muy bueno | Bueno | Malo | Muy Malo | Total |
|----------------------|--------------|--------------|--------------|-------------|---------------|
| Primario | 1,71% | 3,08% | 0,34% | 0,34% | 5,48% |
| Secundario | 31,16% | 18,49% | | | 49,66% |
| Tercer nivel | 19,20% | 21,23% | 0,34% | | 40,75% |
| Cuarto nivel | 1,37% | 2,74% | | | 4,11% |
| TOTAL | 53,4% | 45,5% | 0,68% | 0,3% | 100,0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 58. Calidad de servicio por nivel de instrucción



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Analizando las variables de calidad de servicio por nivel de instrucción, nos encontramos que más del 50% de clientes, esto es el 53,4% califica la calidad de los servicios brindados por el banco son muy buenos, del cual, el 31,16% corresponden a clientes con un nivel de instrucción secundario y la diferencia corresponden a clientes con un tercer nivel de formación. El 45,5 % de clientes, califica la calidad de los servicios como buenos, del cual, el 21,23% de clientes tienen formación de tercer nivel, mientras la diferencia corresponde a clientes de nivel secundario.

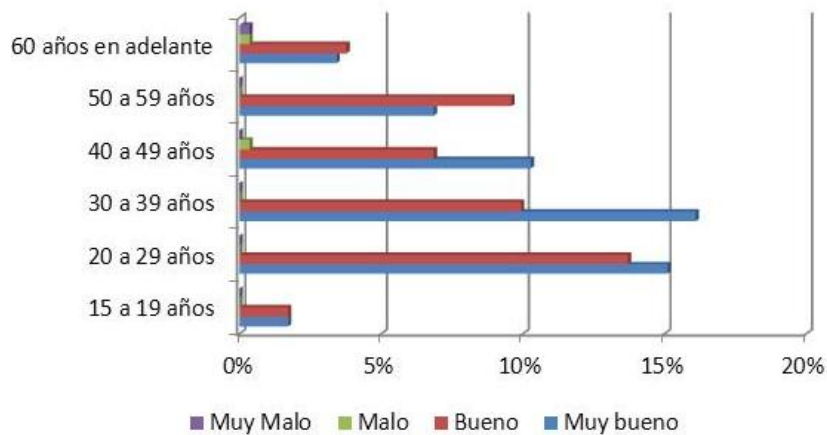
Tabla 31: Calidad de servicio por grupo de edad

| GRUPO DE EDAD | Muy bueno | Bueno | Malo | Muy Malo | TOTAL |
|---------------------|--------------|--------------|-------------|-------------|---------------|
| 15 a 19 años | 1,7% | 1,7% | | | 3,4% |
| 20 a 29 años | 15,1% | 13,7% | | | 28,8% |
| 30 a 39 años | 16,1% | 9,9% | | | 26,0% |
| 40 a 49 años | 10,3% | 6,8% | 0,3% | | 17,5% |
| 50 a 59 años | 6,8% | 9,6% | | | 16,4% |
| 60 años en adelante | 3,4% | 3,8% | 0,3% | 0,3% | 7,9% |
| TOTAL | 53,5% | 45,5% | 0,6% | 0,3% | 100,0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 59. Calidad de servicio por grupo de edad



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

A la mayoría de los encuestados indistintamente de su edad, les parece muy bueno el servicio bancario, es decir el 53,5%; bueno el 45,5%. Al 0,3% del grupo de edad de 40 a 49 años y al de 60 años en adelante le parece malo el servicio. El 0,3% de los adultos mayores encuestados les parece muy malo el servicio.

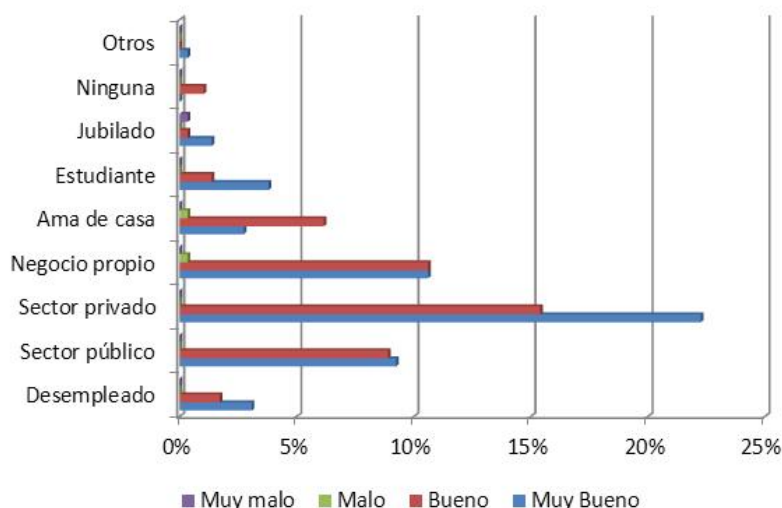
Tabla 32: Calidad de servicio por situación laboral

| Situación Laboral | Muy Bueno | Bueno | Malo | Muy malo | Total |
|-------------------|--------------|--------------|-------------|-------------|---------------|
| Desempleado | 3,1% | 1,7% | | | 4,8% |
| Sector público | 9,2% | 8,9% | | | 18,2% |
| Sector privado | 22,3% | 15,4% | | | 37,7% |
| Negocio propio | 10,6% | 10,6% | 0,3% | | 21,6% |
| Ama de casa | 2,7% | 6,2% | 0,3% | | 9,2% |
| Estudiante | 3,8% | 1,4% | | | 5,1% |
| Jubilado | 1,4% | 0,3% | | 0,3% | 2,1% |
| Ninguna | | 1,0% | | | 1,0% |
| Otros | 0,3% | | | | 0,3% |
| TOTAL | 53,5% | 45,5% | 0,7% | 0,3% | 100,0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 60: Calidad de servicio por situación laboral



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Al 53.5% de los encuestados les parece, el servicio bancario, Muy bueno; al 45.5% les parece bueno. Al 0.3% de encuestados que tienen negocio propio y amas de casa, les parece malo el servicio. Al 0.3% de jubilados les parece muy malo el servicio bancario.

