



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

ESCUELA EN BANCA Y FINANZAS

Modalidad abierta y a distancia

“Preferencias en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones del sistema financiero regulado ecuatoriano. Año 2011”. Plaza Guayaquil.

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

Autoras:

Carrión Cueva Katy Lucrecia

Sánchez Condolo Maricela Noemi

Director tesis:

Econ. Armijos Valdivieso Pablo Ramiro

Loja - Ecuador

2012

CERTIFICACIÓN

Econ. Pablo Ramiro Armijos Valdivieso

DIRECTOR DE LA ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS

C E R T I F I C A:

Que el presente trabajo realizado por las estudiantes Katy Lucrecia Carrión Cueva y Maricela Noemi Sánchez Condolo, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

Loja, mayo del 2012

f)

CESIÓN DE DERECHOS

Nosotras, Katy Lucrecia Carrión Cueva y Maricela Noemi Sánchez Condolo declaramos ser autoras del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

.....
Maricela Noemi Sánchez Condolo

.....
Katy Lucrecia Carrión Cueva

AUTORÍA

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

.....
Katy Carrión
CI 1104010325

.....
Maricela Sánchez
CI 1104141583

DEDICATORIA

Esta tesis es el resultado del estudio y trabajo de mi parte y de mi familia, es por ello que dedico este trabajo, a mis padres Salvador y Lucrecia, a mi esposo Vicente y a mi hija Erika quienes indudablemente fueron mi apoyo incondicional para llevar a cabo un gran logro más en mi vida personal y profesional.

Katy Carrión

Con mucho cariño dedico este trabajo a mis padres Juan y Sara, que han sido un pilar fundamental en mi vida, y con su apoyo económico y moral han cultivado en mí, el deseo de superación personal y profesional... a mis hijas Jennyfer y Viviana quienes han sido el combustible que mueve el motor de mi vida para ascender un eslabón más en la cima del éxito.

Maricela Sánchez

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica Particular de Loja por permitirnos realizar nuestros estudios profesionales, a través de la Educación a Distancia.

De manera especial, nuestro sincero agradecimiento al Econ. Pablo Ramiro Armijos Valdivieso, Director del proyecto de tesis, por haber guiado y orientado acertadamente nuestra práctica profesional.

Finalmente agradecemos a todas las personas que de una u otra manera colaboraron con nosotras hasta la culminación de nuestro trabajo investigativo.

Las autoras

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN	ii
CESIÓN DE DERECHOS	iii
AUTORÍA	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE	vii
RESUMEN EJECUTIVO	ix
Introducción.....	x
CAPITULO I. El Sistema Financiero. Breve descripción y caracterización	
Introducción	1
1.1. Ley general de instituciones financieras	2
1.1.1. Definición	2
1.1.2. Órganos rectores del sistema financiero	5
1.1.3. Alcance y regulaciones	7
1.2. Estructura sistema financiero ecuatoriano.....	8
1.2.1. Banca Privada.....	10
1.2.1.1. Definiciones básicas	10
1.2.1.2. Caracterización de la banca ecuatoriana	10
1.2.1.3. Productos y servicios financieros.....	12
1.2.2. Cooperativismo	13
1.2.2.1. Definiciones básicas	13
1.2.2.2. Cooperativismo en el Ecuador	14
1.2.2.3. Productos y servicios	16
1.2.3. El Mutualismo.....	16
1.2.3.1. Definiciones básicas	16
1.2.3.2. El Mutualismo en el Ecuador.....	17
1.2.3.3. Productos y servicios	19
1.2.4. La Banca Pública	20
1.2.4.1. Definiciones básicas	20
1.2.4.2. La banca pública en el Ecuador	21
1.2.4.3. Productos y servicios	22
1.3. Tendencias actuales de productos y servicios financieros.....	23
1.3.1. La importancia de la web 2.0 y la tecnología en los productos y servicios financieros	23

1.3.2. Canales de provisión de servicios financieros	24
1.3.3. Los retos futuros de los productos y servicios financieros en el Ecuador.....	26
CAPITULO II: Análisis situacional del sistema financiero ecuatoriano. Una perspectiva desde la oferta	
Introducción.....	29
2.1 El sistema financiero local	29
2.2 Evolutivo de captaciones	30
2.2.1 Por tipo de depósito	30
2.2.2 Por subsistema	32
2.3 Evolutivo de colocaciones	33
2.3.1 Por tipo de cartera	34
2.3.2 Por subsistema	35
2.4 Productos y servicios financieros. Tipos y costos.....	37
2.4.1 Tipos de productos y servicios.....	37
2.4.2 Costos de los productos y servicios.....	39
CAPITULO III. Acceso y preferencia de productos y servicios financieros. Una perspectiva desde la demanda	
Introducción	44
3.1 Estudio comparativo entre las IFIS.....	44
3.1.1 Factores que influyen en la preferencia de productos y servicios financieros	49
3.1.2 Perfil del cliente.....	50
3.1.3 Estudio comparativo entre productos y servicios	59
3.2 La comunicación con el cliente y servicio al cliente.....	70
3.2.1 Comunicación con el cliente	70
3.2.2 Servicio al cliente	75
3.3 Resultados de la Sociedad Financiera Consulcrédito	82
3.4 Resultados de las Cooperativas.....	92
3.5 Resultados de la Banca Publica.....	100
CONCLUSIONES	105
RECOMENDACIONES	108
BIBLIOGRAFÍA	110
ANEXOS	111

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación inicia con la revisión de la normativa legal bajo la cual operan las instituciones financieras, su estructura así como los productos y servicios que el sistema financiero Ecuatoriano ofrece a los clientes.

Se sustenta en un análisis de la evolución del sistema financiero de la plaza de Guayaquil, evolución de sus captaciones y colocaciones en los periodos comprendidos entre el 2008-2010; análisis de los productos, servicios y costos que se ofrecen en las instituciones del Banco del Pacífico, Banco General Rumiñahui y la Sociedad Financiera Consulcrédito, para finalmente en el tercer capítulo analizar detenidamente los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas, a los clientes de estas instituciones en lo que tiene que ver con las perspectivas de demanda de los clientes, los productos y servicios de su preferencia y la atención al cliente en cada una de las entidades financieras, con lo que finalmente se obtiene las conclusiones y recomendaciones.

INTRODUCCIÓN

Actualmente tener acceso a los productos y servicios financieros equivale a formar parte de la actividad económica formal, ampliando la posibilidad para los individuos de desarrollar proyectos personales, profesionales y comerciales, constituyéndose en un elemento esencial para su integración económica y social, de tal forma que las instituciones financieras, vienen planteando y desarrollando iniciativas que buscan profundizar el acceso de la población a los productos y servicios financieros ofrecidos por cada entidad.

La Universidad Técnica Particular de Loja a través de la Escuela de Banca y Finanzas, interesada en generar investigaciones que permitan acercar a la academia con la sociedad y generar propuestas que mejoran la brecha entre la población que tiene acceso a los productos y servicios financieros y a quienes aún no los tienen, como instrumento de desarrollo económico y social, pone a consideración el proyecto: “Preferencias en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones del sistema financiero regulado Ecuatoriano. Año 2010”; esta investigación será desarrollada en la ciudad de Guayaquil.

Este proyecto de investigación, tiene como objetivo conocer el grado de preferencia en el uso de productos y servicios que ofrecen las entidades del sistema financiero regulado en la plaza de la ciudad de Guayaquil.

Se plantea tres capítulos que permitirán desarrollar dicha investigación; en el primer capítulo se hace referencia a la estructura del sistema financiero, el cual es considerado como uno de los factores más importantes dentro de la economía, ya que permite canalizar el ahorro hacia la inversión, jugando un papel trascendental en la vida económica y productiva del mismo, convirtiéndose 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, dichos aspectos son importantes conocer para el desarrollo del proyecto, de manera que se los pueda aplicar correctamente.

En el segundo capítulo, se realiza un análisis por plaza y por subsistema de las captaciones y colocaciones aplicadas en el sistema financiero de la ciudad de Guayaquil, mediante lo cual se determinó cual es la participación de cada institución, lo que nos permite tener una perspectiva desde la oferta del manejo financiero de la plaza.

En el tercer capítulo, se desarrolla el análisis de la plaza, mediante la cual podemos conocer cual es el acceso que tienen los clientes en el sistema financiero local, así como sus preferencias al momento de escoger un producto y servicio financiero; este análisis permitirá evidenciar que aceptación tienen las instituciones en la plaza, así mismo conocer que productos y servicios deben ser potenciados por parte de las instituciones financieras, de tal forma que se pueda asegurar un servicio eficiente y oportuno a los clientes.

Los beneficios de acceso a los servicios financieros son conocidos por la sociedad desde hace mucho tiempo, por lo tanto el desarrollo de la presente tesis se orienta en conocer la importancia que tiene un sistema financiero accesible al desarrollo económico y social, ya que no solamente se debe canalizar de manera eficiente los recursos (el ahorro) hacia proyectos de mejor relación riesgo-retorno, sino que además se debe impulsar la formalización de las economías a nivel individual; tener acceso a los servicios financieros significa ampliar las posibilidades de contar con las necesidades básicas satisfechas (educación, trabajo, entre otras), de tal forma que una vez que éstas necesidades estén realmente satisfechas, poder ampliar la frontera hacia el emprendimiento y la innovación.

CAPITULO

I.

EL SISTEMA FINANCIERO

CAPITULO I: El Sistema Financiero. Breve descripción y caracterización.

INTRODUCCIÓN

El siglo XX traía una banca nacional en una etapa media de crecimiento, sin embargo al fin de este siglo, la banca nacional se encuentra técnicamente quebrada. En este momento varias instituciones financieras, entre Bancos y sociedades financieras han sufrido una quiebra, se hallan en saneamiento o reestructuración (status jurídico creado por la Ley de Reordenamiento en Materia Económica en el Área Tributario Financiero del 1 de diciembre de 1998), que en la actualidad ya no rige. Dichas instituciones en su mayoría se hallan cerradas por causa de una mala o dolosa administración.

Con estas circunstancias se promulga la Ley General de Bancos, la cual tuvo grandes logros, y rigió nuestra vida financiera desde 1974 hasta 1994 en que fue derogada. Durante los años noventa, se consideró que la ley no precautelaba los intereses de determinados sectores, y se requería para actualizarla una tendencia de globalización y economía internacional. Estas tendencias hubieran sido efectivas si al reformarse, se moderniza la estructura del sistema gubernamental del Estado y su facultad controladora.

Muchos consideran que la crisis bancaria se inicia desde la promulgación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, pues con ella se dejó abierta la puerta al poco control por parte de la Superintendencia de Bancos, y a las malas administraciones de los bancos.

Una de las causas principales de la crisis bancaria, es la falta de Control de parte de la Superintendencia de Bancos, para el otorgamiento de créditos vinculados y especialmente a compañías fantasmas que resultaron ser propiedad de los mismos banqueros o de sus familiares, perjudicando con ello a miles de depositantes, que confiaron en la banca. Se dice que la razón del cometimiento de los actos no deriva de la ley, sino de quienes la deben cumplir, es decir, que es la calidad moral, la falta de principios de quienes administraban los bancos, o de los que administran el Poder y el Control, lo que permite la crisis. Sin embargo, la ley abrió que muchos

busquen las vías de transgredirla, por ello lo mejor hubiera sido mantener las prohibiciones de la extinta Ley General de Bancos.

Si bien la crisis llevó a la desaparición de nuestra moneda, el Sucre, dando paso a la dolarización la cual debe tomarse no como la panacea o el remedio al desastre, ya que los sistemas monetarios y cambiarios no son soluciones a los problemas de la sociedad. Es un chance para mejorar el sistema.

Es importante rescatar principios éticos y morales imprescindibles para un banquero, por cuanto administra dinero de terceros, así como establecer normas jurídicas estructurales que permitan un acertado funcionamiento y gestión de los principales órganos de control y de cada uno de los funcionarios, quienes deben ser capacitados y examinados en forma constante para evitar la corrupción en el sistema financiero.¹

1.1. LEY GENERAL DE INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO

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

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

¹ Roberto Manosalvas Saavedra.- El sistema financiero ecuatoriano

Las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda, las cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público, así como las instituciones de servicios financieros, entendiéndose por éstas a los almacenes generales de depósito, compañías de arrendamiento mercantil, compañías emisoras o administradoras de tarjetas de crédito, casas de cambio, corporaciones de garantía, corporaciones de desarrollo de mercado secundario de hipotecas, que deberán tener como objeto social exclusivo la realización de esas actividades, quedarán sometidas a la aplicación de normas de solvencia y prudencia financiera y al control que realizará la Superintendencia dentro del marco legal que regula a dichas instituciones, en base a las normas que expida para el efecto.