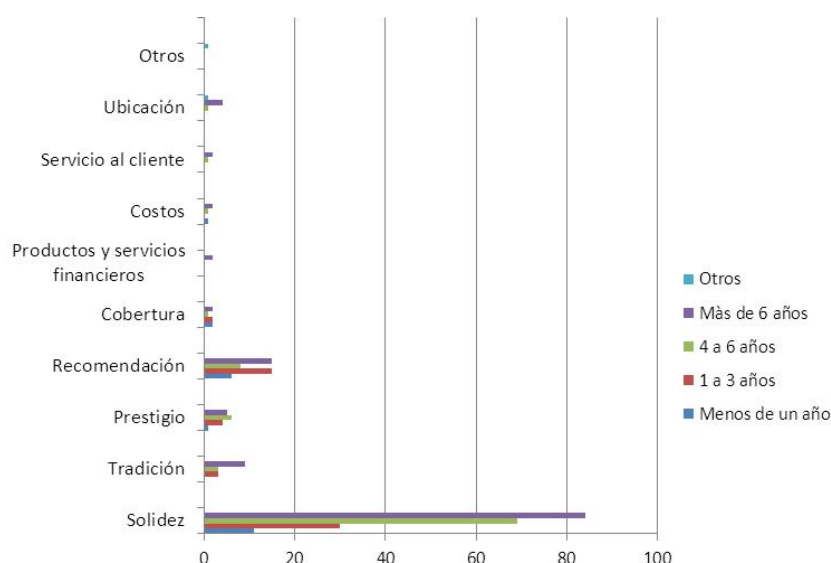
Tabla 33: Primera razón para ser cliente en relación con el tiempo

| | Primera razón para ser cliente | | | | | | | | | | | | | | | Total | | | | | | |
|-----------------|--------------------------------|-------|-------------|------|-----------|------|---------------|-------|-----------|------|-----------------------------------|------|--------|------|---------------------|-------|---|-----------|---|-------|-----|--------|
| | Solidez | | Tradicición | | Prestigio | | Recomendación | | Cobertura | | Productos y servicios financieros | | Costos | | Servicio al cliente | | | Ubicación | | Otros | | |
| Menos de un año | 11 | 3,8% | | | 1 | 0,3% | 6 | 2,1% | 2 | 0,7% | | | 1 | 0,3% | | | | | | | 21 | 7,2% |
| 1 a 3 años | 30 | 10,3% | 3 | 1,0% | 4 | 1,4% | 15 | 5,1% | 2 | 0,7% | | | | | | | | | | | 54 | 18,5% |
| 4 a 6 años | 69 | 23,6% | 3 | 1,0% | 6 | 2,1% | 8 | 2,7% | 1 | 0,3% | | | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | | | 90 | 30,8% |
| Más de 6 años | 84 | 28,8% | 9 | 3,1% | 5 | 1,7% | 15 | 5,1% | 2 | 0,7% | 2 | 0,7% | 2 | 0,7% | 2 | 0,7% | 4 | 1,4% | | | 125 | 42,8% |
| Otros | | | | | | | | | | | | | | | | | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | 2 | 0,7% |
| Total | 194 | 66,4% | 15 | 5,1% | 16 | 5,5% | 44 | 15,1% | 7 | 2,4% | 2 | 0,7% | 4 | 1,4% | 3 | 1,0% | 6 | 2,1% | 1 | 0,3% | 292 | 100,0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 61. Primera razón para ser cliente en relación con el tiempo



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

La razón primordial para ser cliente es la solidez bancaria- Esto lo afirman el 66.4% de los encuestados; la segunda razón es por “recomendación” con el 15.1%; Por prestigio y tradición el 5.5% y 5.1% respectivamente. Los costos, servicios y ubicación no tienen mucha prioridad para elegir una institución financiera.

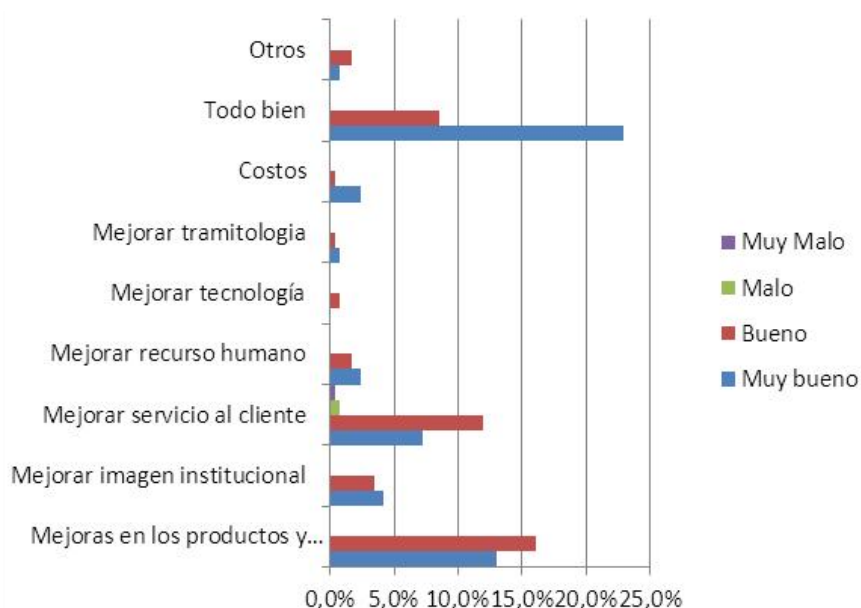
Tabla 34: Calidad de Servicio y mejoras preferidas por el cliente

| | Primera mejora | | | | | | | | | | | | | | | Total | | | | |
|----------|---|-------|------------------------------|------|-----------------------------|-------|------------------------|------|--------------------|------|----------------------|------|--------|------|-----------|-------|---|-------|-----|--------|
| | Mejoras en los productos y sss. Financieros | | Mejorar imagen institucional | | Mejorar servicio al cliente | | Mejorar recurso humano | | Mejorar tecnología | | Mejorar tramitología | | Costos | | Todo bien | | | Otros | | |
| Muybueno | 38 | 13,0% | 12 | 4,1% | 21 | 7,2% | 7 | 2,4% | | | 2 | 0,7% | 7 | 2,4% | 67 | 22,9% | 2 | 0,7% | 156 | 53,4% |
| Bueno | 47 | 16,1% | 10 | 3,4% | 35 | 12,0% | 5 | 1,7% | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% | 3 | 0,3% | 25 | 8,6% | 5 | 1,7% | 133 | 45,5% |
| Malo | | | | | 2 | 0,7% | | | | | | | | | | | | | 2 | 0,7% |
| MuyMalo | | | | | 1 | 0,3% | | | | | | | | | | | | | 1 | 0,3% |
| Total | 85 | 29,1% | 22 | 7,5% | 59 | 20,2% | 12 | 4,1% | 2 | 0,7% | 3 | 1,0% | 10 | 2,7% | 92 | 31,5% | 7 | 2,4% | 292 | 100,0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 62. Calidad de Servicio y mejoras preferidas por el cliente



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Al 31.5% de los encuestados les parece que ESTAN BIEN los servicios que prestan los bancos. El 29.1% piden mejoras en los productos y servicios financieros. El 7.5% piden mejoras en el servicio al cliente- El 2.7% piden mejorar los costos y el 1.0% en tecnología.

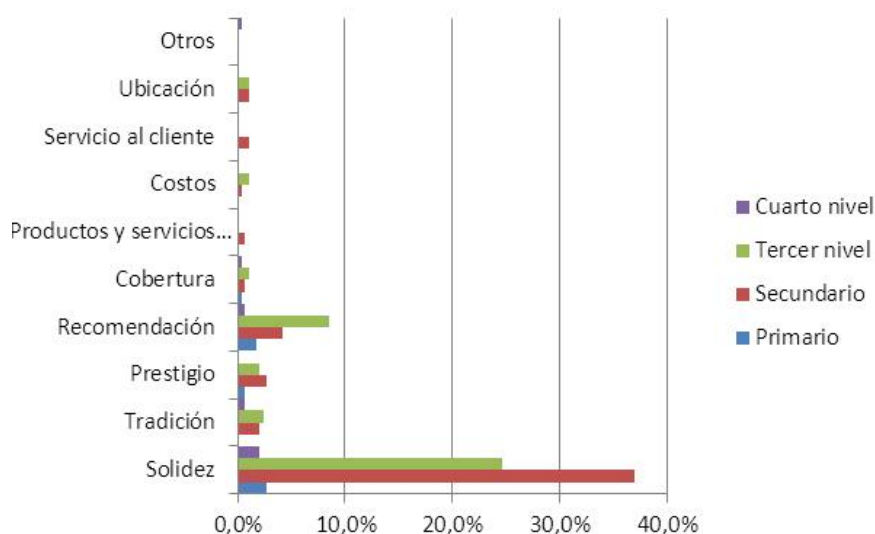
Tabla 35: Razones para ser cliente por nivel de instrucción

| Nivel de Instrucción | Primera razón para ser cliente del Banco | | | | | | | | | | | Total | % | | | | | | | | | |
|----------------------|--|-------------|-----------|---------------|-----------|-----------------------------------|--------|---------------------|-----------|-------|---|-------|---|------|---|------|------|------|-----|-------|-----|--------|
| | Solidez | Tradicición | Prestigio | Recomendación | Cobertura | Productos y servicios financieros | Costos | Servicio al cliente | Ubicación | Otros | | | | | | | | | | | | |
| Primario | 8 | 2.7% | | 2 | 0.7% | 5 | 1.7% | 1 | 0.3% | | | | | | | 16 | 5.5% | | | | | |
| Secundario | 108 | 37.0% | 6 | 2.1% | 8 | 2.7% | 12 | 4.1% | 2 | 0.7% | 2 | 0.7% | 1 | 0.3% | 3 | 1.0% | 3 | 1.0% | 145 | 49.7% | | |
| Tercer nivel | 72 | 24.7% | 7 | 2.4% | 6 | 2.1% | 25 | 8.6% | 3 | 1.0% | | | | | 3 | 1.0% | | | 119 | 40.8% | | |
| Cuarto nivel | 6 | 2.1% | 2 | 0.7% | | | 2 | 0.7% | 1 | 0.3% | | | | | | | 1 | 0.3% | 12 | 4.1% | | |
| Total | 194 | 66.4% | 15 | 5.1% | 16 | 5.5% | 44 | 15.1% | 7 | 2.4% | 2 | 0.7% | 4 | 1.4% | 3 | 1.0% | 6 | 2.1% | 1 | 0.3% | 292 | 100.0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 63. Razones para ser cliente por nivel de instrucción



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Todos los niveles de instrucción eligieron con el 66.4% la solidez bancaria para ser sus clientes. El 15.1% eligieron por recomendación de alguien; y el 5.5% por prestigio. El 2.4% por cobertura; por ubicación el 2.1% y por costos eligieron el 1.4%.

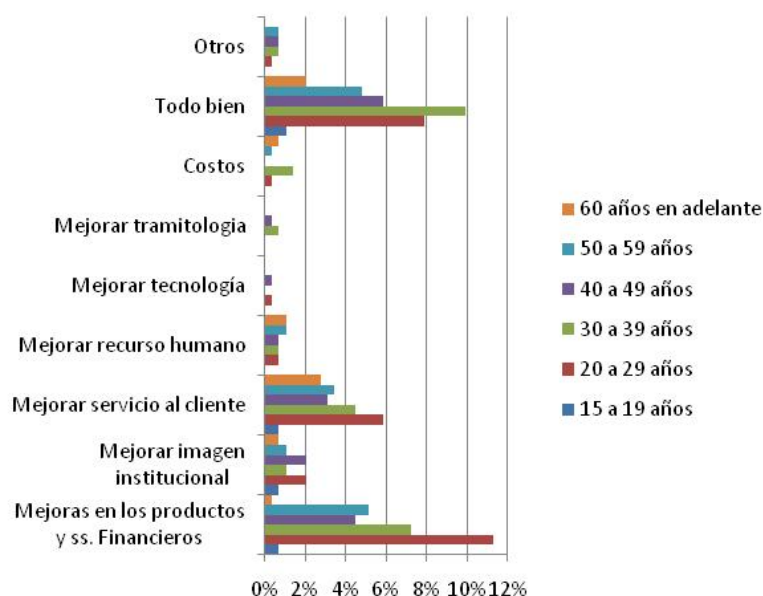
Tabla 36: Mejoras bancarias por Edad

| Edad | Primeras opción mejoras bancarias | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|--|-------|------------------------------|------|-----------------------------|-------|------------------------|------|--------------------|------|----------------------|------|--------|------|-----------|-------|-------|------|-------|--------|
| | Mejoras en los productos y ss. Financieros | | Mejorar imagen institucional | | Mejorar servicio al cliente | | Mejorar recurso humano | | Mejorar tecnología | | Mejorar tramitología | | Costos | | Todo bien | | Otros | | Total | |
| 15 a 19 años | 2 | 0,7% | 2 | 0,7% | 2 | 0,7% | | | | | | | 1 | | 3 | 1,0% | | | 10 | 3,4% |
| 20 a 29 años | 33 | 11,3% | 6 | 2,1% | 17 | 5,8% | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% | | | 1 | 0,3% | 23 | 7,9% | 1 | 0,3% | 84 | 28,8% |
| 30 a 39 años | 21 | 7,2% | 3 | 1,0% | 13 | 4,5% | 2 | 0,7% | | | 2 | 0,7% | 4 | 1,4% | 29 | 9,9% | 2 | 0,7% | 76 | 26,0% |
| 40 a 49 años | 13 | 4,5% | 6 | 2,1% | 9 | 3,1% | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% | | | 17 | 5,8% | 2 | 0,7% | 51 | 17,5% |
| 50 a 59 años | 15 | 5,1% | 3 | 1,0% | 10 | 3,4% | 3 | 1,0% | | | | | 1 | 0,3% | 14 | 4,8% | 2 | 0,7% | 48 | 16,4% |
| 60 años en adelante | 1 | 0,3% | 2 | 0,7% | 8 | 2,7% | 3 | 1,0% | | | | | 3 | 0,7% | 6 | 2,1% | | | 23 | 7,9% |
| Total | 85 | 29,1% | 22 | 7,5% | 59 | 20,2% | 12 | 4,1% | 2 | 0,7% | 3 | 1,0% | 10 | 2,7% | 92 | 31,5% | 7 | 2,4% | 292 | 100,0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 64. Mejoras bancarias por Edad



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Indistintamente de las edades, el 31.5% de los encuestados opinan que los servicios bancarios están bien. El 29.1% opinan que deben mejorar los productos; el 20.2% solicitan mejorar los servicios al cliente.