Las instituciones de servicios auxiliares del sistema financiero, tales como: transporte de especies monetarias y de valores, servicios de cobranza, cajeros automáticos, servicios contables y de computación, fomento a las exportaciones e inmobiliarias propietarias de bienes destinados exclusivamente a uso de oficinas de una sociedad controladora o institución financiera; y, otras que fuesen calificadas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, en la órbita de su competencia, sin perjuicio del control que corresponde a la Superintendencia de Compañías, serán vigiladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, en la órbita de su competencia, y ésta dictará normas de carácter general aplicables a este tipo de instituciones.

La sociedad controladora y las instituciones financieras integrantes de un grupo financiero, serán controladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, en la órbita de su competencia. Formarán parte de un grupo financiero únicamente las instituciones financieras privadas, incluyendo las subsidiarias o afiliadas del exterior, las de servicios financieros, de servicios auxiliares del sistema financiero que regula esta ley, así como las casas de valores y las compañías administradoras de fondos. La sociedad controladora de un grupo financiero y las instituciones financieras se someterán al cumplimiento de las normas de la Ley de Mercado de Valores, en lo referente al registro y a la oferta pública de valores, pero su control y supervisión será ejercido exclusivamente por la Superintendencia de Bancos y Seguros, en la órbita de su competencia.

Las corporaciones de desarrollo de mercado secundario de hipotecas, son las únicas autorizadas por esta ley para actuar como fiduciarias en procesos de titularización que efectúen en el cumplimiento de sus fines. Estas corporaciones tendrán como fin básico, en el cumplimiento de su objeto social relativo al ámbito hipotecario, el desarrollo de mecanismos tendientes a movilizar recursos en favor del sector de vivienda e infraestructura relacionada.

Las corporaciones de desarrollo de mercado secundario de hipotecas podrán emprender en procesos de titularización tanto de cartera hipotecaria propia como de cartera hipotecaria de terceros, actuando para ello en ambos casos con la triple calidad de originador, fiduciario y colocador a través de intermediarios de valores autorizados. Al efecto, le corresponde a la Superintendencia de Bancos y Seguros, en la órbita de su competencia, emitir las correspondientes normas que regulen los procesos en referencia. Estos procesos se sujetarán a las normas de la Ley de Mercado de Valores en lo que les fueren aplicables; y, los valores producto de los mismos serán objeto de oferta pública.

En el artículo dos.- Para los propósitos de esta ley, son instituciones financieras privadas los bancos, las sociedades financieras o corporaciones de inversión y desarrollo, las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda y las cooperativas de ahorro y crédito 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 el 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.

Las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda son instituciones cuya actividad principal es la captación de recursos del público para destinarlos al financiamiento de la vivienda, la construcción y al bienestar familiar de sus asociados, que deberá evidenciarse en la composición de sus activos.

Las sociedades financieras o corporaciones de inversión y desarrollo no podrán realizar las captaciones previstas en la letra a) ni las operaciones contenidas en la letra g) del artículo 51 de esta ley.

Las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda y las cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público, no podrán efectuar las siguientes operaciones:

- a) Las mencionadas en las letras j), m), t) y v) del artículo 51 de esta ley; y,
- b) Las cooperativas de ahorro y crédito, que realizan intermediación con el público, quedan prohibidas de realizar las operaciones constantes en las letras i) y q) del artículo 51 de esta ley.²

1.1.2 ÓRGANOS RECTORES DEL SISTEMA FINANCIERO.

Se encargan de la supervisión y regulación de las entidades que forman parte del sistema financiero, de propiciar su sano desarrollo y de proteger a los usuarios de productos y servicios financieros. Dentro de los órganos rectores, tenemos los siguientes:

- ✚ Directorio del Banco Central del Ecuador (BCE).
- ✚ Banco Central del Ecuador.
- ✚ Junta Bancaria.
- ✚ Superintendencia de Bancos y Seguros.

Directorio del Banco Central del Ecuador (BCE).

Es un organismo autónomo creado bajo el amparo de la ley de régimen monetario para dirigir la política monetaria, crediticia, cambiaria y financiera del país, y se encuentra conformado por los siguientes miembros:

- ✚ EL ministro de Economía y Finanzas.
- ✚ Un delegado del Presidente de la República.
- ✚ El Director del Banco Central.

Banco Central del Ecuador.

Es una de las entidades autónomas de derecho público, es decir esta manejada y supervisada por el Estado, de duración indefinida y con patrimonio propio, entre sus funciones principales se encuentran las siguientes:

² Corporación de Estudios y publicaciones.- Ley General de Instituciones Financieras

- ✚ Establecer, controlar y aplicar políticas monetarias para la circulación de la moneda dentro de nuestro país.
- ✚ Establecer y aplicar políticas financieras, crediticia, y cambiaria del Estado.
- ✚ Otorgar créditos a las instituciones financieras privadas en casos especiales.
- ✚ Mantener el encaje bancario y excedentes de dicho sistema.
- ✚ Reponer monedas y billetes que no pueden ser utilizados.
- ✚ Permitir el intercambio de cheques de las diferentes instituciones a través de la cámara de compensación.
- ✚ Proveer de dinero al sistema financiero.
- ✚ Manejar la Cámara de compensación.

Junta Bancaria.

Es aquel organismo que se encuentra bajo el control de la Superintendencia de Bancos, está formada por el superintendente de Bancos y cuatro miembros adicionales, es la encargada de dictar las Leyes, Resoluciones y Regulaciones que permiten un correcto funcionamiento y desarrollo de este sistema tan importante de la economía, entre sus funciones principales están las siguientes:

- ✚ Elaborar la política de control y supervisión, misma que debe ser adoptada y ejecutada por parte de la Superintendencia de Bancos.
- ✚ Permitir la práctica de operaciones y servicios que no se muestran en la ley que rige las actividades, siempre y cuando estén relacionadas a las diferentes acciones que realicen las instituciones.
- ✚ Establece el plazo del representante legal teniendo en cuenta los plazos mínimos legales que se encuentran establecidos.

Superintendencia de Bancos y Seguros.

La Superintendencia de Bancos y Seguros es un organismo técnico, con autonomía administrativa, económica y financiera, cuyo objetivo principal es vigilar y controlar con transparencia y eficacia a las instituciones de los sistemas financiero, de seguro privado y de seguridad social, a fin de que las actividades económicas y los servicios que prestan se sujeten a la ley y atiendan al interés general. Asimismo, busca contribuir a la profundización del mercado a través del

acceso de los usuarios a los servicios financieros, como aporte al desarrollo económico y social del país, sus principales funciones son las siguientes:

- ✚ Velar por el funcionamiento correcto de todas las instituciones financieras que se encuentran bajo las normativas y control de esta entidad.
- ✚ Realizar inspecciones periódicas a las instituciones, con la finalidad de analizar la situación económica y verificar si está funcionando de acuerdo a lo establecido.
- ✚ Controlar que actividades realizadas por la institución para su beneficio se ajusten a las normas vigentes y a la realidad jurídica y económica.
- ✚ Verificar que se cumplan con todas las normas establecidas, y en caso de que esté incumpliendo sancionar a los responsables.
- ✚ Permitir el acceso a la central de riesgos, de tal forma que permitan contar con información consolidada de los principales deudores que tiene créditos dentro de las diferentes instituciones.
- ✚ Imponer sanciones a aquellas instituciones que se encuentren incumpliendo las disposiciones que las norman, y de igual manera a todos los que se encuentren involucrados de una u otra manera.
- ✚ Buscar que todas las instituciones financieras bajo su control acojan todas y cada una de las normativas establecidas.

1.1.3 ALCANCE Y REGULACIONES.

Las Entidades financieras privadas están reguladas de conformidad en lo establecido en los Artículos 1 y 2 de la Ley de Instituciones del Sistema Financiero Ecuatoriano. El primero se refiere a que esta ley textualmente regula la creación, organización, actividades, funcionamiento y extinción de las instituciones del sistema financiero privado, así como las organizaciones y funciones de la Superintendencia de Bancos y Seguros, entidad encargada de control y supervisión de las entidades financieras privadas.

Las instituciones financieras públicas, únicamente se someten a esta ley, en lo relacionado a las normas de solvencia y prudencia financiera y al control y vigilancia que realizara la Superintendencia de Bancos y Seguros dentro del marco legal que regula a estas instituciones en todo cuanto fuere aplicable según su naturaleza jurídica.

Las instituciones financieras públicas se rigen por esta ley, y están sometidas a la aplicación de normas de solvencia y prudencia financiera por parte de la Superintendencia de Bancos dentro del marco legal que regula a dichas actividades en base a las normas que expida para el efecto, las siguientes entidades: asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda, las viviendas, las cooperativas de ahorro y crédito, que realizan intermediación financiera con el público, instituciones de servicios financieros, tales como: almacenes generales de depósito, compañías de arrendamiento mercantil, compañía emisoras o administradoras de tarjetas de crédito, casas de cambio, corporaciones de garantía y retrogarantía y corporaciones de desarrollo de mercado secundario de hipotecas.

1.2 ESTRUCTURA DEL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO

Los bancos y las sociedades financieras o corporaciones de inversión y desarrollo se caracterizan principalmente por ser intermediarios en el mercado financiero, en el 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.

En el Ecuador existen las siguientes instituciones:

Autoridades Monetarias

- Banco Central del Ecuador
- Superintendencia de Bancos
- Junta Bancaria

Instituciones Financieras Públicas

- Corporación Financiera Nacional
- Banco Ecuatoriano de la Vivienda
- Banco Nacional de Fomento
- Banco del estado
- Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas

Instituciones Financieras Privadas

- Bancos Privados
- Sociedades Financieras
- Asociaciones Mutualistas de Ahorro y Crédito para la vivienda

- Cooperativas de Ahorro y Crédito que realizan intermediación Financiera con el público

Instituciones de Servicios Financieros

- Almacenes Generales de Depósitos
- Compañías de Arrendamiento Mercantil
- Compañías emisoras o administradoras de tarjetas de crédito
- Casas de cambio
- Corporaciones de Garantía y Retro garantía
- Compañías de Titularización

Instituciones de Servicios Auxiliares del Sistema Financiero

- Transporte de especies monetarias y valores
- Servicios de Cobranza
- Cajeros
- Cajeros automáticos
- Servicios contables
- Servicios de computación
- De fomento a las exportaciones

1.2.1. Organigrama de la estructura del sistema financiero ecuatoriano



FUENTE: Materia de octavo ciclo. Eco. Cesar Vásquez

ELABORACIÓN: Las autoras

1.2.1 BANCA PRIVADA

1.2.1.1 DEFINICIÓN BÁSICA

La **banca privada** es la actividad de gestionar el dinero de clientes privados. Conjunto de entidades financieras en las que el control accionario y de la gestión está en manos de personas físicas o jurídicas pertenecientes al sector privado de la economía.

Son aquellos que conforman el subconjunto más importante del sistema financiero privado nacional, estas instituciones están encargadas de captar recursos de capital de un sector que tiene déficit, para luego transferirlo a un sector productivo, es decir transfieren valores que han sido depositados por personas que no lo necesitan por el momento, a otra parte de la sociedad que necesita de esos recursos económicos para iniciar una actividad económicamente productiva, de acuerdo al art. 51 de la ley de Instituciones del Sistema Financiero puede efectuar operaciones tales como captaciones, depósitos a la vista, depósitos a plazo, emisión de títulos valores, recepción de préstamos y aceptación de créditos de instituciones de financieras del país y del exterior.³

1.2.1.2 CARACTERIZACIÓN DE LA BANCA PRIVADA

La banca privada en Ecuador es una de los pilares más importantes en el desarrollo y progreso económico del país a nivel nacional. En la actualidad los bancos constituyen más del 60% del sistema financiero. La banca privada en el Ecuador en la actualidad abarca una cobertura nacional ya que se encuentra presente en todo el territorio ecuatoriano ⁴

Según el artículo 2 de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero Ecuatoriano, promulgada el 12 de mayo de 1904, los Bancos son "Instituciones Financieras que se caracterizan principalmente por ser intermediarios en el mercado financiero, en el cual actúan de manera habitual, captando recursos del público para obtener fondos a través de depósitos o

³CHIRIBOGA ROSALES, Luis Alberto "*Sistema Financiero*", primera edición, año 2007, Quito - Ecuador

⁴ Néstor Vega Moreno.- Panorama de la situación económica del Ecuador

cualquier otra forma de captación, con el objeto de utilizar los recursos así obtenidos, total o parcialmente en operaciones de créditos e inversiones”.

La función de la Banca Privada es la de ofrecer un servicio técnico encaminado a satisfacer necesidades colectivas, básicas o fundamentales, mediante prestaciones.

Los objetivos básicos de la Banca Privada, son la captación de recursos y su colocación en la cartera de créditos, que les permita obtener un margen financiero por su intermediación. Los Bancos deben pagar una tasa de interés pasiva a todos sus depositantes y entregar un dividendo anual a sus accionistas. Estos recursos se generarán por los intereses y comisiones de las operaciones activas que constituyen los préstamos en la cartera de crédito y las operaciones contingentes.