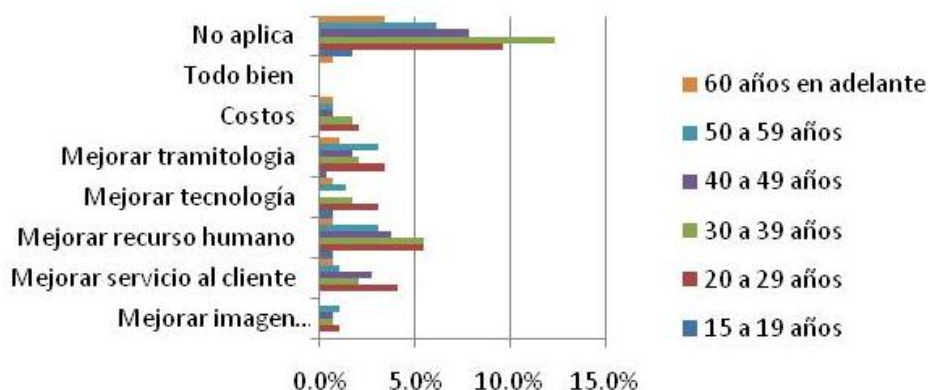
Tabla 37: Mejoras bancarias por edades

| Edad | Segunda opción mejoras bancarias | | | | | | | | | | | | | | Total | | | |
|---------------------|----------------------------------|------|-----------------------------|-------|------------------------|-------|--------------------|------|----------------------|-------|--------|------|-----------|------|-----------|-------|-----|--------|
| | Mejorar imagen institucional | | Mejorar servicio al cliente | | Mejorar recurso humano | | Mejorar tecnología | | Mejorar tramitología | | Costos | | Todo bien | | No aplica | | | |
| 15 a 19 años | | | | | 2 | 0,7% | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% | | | | | 5 | 1,7% | 10 | 3,4% |
| 20 a 29 años | 3 | 1,0% | 12 | 4,1% | 16 | 5,5% | 9 | 3,1% | 10 | 3,4% | 6 | 2,1% | | | 28 | 9,6% | 84 | 28,8% |
| 30 a 39 años | 2 | 0,7% | 6 | 2,1% | 16 | 5,5% | 5 | 1,7% | 6 | 2,1% | 5 | 1,7% | | | 36 | 12,3% | 76 | 26,0% |
| 40 a 49 años | 2 | 0,7% | 8 | 2,7% | 11 | 3,8% | | | 5 | 1,7% | 2 | 0,7% | | | 23 | 7,9% | 51 | 17,5% |
| 50 a 59 años | 3 | 1,0% | 3 | 1,0% | 9 | 3,1% | 4 | 1,4% | 9 | 3,1% | 2 | 0,7% | | | 18 | 6,2% | 48 | 16,4% |
| 60 años en adelante | | | 2 | 0,7% | 2 | 0,7% | 2 | 0,7% | 3 | 1,0% | 2 | 0,7% | 2 | 0,7% | 10 | 3,4% | 23 | 7,9% |
| Total | 10 | 3,4% | 31 | 10,6% | 56 | 19,2% | 22 | 7,5% | 34 | 11,6% | 17 | 5,8% | 2 | 0,7% | 120 | 41,1% | 292 | 100,0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 65. Mejoras bancarias por edades



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Todas las edades, aunque con mínimas variaciones, eligieron como segunda opción, mejoras en los recursos humanos y mejoras en los servicios al cliente con el 19.2% y 10.6% respectivamente, seguido por mejoras en tramitología con el 11.6%, y en costos con el 5.8%.

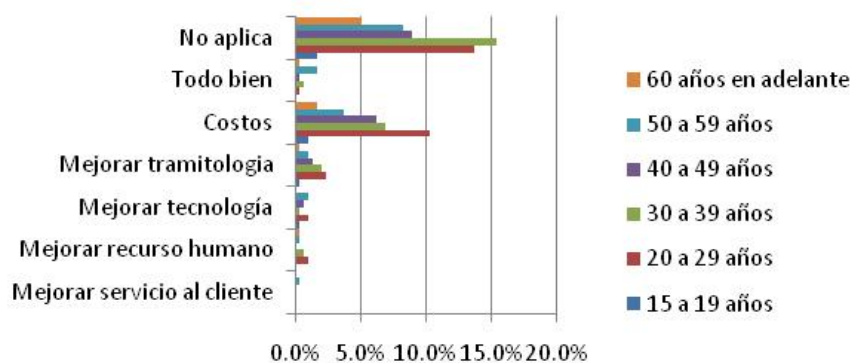
Tabla 38: Mejoras bancarias por edades

| Edad | Tercera opción mejoras bancarias | | | | | | | | | | | | Total | | | |
|---------------------|----------------------------------|------|------------------------|------|--------------------|------|----------------------|------|--------|-------|-----------|------|-------|-------|-----------|--------|
| | Mejorar servicio al cliente | | Mejorar recurso humano | | Mejorar tecnología | | Mejorar tramitología | | Costos | | Todo bien | | | | No aplica | |
| 15 a 19 años | | | | | 1 | 0.3% | 1 | 0.3% | 3 | 1.0% | | | 5 | 1.7% | 10 | 3.4% |
| 20 a 29 años | | | 3 | 1.0% | 3 | 1.0% | 7 | 2.4% | 30 | 10.3% | 1 | 0.3% | 40 | 13.7% | 84 | 28.8% |
| 30 a 39 años | | | 2 | 0.7% | 1 | 0.3% | 6 | 2.1% | 20 | 6.8% | 2 | 0.7% | 45 | 15.4% | 76 | 26.0% |
| 40 a 49 años | | | | | 2 | 0.7% | 4 | 1.4% | 18 | 6.2% | 1 | 0.3% | 26 | 8.9% | 51 | 17.5% |
| 50 a 59 años | 1 | 0.3% | 1 | 0.3% | 3 | 1.0% | 3 | 1.0% | 11 | 3.8% | 5 | 1.7% | 24 | 8.2% | 48 | 16.4% |
| 60 años en adelante | | | 1 | 0.3% | | | 1 | 0.3% | 5 | 1.7% | 1 | 0.3% | 15 | 5.1% | 23 | 7.9% |
| Total | 1 | 0.3% | 7 | 2.4% | 10 | 3.4% | 22 | 7.5% | 87 | 29.8% | 10 | 3.4% | 155 | 53.1% | 292 | 100.0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 66. Mejoras bancarias por edades



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

El 53.1% de los encuestados no opinaron sobre la tercera opción; el 29.8% eligieron mejorar “COSTOS”; el 7.5% opinaron que deben mejorar la tramitología. El 3.4% opina mejorar la tecnología

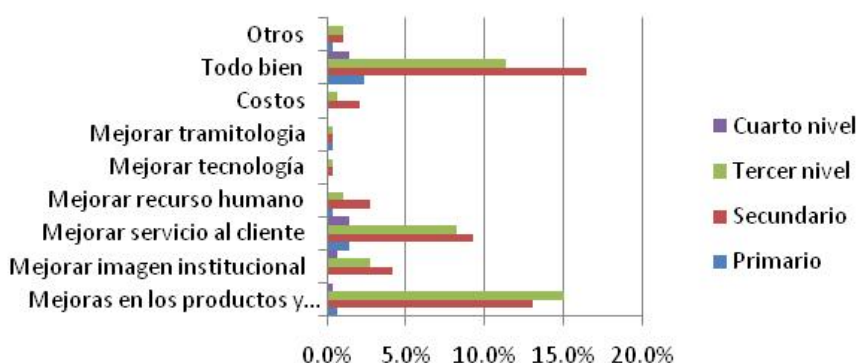
Tabla 39: Mejoras bancarias por nivel de instrucción

| Nivel de Instrucción | Primera mejora bancaria | | | | | | | | | | Total | % | | |
|----------------------|---|------------------------------|-----------------------------|------------------------|--------------------|----------------------|--------|-----------|-------|-------|-------|------|-----|--------|
| | Mejoras en los productos yss. Financieros | Mejorar imagen institucional | Mejorar servicio al cliente | Mejorar recurso humano | Mejorar tecnología | Mejorar tramitología | Costos | Todo bien | Otros | | | | | |
| Primario | 2 | 0.7% | 4 | 1.4% | 1 | 0.3% | 1 | 0.3% | 7 | 2.4% | 1 | 0.3% | 16 | 5.5% |
| Secundario | 38 | 13.0% | 27 | 9.2% | 8 | 2.7% | 1 | 0.3% | 48 | 16.4% | 3 | 1.0% | 145 | 49.7% |
| Tercer nivel | 44 | 15.1% | 24 | 8.2% | 3 | 1.0% | 1 | 0.3% | 33 | 11.3% | 3 | 1.0% | 119 | 40.8% |
| Cuarto nivel | 1 | 0.3% | 4 | 1.4% | | | | | 4 | 1.4% | | | 12 | 4.1% |
| Total | 85 | 29.1% | 59 | 20.2% | 12 | 4.1% | 2 | 0.7% | 92 | 31.5% | 7 | 2.4% | 292 | 100.0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 67. Mejoras bancarias por nivel de instrucción



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

El 31.5% opinan que todo está bien; el 29.1% sugieren mejoras en productos y servicios financieros; el 20.2% solicitan mejoras en los servicios al cliente, siendo más acentuado en la instrucción secundaria.

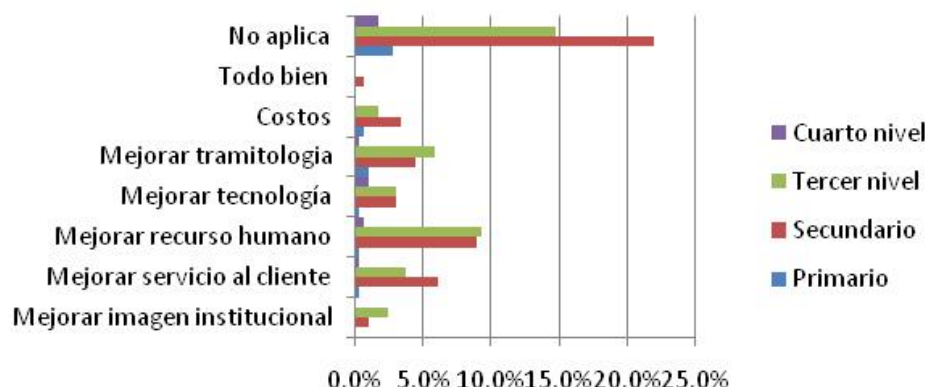
Tabla 40: Mejoras bancarias por nivel de instrucción

| Nivel de Instrucción | Segunda mejora bancaria | | | | | | | | | | Total | % | | | | |
|----------------------|------------------------------|-----------------------------|------------------------|--------------------|----------------------|--------|-----------|-----------|------|-------|-------|------|------|------|------|-------|
| | Mejorar imagen institucional | Mejorar servicio al cliente | Mejorar recurso humano | Mejorar tecnología | Mejorar tramitología | Costos | Todo bien | No aplica | | | | | | | | |
| Primario | | 1 | 0.3% | 1 | 0.3% | 1 | 0.3% | 3 | 1.0% | 2 | 0.7% | 8 | 2.7% | 16 | 5.5% | |
| Secundario | 3 | 1.0% | 18 | 6.2% | 26 | 8.9% | 9 | 3.1% | 13 | 4.5% | 10 | 3.4% | 2 | 0.7% | 64 | 21.9% |
| Tercer nivel | 7 | 2.4% | 11 | 3.8% | 27 | 9.2% | 9 | 3.1% | 17 | 5.8% | 5 | 1.7% | | | 43 | 14.7% |
| Cuarto nivel | | | 1 | 0.3% | 2 | 0.7% | 3 | 1.0% | 1 | 0.3% | | | 5 | 1.7% | 12 | 4.1% |
| Total | 10 | 3.4% | 31 | 10.6% | 56 | 19.2% | 22 | 7.5% | 34 | 11.6% | 17 | 5.8% | 2 | 0.7% | 120 | 41.1% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 68. Mejoras bancarias por nivel de instrucción



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

El 41.1% de los encuestados no opinaron sobre esta segunda mejora bancaria. El 19.2% sugiere se mejore el recurso humano; el 11,6% solicita se mejoren los trámites.

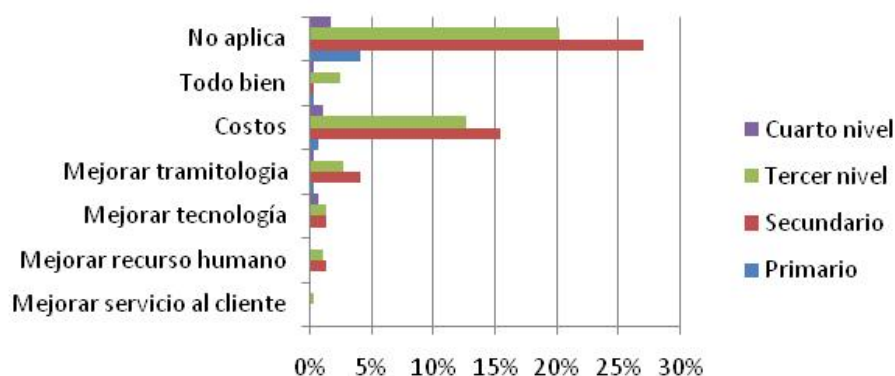
Tabla 41: Mejoras bancarias por nivel de instrucción

| Nivel de Instrucción | Tercera mejora bancaria | | | | | | | | | | | | | Total | Total | |
|----------------------|-----------------------------|------|------------------------|------|--------------------|------|----------------------|------|--------|-------|-----------|------|-----------|-------|-------|--------|
| | Mejorar servicio al cliente | | Mejorar recurso humano | | Mejorar tecnología | | Mejorar tramitología | | Costos | | Todo bien | | No aplica | | | |
| Primario | | | | | | | 1 | 0.3% | 2 | 0.7% | 1 | 0.3% | 12 | 4.1% | 16 | 5.5% |
| Secundario | | | 4 | 1.4% | 4 | 1.4% | 12 | 4.1% | 45 | 15.4% | 1 | 0.3% | 79 | 27.1% | 145 | 49.7% |
| Tercer nivel | 1 | 0.3% | 3 | 1.0% | 4 | 1.4% | 8 | 2.7% | 37 | 12.7% | 7 | 2.4% | 59 | 20.2% | 119 | 40.8% |
| Cuarto nivel | | | | | 2 | 0.7% | 1 | 0.3% | 3 | 1.0% | 1 | 0.3% | 5 | 1.7% | 12 | 4.1% |
| Total | 1 | 0.3% | 7 | 2.4% | 10 | 3.4% | 22 | 7.5% | 87 | 29.8% | 10 | 3.4% | 155 | 53.1% | 292 | 100.0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 69. Mejoras bancarias por nivel de instrucción



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

El 53.1% de los encuestados no opinaron sobre esta tercera mejora bancaria. El 29.8% sugiere mejoras en costos; el 3,4% opina que todo está bien.