Estadísticas

El año 2010 para la economía ecuatoriana, al igual que ha ocurrido con la economía mundial, ha sido un año de recuperación económica en comparación a lo vivido en el año 2009, en donde la economía Ecuatoriana vio disminuir su crecimiento a consecuencia de la crisis económica internacional que evidenció sus efectos tanto en el sector financiero como en el sector real. La tasa de interés activa varió de 10.72% en diciembre de 2007 a 9.14% en diciembre de 2008, 9.19% en diciembre de 2009, y se ubicó en 8.68 % en diciembre de 2010. Por otro lado, la tasa de interés pasiva pasó de 5.64% en diciembre de 2007, a 5.09% en diciembre de 2008, 5.24% en diciembre de 2009 y se ubicó en 4.28% en diciembre de 2010.

El nivel de activos del sistema de bancos privados en Ecuador mostró un considerable crecimiento del 17.52% con respecto al año 2009, lo cual evidencia la recuperación del sector, ya que el crecimiento de los activos se sustenta principalmente en su cartera de créditos y también en las inversiones del sector.

La cartera de créditos del sistema de bancos privados ascendió a \$10,717.68 millones a diciembre de 2010, mostrando un crecimiento del 21.14% en

relación al año 2009, evidenciando de esta manera la reactivación del ritmo de las colocaciones del sector a medida que la crisis financiera de 2009 se ha ido superando. Por otro lado, las inversiones crecieron un 22.25% ya que a diciembre de 2010 ascendieron a 2,625.86 millones.

Los índices de rentabilidad del sistema muestran una mejora motivada principalmente por el incremento de las utilidades generadas por el sistema; es así que el índice de rentabilidad sobre el patrimonio ROE a diciembre de 2010 es de 14.31%, ligeramente superior al registrado en diciembre de 2009 que fue 13.14%, mientras que la rentabilidad sobre el activo determinó la generación de un índice equivalente a 1.27% en diciembre de 2010.

1.2.1.3. PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS.

De acuerdo al artículo 51 de la ley de Instituciones del Sistema Financiero, pueden efectuar operaciones tales como:

➤ **Captaciones:**

- Depósitos a la vista,
- Depósitos a plazo,
- Emisión de títulos valores,
- Recepción de préstamos y
- Aceptaciones de créditos de instituciones financieras del país y del exterior, Nuevas formas de captación;

➤ **Colocaciones:**

- Inversiones en títulos y valores,
- Créditos,
- Arrendamiento mercantil,
- Fiducia mercantil,
- Emisión u operador de tarjetas de crédito,
- Compra de cartera,
- Aceptaciones bancarias
- Aavales, fianzas, cartas de crédito, etc.

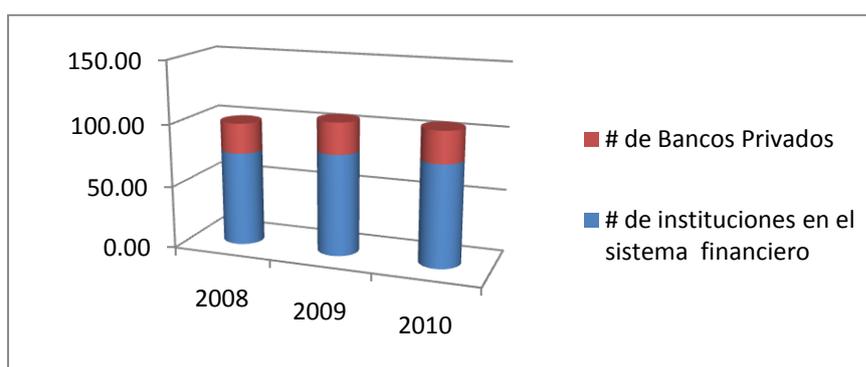
CUADRO 1

Evolución de la Banca Privada del Ecuador

INDICADOR	2008	2009	2010
No. de instituciones en el sistema financiero	75	81	81
No. de Bancos Privados	24	25	25

Fuente: Asociación de los bancos privados del Ecuador.

Elaboración: Las Autoras



Fuente: Asociación de los bancos privados del Ecuador.

Elaboración: Las Autoras

1.2.1 EL COOPERATIVISMO

1.2.1.1 DEFINICIONES BÁSICAS

Las cooperativas de ahorro y crédito son sociedades financieras de derecho privado formadas por personas naturales y jurídicas que sin perseguir finalidades de lucro tiene por objeto planificar y realizar actividades de trabajo en beneficio social o colectivo.⁵

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito son aquellas que tienen por objeto fundamental fomentar el ahorro y otorgar préstamos a sus asociados con los recursos aportados por los mismos, a un interés muy bajo, con el fin de eliminar los altos costos que representan los créditos otorgados por los bancos comerciales.

⁵CHIRIBOGA ROSALES, Luis Alberto "Sistema Financiero", primera edición, año 2007, Quito - Ecuador

Sin embargo, las Cooperativas de Ahorro y Crédito, podrán ser entes de ejecución del sistema micro financiero, de conformidad con lo establecido en el artículo 4 de la Ley de Creación, Estímulo, Promoción y Desarrollo del Sistema Micro financiero, para prestar los servicios previstos en la citada Ley.

1.2.2.2. COOPERATIVISMO EN EL ECUADOR.

Hoy es irrefutable, que el cooperativismo y en general el asociativismo, es el movimiento socioeconómico más grande de la humanidad; por ende, la economía solidaria es el sistema económico, social, político y cultural, que ha permitido ascender el nivel de vida de las personas fundamentalmente de clase media y baja, implementando en ellos valores y principios de solidaridad, equidad y justicia.

Las cooperativas, son sociedades de derecho privado, formadas por personas naturales o personas jurídicas que sin perseguir finalidad de lucro, realizan actividades o trabajo de beneficio social o colectivo.

La importancia de las cooperativas radica en que permite a las organizaciones perfeccionarse hasta llegar a constituir una cooperación, para crear asociaciones de personas que unen sus recursos individuales para satisfacer necesidades comunes a ellas; así por ejemplo, si los intermediarios encarecen los artículos de consumo, varias personas se asocian cooperativamente, instalan un almacén y adquieren esos mismos artículos a mejor precio y en condiciones de calidad más satisfactorias, creando precisamente lo que se conoce como cooperativa de consumo.

Su conformación jurídica de acuerdo a la Ley de Cooperativas, está dada en cuatro grandes grupos: de producción, de consumo, de crédito y de servicio. Las Cooperativas de consumo y servicio están bajo el control del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), a través de la Dirección Nacional de Cooperativas; las de crédito caen bajo la potestad de la Superintendencia de Bancos y Seguros; y, las de producción especialmente agropecuaria tienen el control del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

Estadísticas y cobertura

De acuerdo al Boletín de Pacific Credit Rating No. 007 – 2011/05, Informe Sectorial, 09-May-2011, Ecuador: Sistema de Cooperativas de Ahorro y Crédito reguladas por la SBS, elaborado por Juan Carlos Gavilanes - Analista PCR Ecuador, durante el año 2009, el sistema de Cooperativas Ecuatoriano experimentó una reducción en sus colocaciones, consecuencia de factores coyunturales como la crisis financiera internacional que generó un clima de incertidumbre.

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

Los hechos mencionados determinaron un moderado crecimiento del sistema de cooperativas en el año 2009; sin embargo, este ritmo de crecimiento denota una recuperación para el año 2010, en donde se observa que los activos totales del sistema pasaron de US\$ 1,970.68 millones en 2009 a US\$ 2,509.01 millones, lo cual muestra un importante crecimiento del 27.32%, reflejando la recuperación de los niveles de crecimiento en activos del sistema.

Los resultados obtenidos a diciembre de 2010 por el sistema de cooperativas muestran un crecimiento de los ingresos financieros en relación a lo obtenido en diciembre de 2009 ya que se ubicaron en US\$ 276.24 millones en 2010.

De esta manera, el sistema de cooperativas evidenció una mayor recaudación de ingresos financieros, producida por la mayor captación de ingresos por intereses y descuentos ganados por la cartera de créditos, lo que le permitió a su vez generar mayores utilidades ya que para dicho año las utilidades del sistema de cooperativas fueron por US\$ 37.05 millones, es decir se incrementaron un 19.89% en relación a diciembre de 2009.

A diciembre del 2010 debidamente autorizadas y reguladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros del país se encuentran 38 cooperativas, divididas en cooperativas de primer piso (37 cooperativas,

destacándose las cooperativas denominadas grandes: 29 de Octubre, Mego, Juventud Ecuatoriana Progresista y Jardín Azuayo, todas ellas con cobertura en varias ciudades del país y con visión de mayor expansión a futuro) y cooperativas de segundo piso (1 cooperativa, Financoop).

1.2.2.3. PRODUCTOS Y SERVICIOS.

Dentro de los productos ofertados por las cooperativas se tiene:

- Depósitos a la vista,
- Depósitos a plazo,
- Recepción de préstamos en base a lo aportado por el socio.

Estas operaciones de ahorro y crédito deben estar limitadas exclusivamente a sus asociados y con el dinero proveniente de los mismos, no pudiendo en consecuencia realizar actividades de intermediación financiera, es decir, la captación de recursos del público, incluidas las operaciones de mesa de dinero, con la finalidad de otorgar créditos, financiamientos o inversiones en valores, las cuales están reservadas a los bancos, entidades de ahorro y préstamo y demás instituciones financieras autorizadas y reguladas por la Ley General de Bancos y otras Instituciones Financieras.

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 reciproca frente a riesgos eventuales o de concurrir a su bienestar material y espiritual mediante una contribución periódica.

Las Asociaciones Mutualistas de Ahorro y Crédito para la Vivienda que son instituciones de derecho privado con finalidad social y sin fines de lucro, adquirirán su personería jurídica mediante la aprobación de su estatuto por la Superintendencia. Para iniciar operaciones requerirán del certificado de autorización al que se refiere el artículo 13 de esta Ley.

Mediante decreto ejecutivo se expedirán las normas que rijan para su organización y funcionamiento. Corresponde al Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda dictar las políticas generales para el desarrollo de la vivienda. Podrán abrir oficinas en cualquier lugar del territorio nacional con sujeción a lo previsto en esta Ley. La liquidación de las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda se regirá por las disposiciones de esta Ley.

1.2.3.2 EL MUTUALISMO EN EL ECUADOR.

El considerable déficit habitacional que existe en el país, motiva la creación de nuevos entes especializados en esta materia. Es así que las Asociaciones Mutualistas de Ahorro y Crédito para la vivienda fueron inicialmente creadas para canalizar créditos externos destinados a suplir las necesidades de vivienda de los sectores menos favorecidos de la sociedad. Estos créditos fueron específicamente canalizados permitiendo el desarrollo de programas de vivienda con financiamiento de hasta 25 años.

Una vez agotados dichos recursos externos, para continuar cumpliendo con sus objetivos, las mutualistas comienzan a captar recursos del público principalmente en libretas de ahorros, mismos que fueron revertidos en el desarrollo de importantes programas de vivienda.

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

En este contexto es evidente que las mutualistas se constituyen en los únicos entes privados especializados en vivienda en el Ecuador y que han cumplido

con su rol fundamental, de satisfacer las necesidades de vivienda. En cuanto a su estructura las Mutualistas son consideradas especiales puesto que no disponen de capital ni de accionistas y su patrimonio se ha ido formando a través del tiempo sobre la base de sus resultados operacionales positivos que pertenecen a todos sus asociados.

Esta sólida estructura patrimonial originada y alimentada por permanentes resultados favorables, atribuibles a una incansable gestión de sus administradores ha permitido al sistema mutual desarrollar importantes proyectos inmobiliarios que evidentemente han permitido tener vivienda al target (grupo) de sus ahorristas.

A diciembre del 2010 debidamente autorizadas y reguladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros del país se encuentran 4 mutualistas, divididas en mutualistas grandes (Mutualista Pichincha, con cobertura en 13 ciudades del país), mutualistas medianas (Mutualista Azuay, con cobertura dentro de la provincia), y mutualistas pequeñas (Mutualista Ambato y Mutualista Imbabura con cobertura dentro de la provincia a la que pertenecen).

Estadísticas

Durante 2010, el Sistema Financiero Ecuatoriano, ha tenido un comportamiento positivo y altamente competitivo en todos sus segmentos.

Los productos de mayor crecimiento son la cartera comercial y la de microcrédito, apetecibles tanto por tasa, como por plazo. Las Mutualistas mantienen una cartera prioritariamente de vivienda (50%), pero también colocan de manera importante en las líneas de consumo (31.7%) y comercial (15.5%). El grado de concentración por tipo de cartera, en este segmento, constituye una debilidad sistémica.

El segmento de Mutualistas combina el negocio inmobiliario y el financiero, lo que genera riesgos adicionales en comparación con los otros actores financieros. Bajo el entorno macroeconómico actual, el desempeño del Sistema de Mutualistas ha sido positivo, mostrando un crecimiento de cartera superior; explicado por la oferta de crédito de vivienda, por la desaceleración

en el negocio inmobiliario de 2009 y porque atienden a un nicho que resulta menos apetecible para la mayoría de entidades financieras, pero que ha recibido impulso por parte del gobierno central.⁶

En los últimos dos años, el IESS ha sido un elemento dinamizador del negocio inmobiliario; en un mercado donde la demanda de vivienda es una función del nivel de crédito. La inyección de recursos por parte del Estado ha dinamizado la industria de la construcción local y ha ampliado el abanico de opciones de financiamiento.

El Sistema de Mutualistas dispone de los menores niveles de coberturas, los más bajos indicadores patrimoniales y capital libre negativo. Dicha situación se origina en el peso que les representa el mantenimiento de un fuerte porcentaje de activos improductivos en el tiempo, durante el proceso de construcción de proyectos inmobiliarios demanda.

La principal fuente de fondeo de las mutualistas, son los depósitos de terceros, y no hay un acceso efectivo a fuentes alternativas de financiamiento. Por ello, uno de los mayores riesgos del sector de mutualistas en el Ecuador es el manejo de negocios inmobiliarios cubiertos por pasivos de los depositantes.

El desempeño de las captaciones de terceros, en este segmento, está ligado al desarrollo de la oferta inmobiliaria. Ello explica los niveles de liquidez del sector, consistentemente apretados e inferiores al resto del mercado. El fondeo de estas instituciones es diversificado por depositantes y se concentran en el corto plazo, lo cual genera un descalce de plazos entre activos y pasivos ya que la mayor parte de sus activos son de largo plazo.

1.2.3.3. PRODUCTOS Y SERVICIOS.

Dentro de los productos ofertados por las cooperativas se tiene:

- Captaciones:

⁶ Según análisis sectorial N° 101231 Mutualistas Abril 2011 de Bank Watch ratings S.A. Calificadora de Riesgo

- Depósitos a la vista,
- Depósitos a plazo,
- Colocaciones:
 - Créditos,

Este tipo de instituciones financieras no están facultadas para realizar algunas operaciones como las que se describen a continuación:

- Realizar negociaciones sobre títulos valores
- Llevar a cabo operaciones con divisas por cuenta propia o de terceras personas.

1.2.4 LA BANCA PÚBLICA

1.2.4.1 DEFINICIONES BÁSICAS

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

El Sector Público, está constituido por entidades jurídicas, creadas mediante procedimientos políticos y dotados de poder legislativo, judicial o ejecutivo sobre otras unidades institucionales en un área determinada.

Las principales funciones de éstas entidades se fundamentan en asumir responsabilidades como:

- Provisión de bienes y servicios a la comunidad, que se financian a través de ingresos tributarios o de otra clase.
- Redistribución del ingreso y la riqueza.
- Producción de bienes que no son destinados al mercado.

1.2.4.2 LA BANCA PÚBLICA EN ECUADOR

La Banca Pública sería una alternativa mucho mejor para enfrentar algunos problemas de la banca privada actual. En primer lugar, restauraría al completo la confianza en los mercados. Al estar su actividad respaldada por el Estado, no habría razones para dudar de sus solvencias, y reduciría las tensiones en los mercados interbancarios (reduciendo los tipos LIBOR y EURIBOR). En segundo lugar, se solucionarían también los problemas de falta de transparencia, falta de democracia y, claro está, de solvencia. No habría razones para ocultar pérdidas, y la liquidez se recuperaría. En tercer lugar, se podría establecer un criterio justo y solidario para pagar el coste de dichas pérdidas, diversificando el mismo entre clases sociales.

La banca pública sí puede cumplir esas exigencias de forma satisfactoria. Las grandes empresas no se financian a través de los bancos, pero sí las medianas y pequeñas empresas así como también los hogares. Un sistema financiero eficiente propulsa la demanda agregada a través del incremento de la inversión y del consumo, llevando a mayores tasas de crecimiento económico. Además, la Banca Pública se convertiría así en el instrumento más eficaz para hacer política económica, pudiendo dirigir las decisiones de inversión de las empresas y, por ejemplo, ayudar en la configuración de un nuevo modelo productivo (fomentando a través de líneas de crédito barato, por ejemplo, la inversión en sectores estratégicos como las energías renovables).

Para propósitos nobles, como erradicar la pobreza y fomentar la inversión y el ahorro en 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).⁷

⁷Este artículo fue publicado originalmente en [El Universo](#) (Ecuador)

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.

Estadística

El desempeño de la banca pública lo marcan la CFN (33.5%) y el BNF (32.5%), por su mayor participación, mientras que los indicadores del BEDE (26.6%) y el BEV (7.4%) mejoran levemente al promedio del sistema.

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 2010.⁸

Los principales bancos del sector público o del Estado son:

- Banco Nacional de Fomento
- Corporación Financiera Nacional
- Banco del Estado
- Banco Ecuatoriano de la vivienda
- Banco Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas
- Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

1.2.4.3. PRODUCTOS Y SERVICIOS.

Dentro de los productos ofertados por la Banca Pública se tiene:

- Captaciones:
 - Depósitos a la vista,
- Colocaciones:
 - Créditos,
 - Fiducia mercantil,
 - Compra de cartera

⁸<http://www.elcato.org/la-misteriosa-banca-publica-ecuatoriana>

1.3. TENDENCIAS ACTUALES DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS.

Los productos y servicios financieros tienen la tendencia a la actualización y la innovación con el fin de satisfacer las múltiples necesidades que se presentan a los clientes potenciales y existentes de cada entidad financiera, es por ello, que una de estas innovaciones tiene que ver con los avances tecnológicos que cada día obligan a las personas a capacitarse y crecer en conocimientos y actitudes.

1.3.1. LA IMPORTANCIA DE LA WEB 2.0 Y LA TECNOLOGÍA EN LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS.

La web 2.0 – que se define globalmente como un conjunto de aplicaciones de medios sociales y participativos para particulares, como Facebook, Twitter y YouTube, y de soluciones Enterprise 2.0 especializadas.

En general, el uso eficaz de las tecnologías Web 2.0 en el seno de las empresas requiere un equilibrio difícil, que exige el análisis de los retos y las oportunidades, la reducción de riesgos y la combinación de una política, de una formación y de una sensibilización de los usuarios, así como de soluciones tecnológicas con el fin de garantizar la seguridad.

Aunque las soluciones de seguridad de la siguiente generación serán específicas para la misión, el sector, el tamaño y la ubicación de la empresa, hay mejores prácticas generales que recomendamos a todas las empresas que adopten soluciones Web 2.0.

Actualmente la Banca Ecuatoriana se maneja en nuevos entornos Web 2.0 que han creado contextos organizativos nuevos que exigen un cambio en las normas tradicionales del comportamiento profesional. El establecimiento de políticas claras sobre el uso de medios sociales permite a los empleados tomar las decisiones adecuadas sobre su forma de proceder en estos nuevos contextos y proporciona ejemplos y directrices relativos a las amenazas potenciales.

Las nuevas tendencias tecnológicas, las aplicaciones y tecnologías Web 2.0 requieren soluciones de seguridad multinivel que ofrezcan protección contra la pérdida de datos, seguridad para end-points, control de aplicaciones y firewalls de infraestructura.

Muchos bancos para ofrecer sus productos y servicios buscarán una sensibilización de la información con la aparición de nuevas amenazas y problemas, es vital que los usuarios de la organización sean conscientes de cómo proteger los recursos.

Algunos medios sociales requieren un nuevo nivel de conocimientos digitales y las empresas deben formar a sus empleados sobre los riesgos y las ventajas de acceder y participar en estos contextos. La Banca Ecuatoriana debe reconocer que los clientes actualmente son globales, móviles y están conectados de manera permanente.

Las tecnologías Web 2.0 y de medios sociales son conocidas por su rápida evolución. En base a esto la banca ecuatoriana debe ser consciente de los nuevos riesgos que representa la web 2.0, pero también deben tomar las medidas necesarias para adaptarse a estas nuevas tecnologías y aprovechar el valor agregado que pueden conseguir para mejorar sus resultados empresariales.

El mundo de las tecnologías de la comunicación, la información y la organización sigue reflejando la introducción de nuevas funciones, así como continuos cambios en las demandas y necesidades de los usuarios.

1.3.2. CANALES DE PROVISIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS.

La generalización del uso de nuevas tecnologías ha constituido un factor clave para el desarrollo de nuevos servicios financieros y para la apertura de nuevas vías de contacto entre las entidades de crédito y sus clientes. En los últimos años se ha producido una notable expansión del uso de Internet para realizar transacciones bancarias, la creciente difusión en el uso de Internet por parte de los hogares y empresas y la mejora sustancial de las

infraestructuras tecnológicas han favorecido la consolidación de la banca online .

Según el estudio basado en la Encuesta de FELABAN sobre Bancarización, los bancos proveen servicios financieros mediante una variedad de mecanismos, incluyendo sucursales bancarias, cajeros automáticos (ATM`s), puntos de venta (POS), banca por Internet, banca telefónica, banca celular y corresponsales no bancarios.

Aunque la gran mayoría de los países aún no cuentan con información agregada sobre la cobertura bancaria mediante la utilización de banca por Internet, telefónica y celular, existe información sobre sucursales, ATMs y, en algunos casos, POS.⁹

Entre los nuevos canales de distribución cabe destacar el desarrollo del canal Internet que se ha ido consolidando en los últimos años como un canal alternativo imprescindible en la configuración de las estrategias de los grupos bancarios. La reducción de los gastos de explotación, tales como los costes de personal y los alquileres, es el principal argumento económico que subyace en la adopción de Internet como canal de distribución de productos y servicios bancarios.

Aunque la prestación de servicios bancarios on-line se ha desarrollado prioritariamente en un modelo de banca multicanal, han surgido diversas entidades especializadas en banca por Internet. Estas entidades no han alcanzado cuotas de mercado elevadas, pero sí que han conseguido alcanzar un tamaño suficiente y adquirir la experiencia necesaria para poder generar beneficios, superando así los ejercicios cerrados con pérdidas en los estados iniciales de desarrollo del negocio on-line.

Según datos de la última encuesta de Tecnologías de la Información y Comunicaciones TIC`S realizada por el Instituto Nacional de Estadística y

⁹ Promoviendo el Acceso a los Servicios Financieros. Estudio Basado en la Encuesta de FELABAN sobre Bancarización elaborado por Liliana Rojas-Suarez. Año 2007

Censos (INEC año 2010), el 41% de los ecuatorianos ha ocupado computadoras alguna vez en su vida, 51% del área urbana y 20,9% de la rural. Esta encuesta fue hecha a 20.220 hogares ecuatorianos, 11.328 viviendas urbanas y 8.892 rurales, a personas de cinco años en adelante.

Otros resultados que arroja el estudio dice que el 25,3% de la gente ha utilizado Internet alguna vez en su vida, el 38,9% lo ha hecho en centros de acceso público como cibercafés, mientras el 21,6% en el hogar y el 14,4% en el trabajo. El 45,5% de las veces, los encuestados se conecta para actividades de educación y aprendizaje, y el 7,3% lo hace por razones de trabajo. Así el 40,1% utiliza la Internet por lo menos una vez a la semana, mientras el 37,3% lo hace una vez al día.

De los hogares encuestados, el 7% tiene acceso a Internet, el 43,4% lo tiene a través de módem o teléfono, el 52,3% por cable o banda ancha y el 3,4% posee Internet inalámbrico. Basándose en los datos estadísticos presentados, se considera que la banca es una demostración acelerada de la aceptación de las nuevas tecnologías entre clientes y funcionarios para la ejecución de productos y servicios financieros tanto en la oferta como en la demanda de productos y servicios.

1.3.3 LOS RETOS FUTUROS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS EN EL ECUADOR.

La globalización y la internacionalización de los mercados han provocado que las entidades financieras replanteen su estructura con el objetivo de crecer en competitividad y rentabilidad. Se han multiplicado los cauces para la distribución de los productos financieros que ahora conviven con la red de oficinas tradicional, que en Ecuador sigue siendo el soporte principal, si tenemos en cuenta la gran cantidad de oficinas existentes y los hábitos de consumo financiero en nuestro país.

En términos de cobertura, el reto es masificar el uso de los nuevos canales con el fin de que sean sostenibles para promover el acceso a largo plazo. Para ello se requiere estimular a nivel nacional y municipal el uso de medios electrónicos de pago, y la realización de un mayor volumen de transacciones

a través de estos canales novedosos, desestimulando el uso del efectivo, el cual entre otras, constituye uno de los elementos que propicia y promueve la informalidad.