Tabla 42: Razones para ser clientes en relación tiempo y servicios de calidad

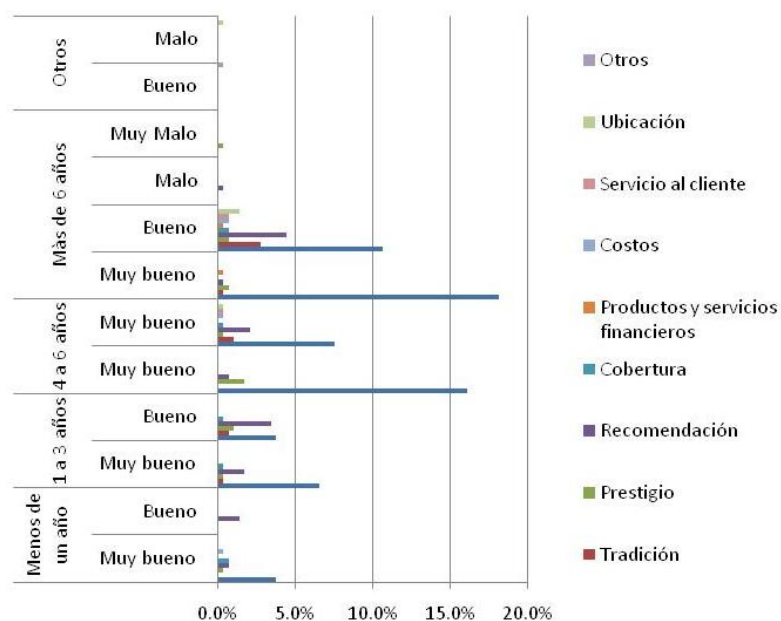
| Primera razón | Tiempo de ser cliente | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|-----------------------|-------|-------|------|------------------|-------|-------|------|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|
| | Menos de un año | | | | 1 a 3 años | | | | 4 a 6 años | | | | | | | | | |
| | Calidad servicio | | Total | | Calidad servicio | | Total | | Calidad servicio | | Total | | | | | | | |
| | Muybueno | Bueno | | | Muybueno | Bueno | | | Muybueno | Bueno | | | | | | | | |
| Solidez | 11 | 3.8% | | 11 | 3.8% | 19 | 6.5% | 11 | 3.8% | 30 | 10.3% | 47 | 16.1% | 22 | 7.5% | 69 | 23.6% | |
| Tradición | | | | | | 1 | 0.3% | 2 | 0.7% | 3 | 1.0% | 3 | 1.0% | | | 3 | 1.0% | |
| Prestigio | 1 | 0.3% | | 1 | 0.3% | 1 | 0.3% | 3 | 1.0% | 4 | 1.4% | 5 | 1.7% | 1 | 0.3% | 6 | 2.1% | |
| Recomendación | 2 | 0.7% | 4 | 1.4% | 6 | 2.1% | 5 | 1.7% | 10 | 3.4% | 15 | 5.1% | 2 | 0.7% | 6 | 2.1% | 8 | 2.7% |
| Cobertura | 2 | 0.7% | | 2 | 0.7% | 1 | 0.3% | 1 | 0.3% | 2 | 0.7% | | | 1 | 0.3% | 1 | 0.3% | |
| Productos y servicios financieros | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Costos | 1 | 0.3% | | 1 | 0.3% | | | | | | | | | 1 | 0.3% | 1 | 0.3% | |
| Servicio al cliente | | | | | | | | | | | | | | 1 | 0.3% | 1 | 0.3% | |
| Ubicación | | | | | | | | | | | | | | 1 | 0.3% | 1 | 0.3% | |
| Otros | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Total | 17 | 5.8% | 4 | 1.4% | 21 | 7.2% | 27 | 9.2% | 27 | 9.2% | 54 | 18.5% | 54 | 18.5% | 36 | 12.3% | 90 | 30.8% |

| Primera razón | Tiempo de ser cliente en el Banco | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|-------|------|----------|-------|------|-----------------------|------|-----|-------|-------|------|
| | Más de 6 años | | | | | | Otros | | | | | |
| | Calidad servicio ban1 | | | | Total | | Calidad servicio ban1 | | | | Total | |
| | Muybueno | Bueno | Malo | Muy Malo | | | Bueno | Malo | | | | |
| Solidez | 53 | 18.2% | 31 | 10.6% | | | | | 84 | 28.8% | | |
| Tradición | 1 | 0.3% | 8 | 2.7% | | | | | 9 | 3.1% | | |
| Prestigio | 2 | 0.7% | 2 | 0.7% | | | 1 | 0.3% | 5 | 1.7% | | |
| Recomendación | 1 | 0.3% | 13 | 4.5% | 1 | 0.3% | | | 15 | 5.1% | | |
| Cobertura | | | 2 | 0.7% | | | | | 2 | 0.7% | | |
| Productos y servicios financieros | 1 | 0.3% | 1 | 0.3% | | | | | 2 | 0.7% | | |
| Costos | | | 2 | 0.7% | | | | | 2 | 0.7% | | |
| Servicio al cliente | | | 2 | 0.7% | | | | | 2 | 0.7% | | |
| Ubicación | | | 4 | 1.4% | | | | | 4 | 1.4% | | |
| Otros | | | | | | | | | | | 1 | 0.3% |
| Total | 58 | 19.9% | 65 | 22.3% | 1 | 0.3% | 1 | 0.3% | 125 | 42.8% | 1 | 0.3% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 69. Razones para ser clientes en relación tiempo y servicios de calidad



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Los clientes que han estado hasta seis años utilizando los servicios, califican la calidad del servicio como muy bueno y bueno (18.5% muy bueno; el 12.3% bueno). Los que han permanecido más de 6 años como clientes; el 22.3% califican los servicios como “buenos” y un 0.3% califican como malo y muy malo los servicios.