Un tema muy importante que se debe considerar es la Información y derechos de los acreedores, ya que actualmente éstos son cruciales para facilitar el acceso al crédito, información sobre la moralidad y la capacidad de pago de un posible deudor, a través de las centrales de información, burós de crédito, etc., ya que son uno de los instrumentos más importantes y eficientes con los que cuenta una economía, pues permiten reducir la incertidumbre de los acreedores frente a los deudores, en especial de aquellos cuya actividad es de carácter informal, pero también de aquellos que puedan por ejemplo ser asalariados pero nunca han accedido a un crédito formal.

Actualmente el sistema financiero cuenta con las centrales de riesgo que permiten de forma inmediata conocer el historial de pagos de los servicios públicos por parte de las familias. Así mismo se buscan mecanismos para mejorar y enriquecer la información disponible, por ejemplo creando incentivos para que los grandes vendedores y comercializadores de bienes de consumo masivo contribuyan con la información sobre sus compradores y proveedores, lo cual constituye una fuente invaluable de información no solo para estimar la moralidad de pago de una persona sino que también facilitaría contar con información que permita estimar los ingresos de una parte importante del sector informal de la economía, con un sistema mucho menos costoso.

CAPITULO

II

ANÁLISIS

SITUACIONAL

DEL SISTEMA

FINANCIERO

ECUATORIANO.

CAPITULO II: Análisis situacional del Sistema Financiero Ecuatoriano.

INTRODUCCIÓN

En esta sección trataremos de analizar específicamente el sistema financiero de acuerdo a la plaza de investigación. El sistema financiero mantiene una evolución constante más aun en lo que tiene que ver con captaciones y colocaciones siendo estas las operaciones fundamentales en todas las instituciones financieras.

De acuerdo a la evolución que tiene dentro de la plaza de Guayaquil las captaciones y colocaciones mantienen un crecimiento constante considerando que es una plaza con un mayor número de clientes y en la cual se mantiene un movimiento financiero muy significativo a nivel nacional.

2.1. Análisis del Sistema financiero local

La ciudad de Guayaquil esta considerada como una de las ciudades con mayor población a nivel nacional, ya que se constituye por un crecimiento acelerado de la población, así como también se considera al comercio y la competitividad de los productos de oferta y demanda comercial, es por ello que el sector financiero juega un papel muy importante en la economía del sector, así como también las instituciones financieras se han visto obligadas a crear nuevas sucursales en diferentes puntos estratégicos de la ciudad para llegar a satisfacer las necesidades de todos los sectores.

El buen funcionamiento del Sistema Financiero es fundamental para el crecimiento de la economía de un país, ya que es el medio que permite la asignación eficiente de capital al poner en contacto el ahorro y la inversión. El proceso de globalización ha obligado al Sistema Financiero a buscar un sistema bancario bursátil, dinámico y competitivo.

Dicho comportamiento se puede apreciar al relacionar las principales variables financieras como colocaciones y captaciones, con el crecimiento del PIB.

2.2 EVOLUTIVO DE LAS CAPTACIONES

La ciudad de Guayaquil es una gran ciudad con un extenso movimiento económico y financiero, que cuenta con 22 bancos privados, 7 cooperativas reguladas, 4 mutualista y 3 sociedades financieras.

2.2.1 POR TIPO DE DEPÓSITO

Las captaciones en el mercado financiero de la ciudad de Guayaquil, denota un crecimiento en términos anuales, las captaciones del público del año 2010 actual comparadas con las de diciembre del año 2009.

**SISTEMA FINANCIERO LOCAL
2008 -2010
EXPRESADO EN USD
POR TIPO DE CUENTA**

TIPO DE DEPOSITO	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010
BANCA PRIVADA	3,121,878.65	3,222,666,333.43	4,108,278,171.00
AHORROS	712,351.52	764,055,545.00	948,395,445.00
CORRIENTE	1,480,016.92	1,421,416,546.43	1,842,123,705.00
PLAZO	854,680.16	980,912,820.00	1,233,493,992.00
OTROS	74,830.05	56,281,422.00	84,265,029.00
COOPERATIVAS	83,402.48	93,176,911.66	110,702,162.60
AHORROS	66,020.54	73,520,017.18	83,343,419.80
PLAZO	6,858.48	10,318,870.07	15,680,120.50
OTROS	10,523.46	9,338,024.41	11,678,622.30
MUTUALISTAS	2,912,038.67	2,551,852.00	3,208,293.97
AHORROS	2,330,738.51	1,779,290.00	2,238,874.00
PLAZO	581,300.16	772,562	969,420.00
SOCIEDADES FINANCIERAS	88,983.87	71,642,358.00	93,383,024.00
PLAZO	88,983.87	70,852,388.00	93,069,069.00
OTROS	0	789,970.00	313,955.00
BANCA PUBLICA	19,537.25	25,453,198.00	28,731,266.09
AHORROS	8,560.87	14,258,357.00	16,616,131.96
CORRIENTE	7,280.41	7,291,576.00	7508915.81
PLAZO	419.98	770,830.00	2099791.65
TOTAL GENERAL	6,225,840.92	3,415,490,653.09	4,344,302,917.66

Fuente: Página web de la Superintendencia de Bancos

Elaboración: Las Autoras

En lo que tiene que ver con las captaciones por subsistemas podemos indicar que la banca privada en este periodo 2008 – 2010 ha tenido una evolución positiva logrando captar alrededor de 4.108 millones de dólares hasta finales del 2010 e ir aumentando progresivamente las captaciones por medio de las cuentas corrientes y las cuentas a plazo siendo éste el rubro con mayor cantidad de clientes y el mismo que proporciona a la banca privada un alto porcentaje de liquidez financiera y con gran peso en el sistema financiero.

La banca privada ofrece productos y servicios financieros tales como depósitos de ahorro, depósitos en cuentas corrientes, depósitos a plazo con diferentes tiempos, y otros depósitos por los que ofrecen un interés de acuerdo a las diferentes tipos de captaciones actualmente la banca privada ocupa la mayor cantidad de clientes en el sistema financiero siendo la más importante tanto en captaciones como en número de cuentas y clientes, así mismo ofrece una amplia gama de servicios.

En lo que respecta al subsistema de las cooperativas en los últimos años han tenido un gran crecimiento a nivel nacional, debido a la captación de un gran porcentaje de dinero en los depósitos de ahorro y plazo ubicándose en segundo lugar a nivel de captaciones del sistema financiero de la plaza

En tercer lugar se encuentran las sociedades financieras las mismas que captan dinero del público por medio de depósitos a plazo, este dinero captado se lo mantiene seguro por un tiempo determinado y generando intereses más altos para los clientes y ofreciendo a la entidad el beneficio de hacer uso del dinero en las actividades diarias por el lapso que el depositante deje el dinero, esta forma de captar el dinero es la principal en lo que tiene que ver con las sociedades financieras siendo considerada como la única en esta especie.

A continuación tenemos a la banca pública la misma que en la actualidad ha tenido un gran crecimiento a nivel nacional, debido a que ha sido impulsada por el gobierno de turno y está manteniendo un desarrollo amplio en lo que tiene que ver con las captaciones por medio de cuentas de ahorro, este sector está conformado en su mayoría por personas de clase media y baja y por ende esta parte de la sociedad se dedica a lo que es el ahorro y muy poco a la inversión de su dinero y así contar con

su dinero en el momento que crea conveniente el cliente este rubro para la institución es considerado como no muy factible ya que el banco corre el riesgo de tener una iliquidez debido a que los clientes pueden solicitar el retiro de sus ahorros en cualquier momento provocando un riesgo de liquidez financiera, aunque también cuenta con saldo suficiente en lo que tiene que ver con depósitos a plazo y en cuentas corrientes.

Por último encontramos a las mutualistas las mismas que actualmente no tienen gran acogida en la plaza, debido a que este subsistema solo cuenta con una institución de este tipo que es la Mutualista Pichincha y se dedica a captar dinero por medio de depósitos a plazo, es decir, los clientes invierten sus dineros a plazos de acuerdo a su elección y así ganan interés por su inversión.

2.2.2 Evolutivo por subsistema

A continuación presentamos una tabla y un gráfico en los mismos que detallamos la evolución, que han tenido los diferentes subsistemas en lo que tiene que ver a colocaciones y el peso que tiene cada uno de los subsistemas en el sistema financiero Ecuatoriano en el periodo 2008 – 2010, por lo que se puede manifestar que el subsistema de mutualistas, ha conseguido el mayor crecimiento en lo que tiene que ver a colocaciones, seguida de la banca pública y las sociedades financieras.

**SISTEMA FINANCIERO LOCAL
2008 -2010
EXPRESADO EN USD
DIVIDIDO EN SUBSISTEMAS**

TIPO DE DEPOSITO	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010
BANCA PRIVADA	3,121,878.65	3,222,666,333.43	4,108,278,171.00
COOPERATIVAS	83,402.48	93,176,911.66	110,702,162.60
MUTUALISTAS	2,912,038.67	2,551,852.00	3,208,293.97
SOCIEDADES FINANCIERAS	88,983.87	71,642,358.00	93,383,024.00
BANCA PUBLICA	19,537.25	25,453,198.00	28,731,266.09

Fuente: Página web de la Superintendencia de Bancos

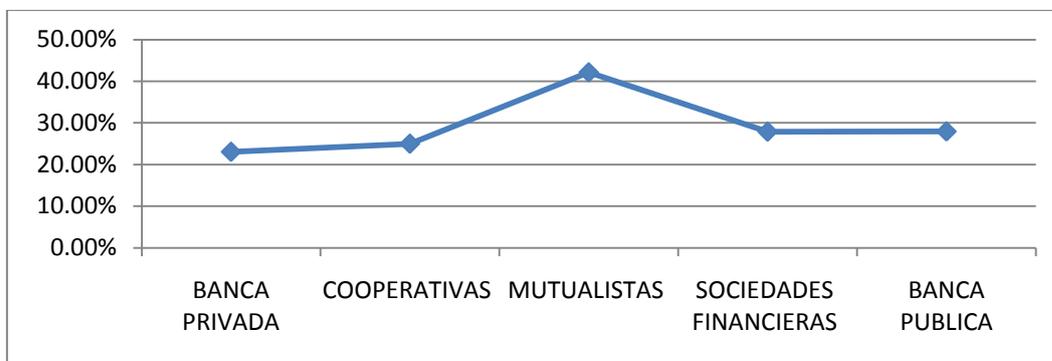
Elaboración: Las Autoras

**SISTEMA FINANCIERO LOCAL
2008 -2010
EXPRESADO EN PORCENTAJES
DIVIDIDO EN SUBSISTEMAS**

BANCA PRIVADA	23.06%
COOPERATIVAS	25.01%
MUTUALISTAS	42.17%
SOCIEDADES FINANCIERAS	27.90%
BANCA PUBLICA	27.96%
SISTEMA FINANCIERO	23.99%

Fuente: Página web de la Superintendencia de Bancos

Elaboración: Las Autoras



Fuente: Página web de la Superintendencia de Bancos

Elaboración: Las Autoras

El nivel de crecimiento que han tenido las colocaciones en el sistema financiero es muy positivo y de gran aceptación, luego de haber superado la crisis financiera que tuvo nuestro país, en la actualidad se nota un gran crecimiento y aceptación de los productos y servicios ofrecidos por las diferentes entidades.

2.3 Evolutivo de las colocaciones en el sistema financiero local

Las colocaciones vienen a ser en el sector financiero, una forma de invertir y hacer crecer el dinero que los clientes han depositado en la institución financiera, estas colocaciones dependen del nivel de crecimiento económico de los clientes mientras mayor es el número de captaciones que tiene la institución mayor será el capital con que cuenta para poder invertir y hacer crecer eficientemente el desarrollo de la institución y por ende la economía del país en general.

2.3.1 Por tipo de Cartera

Las colocaciones que ha realiza el sistema financiero han tenido una evolución positiva, en lo que tiene que ver con la carteras que ofrecen las entidades, en el periodo 2008 – 2010.

**SISTEMA FINANCIERO LOCAL
2008 -2010
EXPRESADO EN USD
POR TIPO DE CARTERA**

CARTERA	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010
COMERCIAL	1,714,994.20	1,853,437,826.00	2,331,795,465.41
CONSUMO	795,187.36	829,278,524.00	1,039,004,488.28
VIVIENDA	281,960.13	359,519,997.00	381,748,577.25
MICROEMPRESA	148,943.52	168,824,627.00	228,839,049.36
SISTEMA FINANCIERO	2,941,085.21	3,211,060,974.00	3,981,387,580.30

Fuente: Página web de la Superintendencia de Bancos

Elaboración: Las Autoras

Se ha podido evidenciar un crecimiento de más de la cuarta parte en el sistema financiero local, lo que significa que la población está haciendo uso de los diferentes préstamos que ofrecen las instituciones financieras, la cartera con mayor peso en el sistema financiero es la comercial, lo que se puede concluir que la actividad comercial es superior en todos los ámbitos del país, y el mismo genera mucho más interés y beneficio tanto para el banco como para el cliente

Seguidamente se encuentra la cartera de consumo, la misma que es muy solicitada por los clientes para satisfacer sus necesidades personales, tales como: salud, estudio, etc., esta cartera brinda al cliente la oportunidad de cubrir gastos inmediatos y que las entidades financieras ofrecen a sus clientes con el fin de apoyar el desarrollo y satisfacción de sus necesidades.