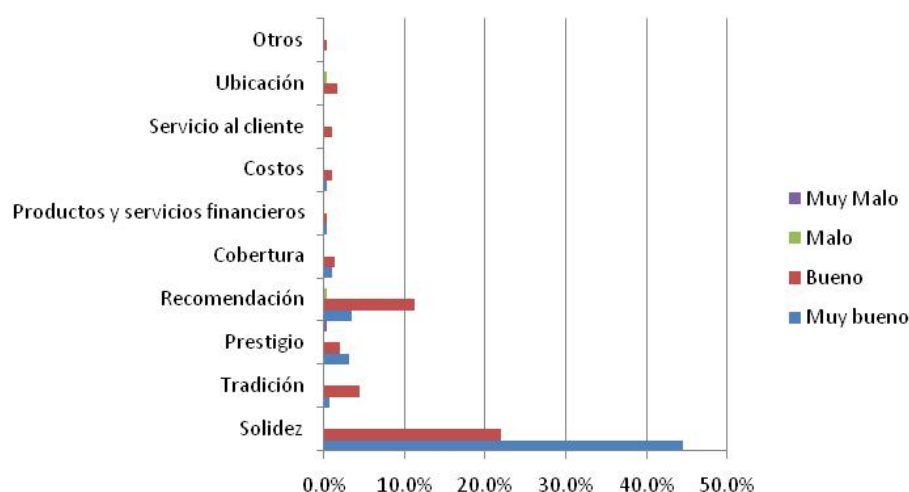
Tabla 43: Razón y calidad de servicios requeridas por el cliente

| Primera razón | Calidad servicio | | | | | | | | Total | |
|-----------------------------------|------------------|--------------|------------|--------------|----------|-------------|----------|-------------|------------|---------------|
| | Muy bueno | | Bueno | | Malo | | Muy Malo | | | |
| Solidez | 130 | 44.5% | 64 | 21.9% | | | | | 194 | 66.4% |
| Tradición | 2 | 0.7% | 13 | 4.5% | | | | | 15 | 5.1% |
| Prestigio | 9 | 3.1% | 6 | 2.1% | | | 1 | 0.3% | 16 | 5.5% |
| Recomendación | 10 | 3.4% | 33 | 11.3% | 1 | 0.3% | | | 44 | 15.1% |
| Cobertura | 3 | 1.0% | 4 | 1.4% | | | | | 7 | 2.4% |
| Productos y servicios financieros | 1 | 0.3% | 1 | 0.3% | | | | | 2 | 0.7% |
| Costos | 1 | 0.3% | 3 | 1.0% | | | | | 4 | 1.4% |
| Servicio al cliente | | | 3 | 1.0% | | | | | 3 | 1.0% |
| Ubicación | | | 5 | 1.7% | 1 | 0.3% | | | 6 | 2.1% |
| Otros | | | 1 | 0.3% | | | | | 1 | 0.3% |
| Total | 156 | 53.4% | 133 | 45.5% | 2 | 0.7% | 1 | 0.3% | 292 | 100.0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 70. Razón y calidad de servicios requeridas por el cliente



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

El 44,5% y el 21,9% de los encuestados valoran al banco por su solidez, dando una valorización de “muy bueno y bueno” respectivamente a la calidad de servicios brindados por el banco.

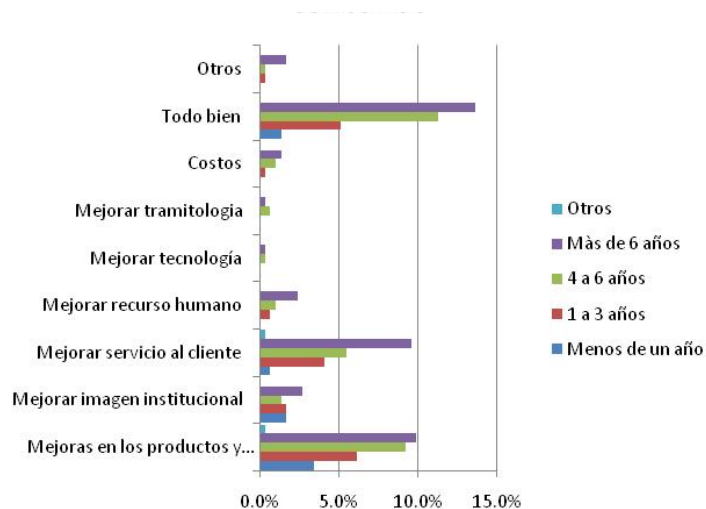
Tabla 44: Mejoras bancarias en relación al tiempo de permanencia

| Tiempo de servicio | Primera mejora bancaria | | | | | | | | | | | | | | | | Total | Total | | |
|--------------------|--|-------|------------------------------|------|-----------------------------|-------|------------------------|------|--------------------|------|----------------------|------|--------|------|-----------|-------|-------|-------|-------|--------|
| | Mejoras en los productos y ss. Financieros | | Mejorar imagen institucional | | Mejorar servicio al cliente | | Mejorar recurso humano | | Mejorar tecnología | | Mejorar tramitología | | Costos | | Todo bien | | | | Otros | |
| Menos de un año | 10 | 3.4% | 5 | 1.7% | 2 | 0.7% | | | | | | | | | 4 | 1.4% | | | 21 | 7.2% |
| 1 a 3 años | 18 | 6.2% | 5 | 1.7% | 12 | 4.1% | 2 | 0.7% | | | | | 1 | 0.3% | 15 | 5.1% | 1 | 0.3% | 54 | 18.5% |
| 4 a 6 años | 27 | 9.2% | 4 | 1.4% | 16 | 5.5% | 3 | 1.0% | 1 | 0.3% | 2 | 0.7% | 3 | 1.0% | 33 | 11.3% | 1 | 0.3% | 90 | 30.8% |
| Más de 6 años | 29 | 9.9% | 8 | 2.7% | 28 | 9.6% | 7 | 2.4% | 1 | 0.3% | 1 | 0.3% | 6 | 1.4% | 40 | 13.7% | 5 | 1.7% | 125 | 42.8% |
| Otros | 1 | 0.3% | | | 1 | 0.3% | | | | | | | | | | | | | 2 | 0.7% |
| Total | 85 | 29.1% | 22 | 7.5% | 59 | 20.2% | 12 | 4.1% | 2 | 0.7% | 3 | 1.0% | 10 | 2.7% | 92 | 31.5% | 7 | 2.4% | 292 | 100.0% |

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

Gráfico 71. Mejoras bancarias en relación al tiempo de permanencia



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Susana Andrango-Diana Aguirre

A partir de los 4 años de ser usuarios del banco, solicitan mejoras en los productos y servicios financieros, y mejoras en los servicios al cliente. Los que han permanecido más de seis años con un 9,9% y un 9,6% (porcentajes altos) solicitan mejoras en los productos y servicios y mejoras en servicios al cliente.

ANALISIS GENERAL DE LA INVESTIGACION REALIZADA

El levantamiento de la información tuvo una duración de 20 días laborables, el mismo que consistió en realizar 292 encuestas aplicadas a los clientes del Banco Internacional.

En el transcurso del levantamiento se presentaron varios inconvenientes entre los cuales podemos mencionar la falta de colaboración por parte de los funcionarios del banco mencionado, la desconfianza justificada de los clientes para dar la información, no poder concluir con las encuestas ya que no eran clientes del Banco entre otras.

Una etapa importante fue la asignación de códigos a las diferentes respuestas obtenidas en los formularios diligenciados, actividad que posteriormente serviría para la obtención estadísticas de diferente índole.

Una vez concluido el levantamiento se procedió a la validación de la información, en donde se detectaron varias inconsistencias de la información; procediendo posteriormente a depurar la base de datos levantada; para lo cual, se aprovechó las bondades del paquete estadístico SPSS.