A continuación se encuentra la cartera de la vivienda, que en la actualidad es un crédito muy solicitado por los clientes, con el fin de tener una casa propia, este

crédito es ofertado a los clientes a interés cómodos y a largo plazo generalmente son de 5 años en adelante.

Por último encontramos a la cartera de la microempresa la misma que está destinada a la producción de microempresas apoyando la producción y desarrollo de la economía del país.

En todas las carteras se puede evidenciar un crecimiento paulatino en los valores ya que cada vez se realizan más colocaciones y muchos más clientes acuden a las entidades a solicitar un crédito para satisfacer sus necesidades o emprender un nuevo negocio que les permita mejorar su economía.

Todo cliente mantiene una o varias cuentas en las diferentes instituciones financieras, con el fin de que en algún momento hacer uso del dinero depositado y ser apto para solicitar algún crédito a corto, mediano o largo plazo.

2.3.2 Por subsistema

**SISTEMA FINANCIERO LOCAL
2008 -2010
EXPRESADO EN USD
POR SUBSISTEMA**

SUBSISTEMA	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010
BANCA PRIVADA	2,553,630.36	2,621,099,314.00	3,225,603,696.40
COMERCIAL	1,410,474.14	1,373,272,222.00	1,745,510,244.00
CONSUMO	770,176.91	803,590,883.00	999,949,668.00
VIVIENDA	267,121.94	335,260,332.00	357,382,420.00
MICROEMPRESA	105,857.37	108,975,877.00	122,761,364.40
COOPERATIVAS	39,800.17	33,855,271.00	42,353,780.64
COMERCIAL	68.64	45,473.00	348,684.00
CONSUMO	8,857.07	8,426,657.00	8,798,874.00
VIVIENDA	702.59	647,312.00	908,992.18
MICROEMPRESA	30,171.87	24,735,829.00	32,297,230.46
MUTUALISTAS	9,596.93	12,911,138.00	18,355,391.85
COMERCIAL	2,969.56	5,296,589.00	8,347,370.00
CONSUMO	934.76	801,934.00	998,030.69
VIVIENDA	5,692.61	6,812,615.00	9,009,991.16
MICROEMPRESA	0	0	0

SOCIEDADES FINANCIERAS	40,883.55	38,899,028.00	49,752,368.03
COMERCIAL	17,617.16	13,750,954.00	12,682,966.00
CONSUMO	13,756.71	15,064,116.00	28,449,508.00
VIVIENDA	8,442.99	8,111,982.00	7308734.62
MICROEMPRESA	1,066.69	1,971,976.00	1311159.41
BANCA PUBLICA	297,174.20	504,296,223.00	645,322,343.38
COMERCIAL	283,864.70	461,072,588.00	564,906,201.00
CONSUMO	1,461.91	1,394,934.00	808,408.00
VIVIENDA	0	8,687,756.00	7,138,439.29
MICROEMPRESA	11,847.59	33,140,945.00	72,469,295.09

Fuente: Página web de la Superintendencia de Bancos

Elaboración: Las Autoras

La evolución que han tenido las colocaciones según los subsistemas han sido en todas positivas y eficientes, el subsistema que tiene mayor peso en el sistema financiero en lo que tiene que ver con las colocaciones de la cartera es la Banca Privada la misma que se puede evidenciar una evolución constante desde el año 2008 al 2010 y teniendo mayor cantidad de colocaciones en la cartera comercial, esto es posible ya que en esta plaza el comercio es la principal fuente de trabajo y los clientes que tiene el subsistema en la mayoría se dedican a esta actividad promoviendo el intercambio y uso de los créditos comerciales para fomentar la producción de sus diferentes formas de comercializar.

A continuación se encuentra la cartera de consumo la misma que brinda a sus clientes la concesión de créditos para satisfacer sus necesidades más próximas

Otro subsistema que tiene en la actualidad gran peso en el Sistema Financiero es la Banca Pública que impulsada por el Gobierno Nacional se encuentran ofreciendo gran cantidad de créditos a sus clientes con el fin de impulsar la producción, agricultura y ganadería a nivel nacional y los mismos que han tenido gran acogida por parte de la comunidad, la principal cartera que impulsa la Banca Pública, es la cartera comercial ya que con la misma fomenta el comercio y crea más fuentes de trabajo en el ámbito comercial y productivo, la cartera de la microempresa también forma parte de este gran proyecto y en los dos últimos años también se ha dedicado a lo que tiene que ver con el

financiamiento de la vivienda para sus clientes siendo un rubro muy importante para la solvencia de sus clientes.

En tercer lugar encontramos al subsistema de las cooperativas de Ahorro y Crédito las mismas que ofrecen créditos a sus clientes siendo la que más peso tiene la cartera de microempresa, es decir, estas cooperativas se encuentran enfocadas al sector microempresarial fomentando la creación de microempresas de producción y desarrollo comunitario, aunque también tiene gran acogida los créditos de consumos que ofrecen esta clase de subsistema financiero

En cambio las mutualistas y sociedades financieras tienen menor peso en el sistema financiero, ya que las mismas ofrecen créditos pero a un número menor de clientes, debido a que no son muy difundidas en el ámbito financiero.

2.4 Productos y servicios financieros. Tipos y costos

Los productos y servicios que ofrecen las diferentes instituciones financieras están acorde a las necesidades de sus clientes apoyándose mutuamente al desarrollo y crecimiento de la entidad.

Por lo general cada institución dispone de un reglamento interno que regula los diferentes productos y servicios que ofrecen.

Los costos están regulados por la Superintendencia de Bancos y la Ley General de Instituciones Financieras siendo fijadas las tasas máximas para cada periodo y reguladas por cada periodo transcurrido.

2.4.1 Tipos de productos y servicios

BANCA PRIVADA

Captaciones

- Cuenta de ahorro
- Cuenta corriente
- Cuenta meta
- Inversiones
- A corto plazo

- A mediano plazo
- A largo plazo

Colocaciones

- Préstamos (de firmas, fiduciario, consumo, hipotecario, prendario)
- Comercial
- De vivienda
- Consumo
- Compra de vehículos

Servicios

- Pago de Giros del exterior
- Cajero automático
- Servicio al cliente personalizado
- Página web para consulta
- Transferencias Bancarias
- Tarjeta de debito
- Tarjeta de crédito

COOPERATIVAS

Las cooperativas de ahorro y crédito, ofrecen los siguientes productos y servicios.

- Cuenta de ahorro
- Cuenta de aportaciones
- Inversiones
- Préstamos, comercial, consumo, vivienda
- Pago a profesores
- Pago de servicios básicos
- Seguro de desgravamen
- Pago de bono de desarrollo
- Red de Cajero automático
- Tarjeta de debito
- Transferencia

MUTUALISTAS

- Ahorro programado
- Ahorro tradicional
- Inversiones
- Cuenta constructiva
- Prestamos, sobre firmas e hipotecario
- Seguro de vida
- Tarjeta de crédito

SOCIEDADES FINANCIERAS

- Depósitos
- Créditos
- Certificados de depósitos
- Inversiones
- Financiamiento de vehículos

BANCOS PÚBLICOS

- Ahorros
- Corriente
- Fondos de garantía
- Inversiones
- Prestamos: comercial, consumo, vivienda, producción, bono de desarrollo
- Cajero automático
- Giros nacionales e internacionales por medio de alianzas
- Pago de servicios básicos
- Banca electrónica
- Transferencias interbancarias

2.4.2. COSTOS

Para realizar la revisión de las tarifas en los costos se tomaran como base la tarifas diferenciadas publicadas por la súper de bancos, por lo cual se hace referencia de conformidad con lo dispuesto en el artículo 201 de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, sustituido con la

promulgación de la Ley de Regulación del Costo Máximo Efectivo del Crédito, publicada en el registro oficial Nro. 135 del 26 de julio de 007.

"**Art. 201.**- Las tarifas que cobren por servicios activos, pasivos o de cualquier naturaleza que presten las instituciones financieras, serán acordada libremente entre las partes contratantes y tendrán como máximo el promedio por servicios del sistema más dos desviaciones estándares, el que brindará un 95 por ciento de confiabilidad.

La Superintendencia de Bancos y Seguros calculará y publicará semestralmente el nivel promedio ponderado de dichas tarifas, las que serán publicas en las páginas de internet de la Superintendencia de Bancos y Seguros"

**VIGENTE A PARTIR DEL 1 DE JULIO DE 2011
SERVICIOS CON TARIFAS MÁXIMAS¹⁰**

SERVICIO GENÉRICO	NOMBRE DEL SERVICIO	USD
Servicios con cuentas corrientes	Costo por un cheque	0,30
	Cheque devuelto nacional	2,79
	Cheque devuelto del exterior	3,24
	Cheque certificado	2,00
	Cheque de gerencia	2,50
	Cheques consideración cámara de compensación	3,00
	Oposición al pago de cheques	3,00
	Abstención de pago de cheques	3,00
	Revocatoria de cheques	3,00
Servicios de retiros	Retiro cajero automático clientes de la propia entidad en cajero de otra entidad	0,50
	Retiro cajero automático clientes de otra entidad en cajero de la entidad	0,50
	Retiro de efectivo en corresponsales no bancarios de la propia entidad	0,35
Servicios de consultas	Consultas impresas en cajeros automáticos	0,35
Servicios de referencias	Emisión y entrega de referencias bancarias	2,65
	Cortes de estados de cuentas	1,83

Fuente: Junta Bancaria del Ecuador, Resolución No. JB-2011-1950, Página No. 2

Elaboración: Las Autoras

¹⁰ Junta Bancaria del Ecuador, Resolución No. JB-2011-1950, Página No. 2

Servicios de entrega	Entrega de estado de cuenta a domicilio	1,66
	Entrega de estado de cuenta en oficina de la entidad	0,30
Servicios de copias	Copias de voucher / vale nacional de consumos con tarjetas de crédito y/o tarjetas de débito	2,00
	Copias de voucher / vale del exterior de consumos con tarjetas de crédito y/o tarjetas de débito	10,00
	Copia de estados de cuenta de tarjetas de crédito	0,50
Servicios de transferencias	Transferencias interbancarias SPI recibidas	0,30
	Transferencias interbancarias SPI enviadas por internet	0,50
	Transferencias interbancarias SPI enviadas en oficina de la entidad	2,15
	Transferencias interbancarias SCI recibidas	0,30
	Transferencias interbancarias SCI enviadas por internet	0,28
	Transferencias interbancarias SCI enviadas en oficina de la Entidad	1,93
Servicios de transferencias	Transferencias enviadas al exterior en oficina de la entidad	55,49
	Transferencias recibidas desde el exterior	10,00
	Transferencias nacionales otras entidades oficina	2,00
Servicios de consumos nacionales	Consumos en gasolineras con tarjetas de crédito y/o tarjeta de débito	0,26
Servicios de reposición	Reposición de libreta/cartola/estado de cuenta por pérdida, robo o deterioro	1,00
	Reposición de tarjetas de débito	4,94
Servicios de emisión	Emisión de tarjetas de débito	5,15
Servicios de renovación	Renovación de tarjetas de débito	1,85

Fuente: Junta Bancaria del Ecuador, Resolución No. JB-2011-1950, Página No. 2

Elaboración: Las Autoras

Los siguientes servicios son de forma gratuita, sin ningún costo para el cliente en todas las instituciones financieras reguladas y no reguladas por la Superintendencia de Bancos. ¹¹

SERVICIOS	APLICA PARA	EN USD
Apertura de cuentas	Cuenta de ahorros	0,00
	Cuenta corriente	0,00
	Cuenta básica	0,00
	Cuenta de integración de capital	0,00
	Depósitos a plazos	0,00
	Inversiones	0,00
	Información crediticia básica	0,00

Fuente: Junta Bancaria del Ecuador, Resolución No. JB-2011-1950, Página No. 2

Elaboración: Las Autoras

¹¹ Junta Bancaria del Ecuador, Resolución No. JB-2011-1950, Página No. 4

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

Fuente: Junta Bancaria del Ecuador, Resolución No. JB-2011-1950, Página No. 2
Elaboración: Las Autoras

CAPITULO

III

ACCESO Y

PREFERENCIA DE

PRODUCTOS Y

SERVICIOS

FINANCIEROS.

CAPITULO III: Acceso y preferencia de productos y servicios financieros.