Los resultados obtenidos en el estudio mencionado corroboran los datos existentes en la Superintendencia de Bancos, ya que se confirma que el Banco Internacional cuenta con un alto porcentaje de credibilidad y confianza por parte de sus clientes, quienes lo califican como muy buenos los servicios y productos financieros que brindan.

CONCLUSIONES:

- ✚ Una banca exitosa no se sustenta en mantener tasas de interés en niveles ínfimos, con los que no sea posible cubrir los costos financieros, por el contrario debe estar fundamentada en la prestación oportuna y eficiente de servicios financieros y no financieros, a la amplia gama de sectores que han sido tradicionalmente desatendidos, aportando de este modo a la creación de nuevos mercados o fortaleciendo los existentes.
- ✚ Cuando se consiga una mayor eficiencia en el proceso de intermediación financiera concluiríamos que más alta sería la tasa de crecimiento de la economía a largo plazo.
- ✚ La tendencia general de las instituciones financieras en la actualidad está dirigida al uso de la web 2.0, la cuál fue creada con la finalidad de aumentar la interactividad de las instituciones financieras con sus clientes y viceversa.
- ✚ El fin concreto de la banca pública es fomentar las inversiones y el desarrollo del país, enfocado a sectores estratégicos como el productivo, infraestructura y microempresa, a través de créditos que otorga cada una de las entidades.
- ✚ En el caso de la banca pública actualmente es más notable su desenvolvimiento dentro del sistema financiero, se incrementa el tipo de servicios que ofrece y promueve al consumo de los mismos a través de una mayor difusión dentro de la demanda existente en el mercado.
- ✚ En la plaza de Quito, la banca privada ofrece la más completa serie de productos y servicios financieros con o sin costos adicionales, pero facilitan tanto la gestión interna de las instituciones como la optimización del tiempo y la seguridad de los fondos de los clientes.
- ✚ El propósito del cooperativismo no se queda atrás, en ir de la mano con los servicios y productos que ofrece la banca privada, como variedad en las captaciones y la facilidad en la otorgación de créditos, la hacen aparecer dentro del mercado financiero como un pilar fundamental.

- ✚ El mutualismo a pesar de los años, se sigue manteniendo dentro del mercado financiero, haciéndose notar por su servicio en el tiempo y la confianza que brinda a sus clientes.
- ✚ De todos los encuestados se pudo obtener que el grupo de edad preponderante en los clientes del Banco Internacional es el grupo de 20 a 29 años. Analizando la situación laboral de los clientes se concluye que el sector que más acogida tiene es el sector privado con un 31,8%
- ✚ El Banco Internacional cuenta con el 86,3% de clientes que prefieren cuentas de ahorros. Se observa también que el principal servicio financiero requerido por los clientes son las tarjetas de débito (44,5%) y transferencias bancarias (28,1) entre otros.
- ✚ La mayor concentración de clientes del banco tienen un nivel académico secundario seguido por los clientes con un nivel académico de tercer nivel.
- ✚ Los clientes lo califican al banco la calidad de servicio prestado en un 53,4% como muy bueno.
- ✚ La razón más importante para mantenerse como cliente en este banco es la solidez que brinda, o porque alguien lo recomendó y por su prestigio; por lo que se demuestra que está instituciones financieras es de mayor aceptación a nivel nacional y sobre todo en el Distrito Metropolitano de Quito.
- ✚ El tiempo de permanencia como clientes en el Banco Internacional se concentra a partir de los 4 años en adelante; quienes prefieren utilizar los servicios financieros a través del teléfono.

RECOMENDACIONES

En base a los capítulos de esta tesis, analizados a lo largo del desarrollo del estudio de investigación, se puede destacar como puntos importantes las siguientes recomendaciones:

- ✚ Utilizar el canal tecnológico, como la mayor herramienta de publicidad, optimización de tiempo y seguridad es una estrategia eficiente, sin embargo se debe considerar que no todos los grupos de edad, situación económica o laboral, pueden acceder a este medio por una gran cantidad de razones sociales, por lo que el Banco Internacional como política de desarrollo y crecimiento debería buscar otras formas publicitarias y canales para lograr llegar a todo tipo de clientes, a través de mayor información para cubrir con las necesidades de sus clientes actuales y posibles clientes, logrando así ofertar productos y servicios que cubrirían las necesidades.

- ✚ Mejorar la calidad del servicio interpersonal en ventanilla, para lo que se debe contar con talento humano competitivo, para lo cual el mismo Banco debe ser el encargado de capacitar a sus funcionarios y en un número suficiente de tal manera que cubra toda necesidad con celeridad y eficiencia, logrando así que la gente no se aglomere en el Banco y se pueda solventar las necesidades tanto del banco como del cliente, siendo así totalmente eficiente.

- ✚ Deber del Banco es lograr mantener un ambiente de confianza, responsabilidad y servicio al cliente, para que de esta manera se logre tanto para el personal del Banco Internacional como para que sus clientes se sientan parte importante del desarrollo de la institución, contando siempre con una retroalimentación en base a sus productos, servicios y atención de parte de los clientes para que el Banco pueda mejorar y así superar el buen servicio brindado hasta hoy, y así tenga muchos más clientes satisfechos.

- ✚ Obligación del Banco Internacional es desarrollar constantemente nuevos productos financieros, además de mejorar los actuales, con el objetivo principal de incentivar a los clientes a mantener una cultura de ahorro, de pago a tiempo de sus obligaciones, con un conocimiento general sobre el movimiento del

mercado financiero a nivel nacional y las políticas financieras aplicadas por el Banco a favor de los mismos.

- ✚ Fomentar el desarrollo a través de la entrega de créditos a pequeñas y medianas empresas, concientizando en el valor del dinero y la forma en que se debe utilizar para el crecimiento y desarrollo de la empresa en cualquier rama a la que se dedique o campo en el que se desarrolle el negocio.

- ✚ Fomentar la comunicación por parte del Banco Internacional, sus personeros y sus clientes en todo lo requerido o en todo servicio brindado por el Banco con el fin de lograr una inter-relación armónica y correcta hasta tener una comunicación exitosa.

BIBLIOGRAFIA

- Sabino Ayala Villegas, 07-2005, Análisis Financiero
- <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/86/6/CAPITULO%20I.pdf>
- Universidad Nacional de Loja, Carrera de contabilidad y auditoría, módulo 5, El Sistema Contable de Instituciones Financieras
- Luis Alberto, CHIRIBOGA ROSALES, 2007, “*Sistema Financiero*”, primera edición, Quito Ecuador
- Márquez, Fidel, 25 abril 2011, Boletín Informativo de la Agencia de noticias del Ecuador y Suramérica, Analista Económico y catedrático Universitario.
- Ortega Iván Abel, www.mosaic.uoc.edu, Efectos de la importancia de la web 2.0
- www.sbs.gob.ec
- www.bce.fin.ec
- www.asobancos.org.ec
- www.spss.com, guía breve de SPSS.
- http://avanzada.idict.cu/Apa_Edicion5.pdf

ANEXOS

Parrilla de Tabulación de datos (según detalle adjunto)

¡Error! Vínculo no válido.