INTRODUCCIÓN

Para concluir con la investigación es necesario tener acceso a la preferencia de productos y servicios siendo necesario analizar bajo la perspectiva de la demanda de los clientes. Para ello, se ha procedido a la aplicación de una encuesta, que incluye algunas preguntas que permiten conocer con mayor profundidad la situación de las tres instituciones financieras específicas en la plaza de Guayaquil, como son: en el Banco del Pacífico, Banco Rumiñahui y Sociedad Financiera Consulcrédito.

Una vez aplicadas las encuestas, se procede a efectuar un análisis detallado de los factores reales que influyen en la preferencia de productos y servicios financieros y su incidencia de éstos factores en la solidez y fidelidad de sus clientes; además nos permitirá conocer la razón por la cual las personas prefieren ser clientes de una entidad financiera específica, estas razones pueden ser muy variadas de acuerdo a los gustos y preferencias de cada individuo así como también dependerá de los productos y servicios financieros que ofrece dicha institución.

Debido a que la plaza de Guayaquil es demasiado extensa, se procede a la distribución de las entidades previo un sondeo de la población, por lo tanto el presente trabajo presenta la investigación en lo concerniente al Banco del Pacífico, Banco Rumiñahui, y la Sociedad Financiera Consulcrédito.

3.1. ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE LAS IFIS

a) Banco del Pacífico

El Banco del Pacífico S.A. y su grupo financiero fueron creados en el año de 1972, fundado y dirigido por el señor Marcel Laniado, según sus fundadores, fue un concepto innovador, en donde fomentar el desarrollo de los ecuatorianos y del país era más importante que la acumulación de capitales, y que, los pilares del éxito empresarial serían la prestación de un servicio eficaz, la misión de esta institución, es satisfacer a sus clientes en sus necesidades de servicios financieros,

brindándoles soluciones eficientes y oportunas, creando un valor agregado al patrimonio de sus accionistas.

Tras la última crisis financiera de 1998, que condujo a la quiebra de algunas instituciones del sector financiero, el Banco del Pacífico pasó a propiedad del Banco Central del Ecuador. Recientemente, el 19 de noviembre pasado, mediante Decreto Ejecutivo No. 941, se dispuso al Banco Central que transfiera las acciones de la entidad a la Corporación Financiera Nacional (CFN) con el objeto de impulsar el sector productivo ecuatoriano a través de líneas de crédito de segundo piso.

El Banco del Pacífico a finales de la década de los 90, fue uno de los Bancos que por la crisis tuvo serios problemas y pasó a ser administrado por el Estado. A partir de ello ha mostrado un crecimiento sostenido y se ha convertido en uno de los más grandes del país. En junio de 2007 y hasta marzo de 2011 la institución financiera contaba con una calificación AA+ con perspectiva “en observación”.¹²

El Banco del Pacífico, mantiene un buen nivel de posicionamiento en el mercado financiero del país, ocupa el segundo puesto por sus depósitos a la vista, patrimonio y resultados; y, la tercera posición por el tamaño de sus activos, pasivos, inversiones, cartera y depósitos a plazo dentro del sistema de bancos conformado por 25 entidades.

La firma CRH Humpreys S.A que está presente en el mercado financiero ecuatoriano desde 1994, indica que la posición patrimonial del banco le ha permitido soportar el crecimiento esperado de sus operaciones y absorber eventualidades no previstas y presentadas a partir de factores externos a la entidad como multas y sanciones no previstas. “Sus indicadores se presentan sólidos y superiores a los de su Sistema de Referencia”, según puede indicar la firma CRH Humpreys S.A.

Asimismo, la entidad mantiene niveles de liquidez acordes con sus requerimientos y que compiten con los del promedio de su sistema de referencia, según puede afirmar CRH Humpreys S.A. “los factores que mitigan riesgos potenciales, manteniendo además un control adecuado de sus inversiones y fondos más líquidos”. La

¹² En observación.- Institución financiera con miras a subir de categoría.

calificación que tiene el Banco del Pacífico “refleja una excelente reputación en el medio, muy buen acceso a sus mercados de dinero¹³ y claras perspectivas de estabilidad. Si existe debilidad o vulnerabilidad en algún aspecto de las actividades de la institución, ésta se mitiga enteramente con las fortalezas de la organización”.¹⁴

“La entidad ha demostrado que se encuentra en un plan de mejora continua institucional, tanto a nivel financiero como de riesgo operacional”, según lo indica la calificadora de riesgo CRH; dentro de los indicadores evaluados se encuentran sus activos, que en el segundo trimestre de este año 3,87%, al pasar de \$2.587'714.170 en marzo a \$2.687'927.330 en junio, de acuerdo a lo publicado por la calificadora de riesgo CRH. Así mismo los pasivos, en el mismo período, se incrementaron en 3,85% al subir de \$ 2.242'993.950 a \$2.329'244.940. Estos incrementos han sido leves para la entidad. El volumen de la cartera también es buen indicador de la institución, ya que esta subió 8,86% al pasar de \$1.134'376.140 a \$ 1.234'860.950.

Si revisamos dentro del sistema bancario nacional se puede observar que el Banco de Guayaquil y el Banco Pichincha tienen la calificación más alta en el sistema bancario nacional, le sigue el Banco del Pacífico, para el analista económico Marco Naranjo esta calificación demuestra que la situación del banco es muy fuerte, que tiene una alta rentabilidad y los mecanismos que le permiten mitigar los posibles riesgos, tanto internos como externos, dentro de la administración de la entidad.

b) Banco Rumiñahui

Inició sus actividades en 1988 como respuesta a las necesidades financieras del personal de las Fuerzas Armadas, los mismos que constituyen sus principales clientes y que mantienen gran fidelidad a la institución.

Según la información proporcionada por la página web del Banco General Rumiñahui, actualmente, más de 160.000 clientes son atendidos. La institución ha desarrollado tecnología crediticia eficiente para aprobar y calificar los créditos de sus clientes cuidando siempre los niveles de endeudamiento de los miembros de las

¹³ Mercados dedicados al financiamiento de las empresas en tiempo menos a un año

¹⁴ http://www.elciudadano.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=29049:banco-del-pacifico-cuenta-con-certificado-de-categoria-aaa-&catid=3:economia&Itemid=44

Fuerzas Armadas, brindando asesoría financiera permanente. La institución otorga créditos con esquemas mucho más flexibles que otras instituciones financieras como: sin garantes, sin encajes u otros condicionamientos que son requeridos por la competencia.

En el año 2.010 el Banco creó el concepto de agencia móvil, con el objetivo de visitar los destacamentos y unidades militares cuya localización dificulta a quienes laboran en estos sectores y este servicio facilita realizar transacciones financieras. De esta manera sus clientes militares ya no necesita acercarse a sus oficinas, sino que el Banco va donde ellos lo requieran.

El BGR tiene como definición estratégica el servir con altos estándares de calidad a sus clientes, particularmente a los miembros de las Fuerzas Armadas y la Sociedad Ecuatoriana en general, ya que ofrece productos y servicios financieros de calidad, adecuándose a las necesidades de los clientes, con atención ágil y personalizada.

El Banco General Rumiñahui mantiene una alianza estratégica con el Banco del Pichincha, lo cual le ha permitido aumentar la cobertura de oficinas y cajeros automáticos a nivel nacional.

El Banco General Rumiñahui consciente de la importancia de apoyar al desarrollo y reactivación económica del Ecuador, ofrece a sus clientes empresariales, líneas de crédito destinadas al sector productivo.

Dentro de la Banca Empresarial agrupa principalmente a medianas empresas, tanto del segmento militar como del segmento civil, que presentan perspectivas de crecimiento y sostenibilidad financiera.

c) Sociedad Financiera Consulcrédito

Consulcrédito es una Institución Financiera, bajo el control de la Superintendencia de Bancos, abierta al público, y proporciona productos y servicios financieros, que la ley de Instituciones Financieras determina.

Consulcrédito Sociedad Financiera abrió sus operaciones como intermediaria financiera el 10 de julio de 1992, bajo la administración del señor José Miguel Baduy Auad. Su razón social y actual denominación como Sociedad Financiera, fue aprobada mediante resolución N° SB-94-1608, expedida el 11 de octubre de 1994, por la Superintendencia de Bancos, e inscrita en el Registro Mercantil el 9 de noviembre del mismo año.

El Fondo de Cesantía del Magisterio Ecuatoriano, entidad de derecho privado, que agrupa mediante afiliación voluntaria a más de cien mil servidores del sistema educativo fiscal, en su empeño constante de otorgar prestaciones que eleven la calidad de vida de sus miembros y de otros sectores sociales no atendidos por la banca tradicional, y en la aspiración de plasmar el concepto de propiedad colectiva, en el primer Banco de estas características en el país, por acuerdo y disposición de la Convención Nacional. Cumpliendo el mandato de adquirir una Institución Financiera abierta al público y autorizada por la Superintendencia de Bancos y Seguros; el Directorio Nacional, con la asesoría de un equipo interdisciplinario, luego de realizar estudios de factibilidad de varias instituciones susceptibles de ser compradas, tomó la decisión de adquirir Consulcrédito.

El 19 de diciembre del 2003 se transfieren las acciones a nombre del Fondo de Cesantía del Magisterio Ecuatoriano, como único accionista y en representación de todos sus afiliados, y luego de un acordado proceso de traspaso de la administración, el 1° de junio del 2004, y asume la administración, dicho fondo.

La misión de esta institución es satisfacer las necesidades financieras de los miembros de Sistema Educativo Nacional, sus familias, emprendedores y público en general; ofreciéndoles acceso directo a servicios bancarios competitivos y personalizados con excelencia profesional, solidez, calidad y confianza.

Su misión es ser el Banco del Magisterio relacionándose permanentemente con los clientes por medio de la Red de Ejecutivos Financieros, utiliza infraestructura tecnológica de vanguardia con una sólida cultura de servicio. Genera rentabilidad a los accionistas y contribuye a mejorar la calidad de vida de sus Clientes.

3.1.1 FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PREFERENCIA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

Los factores que influyen en el sistema financiero están sujetos al entorno y las personas que en el intervienen, es por ello que mediante la presente investigación trataremos de conocer, cuáles son los factores que influyen en la preferencia de productos y servicios financieros desde una perspectiva de la demanda, tomando en cuenta los resultados de la encuesta aplicada a la muestra en estudio. Para ello, primeramente tomaremos en cuenta una breve descripción de las actividades que desarrollan y ofrecen las instituciones financieras objeto de nuestra investigación.

El número de encuestas aplicadas en la presente investigación están de acuerdo a la ficha de distribución de las IFIS en la plaza de Guayaquil (Ver Anexo #1) y previo al sondeo de la población existente en esta plaza, de acuerdo a este antecedente se aplican 156 encuestas al Banco del Pacifico, 35 encuestas en el Banco General Rumiñahui y 8 a la Sociedad Financiera Consulcrédito.

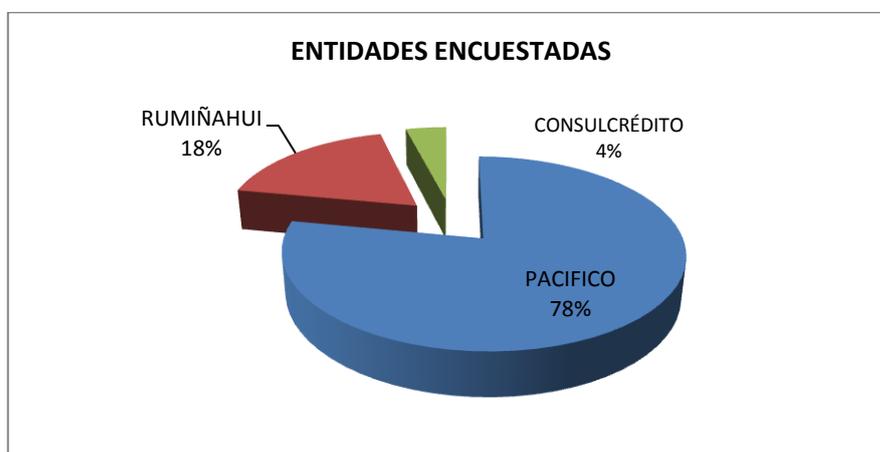
CUADRO 3.1.- ENTIDADES FINANCIERAS ENCUESTADAS

IFIS	FREC	PORC
PACIFICO	156	78%
RUMIÑAHUI	35	18%
CONSULCRÉDITO	8	4%
TOTAL	199	100%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.1



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

3.1.2. PERFIL DE LOS CLIENTES.- Con el objeto de conocer las características principales de los clientes para que las IFIS ofrezcan mejores productos y servicios, se presentan a continuación los resultados de las encuestas aplicadas a los clientes de las instituciones que se están analizando.

a) Edad de los clientes encuestados.- La edad juega un papel muy importante, ya que permite a la institución analizar a sus clientes de acuerdo a sus rangos de edad, pudiendo así brindar productos y servicios acorde con ellos.

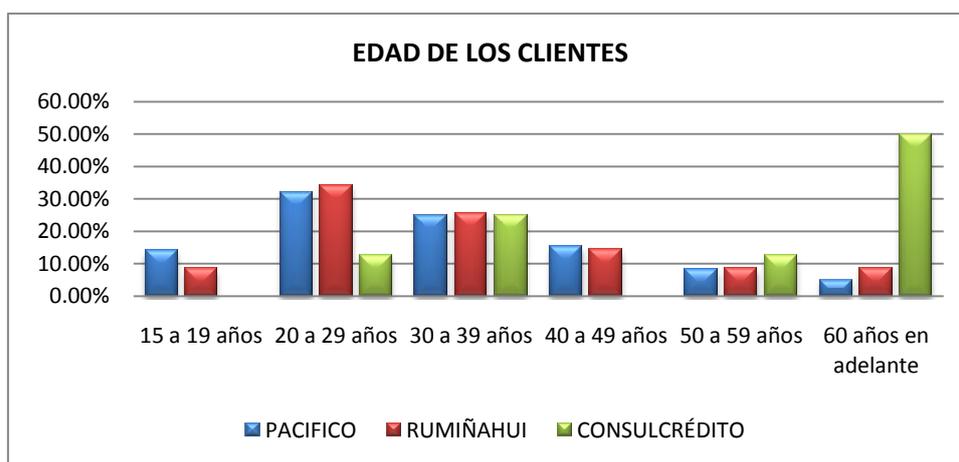
CUADRO 3.2 EDAD DE LOS CLIENTES

EDAD	PACIFICO		RUMIÑAHUI		CONSULCRÉDITO	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
15 a 19 años	22	14.1%	3	8.6%	0	0.0%
20 a 29 años	50	32.1%	12	34.3%	1	12.5%
30 a 39 años	39	25.0%	9	25.7%	2	25.0%
40 a 49 años	24	15.4%	5	14.3%	0	0.0%
50 a 59 años	13	8.3%	3	8.6%	1	12.5%
60 años en adelante	8	5.1%	3	8.6%	4	50.0%
TOTAL	156	100%	35	100.0%	8	100.0%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRAFICO 3.2



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Al conocer la edad de los clientes, las IFIS pueden analizar el portafolio de productos y servicios financieros, adecuándolos a las necesidades que se presenten de acuerdo a las edades de los clientes, por ejemplo: un plan de ahorro para jubilados

dirigido a personas mayores de 50 años, o una línea de crédito estudiantil para personas de 20 años en adelante, etc. Como se puede observar en el gráfico anterior el Banco Rumiñahui tiene el 74,29% de clientes cuyas edades fluctúan entre los 20 y 49 años; mientras que en el Banco del Pacifico lo representan el 72,43%; en Consulcrédito el 62.5%, de sus clientes son mayores de 50 años lo que se explica porque esta entidad ofrece servicios a personas jubiladas del Magisterio Ecuatoriano.

b) Género de los clientes de la entidad financiera.- Conocer el sexo de los clientes de la entidad financiera es muy importante para la institución porque nos permite ofrecer productos y servicios de acuerdo a las necesidades de cada género.

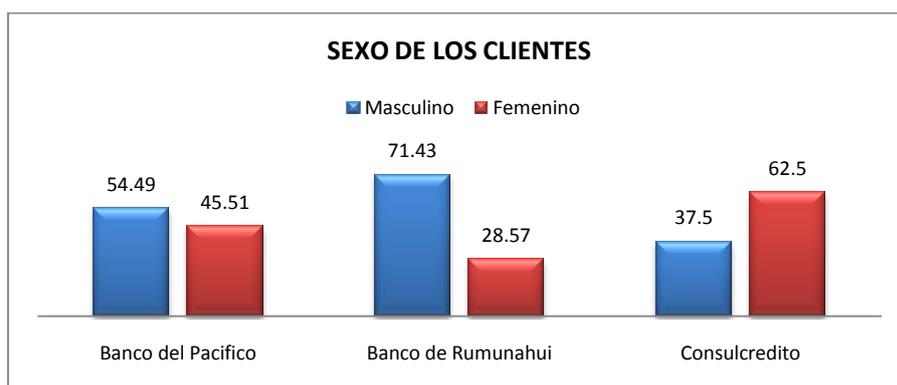
CUADRO 3.3 GÉNERO DE LOS CLIENTES

	PACIFICO		RUMIÑAHUI		CONSULCRÉDITO	
SEXO	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
Masculino	85	54.5%	25	71.4%	3	37.5%
Femenino	71	45.5%	10	28.6%	5	62.5%
TOTAL	156	100%	35	100.0%	8	100.0%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRAFICO 3.3



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Se puede observar que no existe un patrón en la distribución en el género de los clientes de las entidades financieras que se están estudiando, debido a que en el Banco del Pacifico el 54,49% son de sexo masculino mientras que el 45,51% son de sexo femenino, con lo cual se puede concluir que hay una leve mayoría de varones,

sucede algo similar en el caso del Banco Rumiñahui ya que por cada 10 clientes encuestados aproximadamente 7 son de sexo masculino, este resultado se debe a ser una entidad financiera de las Fuerzas Armadas.

En lo concerniente a la Sociedad Financiera Consulcrédito se invierte la proporción ya que el 62.5% de sus clientes son mujeres, esto se debe ha que esta entidad financiera se dedica especialmente a las personas jubiladas del Magisterio Ecuatoriano, que en su gran mayoría son mujeres, como se puede evidenciar en el Censo del Magisterio Ecuatoriano 2001, el cual dio como resultado que más del 65% es de sexo femenino.

c) Nivel de instrucción de los clientes.- El hecho de conocer el nivel de educación de los clientes permite a las instituciones financieras, segmentar el mercado, dirigir los productos y servicios de acuerdo a estos segmentos.

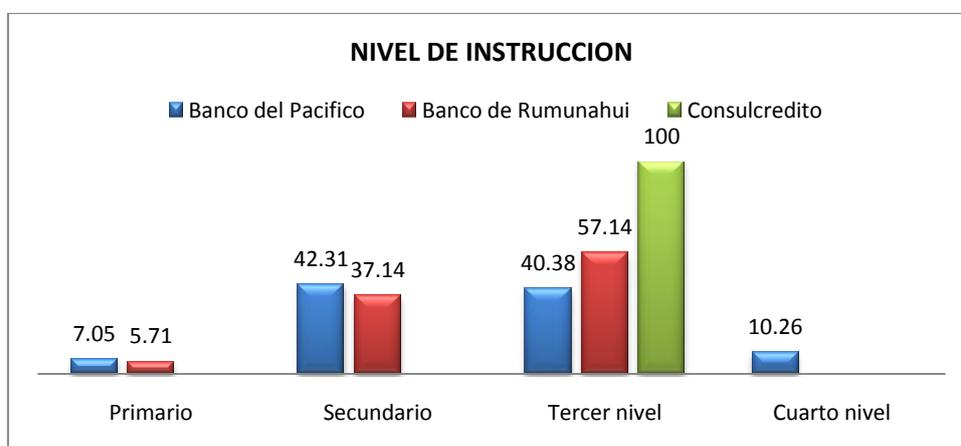
CUADRO 3.4 NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LOS CLIENTES

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	PACIFICO		RUMIÑAHUI		CONSULCRÉDITO	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
Primario	11	7.1%	2	5.7%	0	0.0%
Secundario	66	42.3%	13	37.1%	0	0.0%
Tercer nivel	63	40.4%	20	57.1%	8	100.0%
Cuarto nivel	16	10.3%	0	0.0%	0	0.0%
TOTAL	156	100%	35	100.0%	8	100.0%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRAFICO 3.4



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Se puede evidenciar que la gran mayoría de los clientes tienen un nivel de instrucción secundario y universitario, como lo demuestra el Banco del Pacifico que el 42,31% de los clientes encuestados tienen un nivel de instrucción secundario y un porcentaje casi similar como lo es el 40,38% poseen un título académico de tercer nivel, concluyendo que un mínimo porcentaje el 10,26% poseen título de cuarto nivel, mientras que el Banco Rumiñahui el 57,14% de las personas encuestadas poseen un título de tercer y un 37,14% son solo bachilleres, cabe indicar que en este apartado se encuentran clientes que se encuentran iniciando su carrera universitaria. Ocurre lo contrario con la Sociedad Financiera Consulcrédito ya que la misma posee en un 100% clientes que tienen un título de tercer nivel esto debido a que esta institución esta conformada por clientes del magisterio ecuatoriano que ya están jubilados.

Estos resultados permiten a las instituciones desarrollar nuevos proyectos para satisfacer las necesidades de sus clientes. Por ejemplo, se puede promocionar préstamos educativos para el desarrollo integral y colectivo de todos los clientes, logrando de esta manera contribuir e impulsar el desarrollo económico y social de la comunidad en general.

d) Situación laboral actual de los clientes.- Este ítem se ha planteado con el fin de conocer el nivel de ingresos, el grado de desempleo. Es decir la actividad actual de los clientes, para poder aplicar estrategias de introducción al mercado dentro de estos sectores.

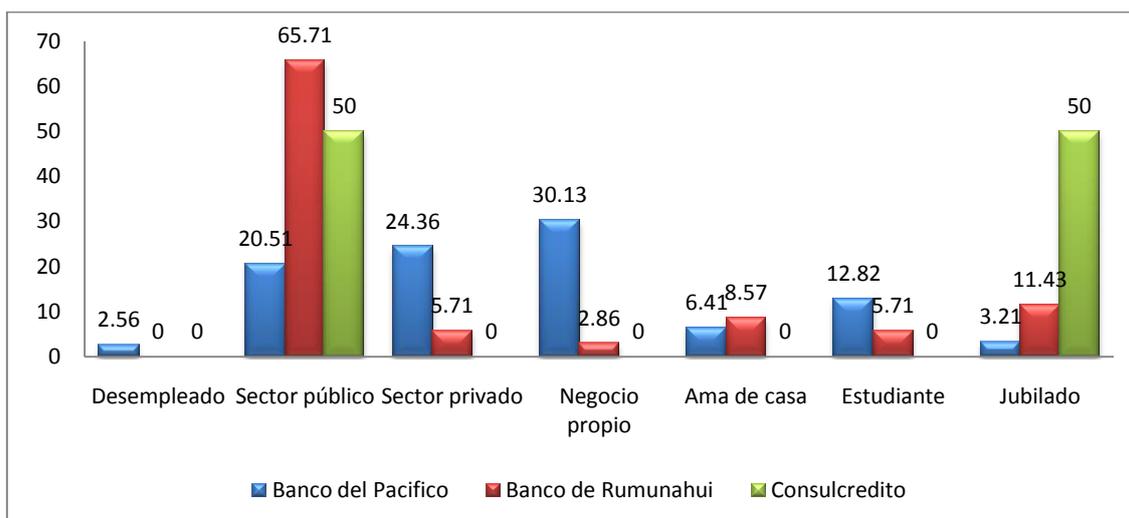
CUADRO 3.5.- SITUACIÓN LABORAL ACTUAL DE LOS CLIENTES

SITUACIÓN LABORAL	PACIFICO		RUMIÑAHUI		CONSULCRÉDITO	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
Desempleado	4	2.6%	0	0.0%	0	0.0%
Sector público	32	20.5%	23	65.7%	4	50.0%
Sector privado	38	24.4%	2	5.7%	0	0.0%
Negocio propio	47	30.1%	1	2.9%	0	0.0%
Ama de casa	10	6.4%	3	8.6%	0	0.0%
Estudiante	20	12.8%	2	5.7%	0	0.0%
Jubilado	5	3.2%	4	11.4%	4	50.0%
TOTAL	156	100%	35	100.0%	8	100.0%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRAFICO 3.5



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Los clientes del Banco del Pacífico en un 54,49% pertenecen al sector privado y negocio propio. El 65,71% de los clientes del Banco Rumiñahui pertenecen al sector público, debido a que esta entidad financiera pertenece a las Fuerza Armadas, esto permite determinar que las entidades financieras tienen segmentos poblacionales diferentes, el Banco Rumiñahui concentra su atención en el personal de las Fuerzas Armadas; y el Banco del Pacífico dirige su accionar hacia las pequeñas y grandes empresas.

En lo relacionado con la Sociedad Financiera Consulcrédito el resultado obtenido determina que el 50% pertenece al sector público en servicio activo y el otro 50% se refiere al sector de los jubilados debido a que esta entidad financiera se dedica a la captación de los fondos de pensiones jubilares del Magisterio Ecuatoriano.

e) Disponibilidad de una cuenta de correo electrónico.- Es importante conocer si los clientes de las instituciones financieras poseen una cuenta de correo electrónico con el objeto de determinar las mejores estrategias de comunicación Banco – Cliente. Actualmente, la mayoría de la población utiliza el correo electrónico para comunicarse y puede ser una herramienta muy interesante para las IFIS, ya que pueden mantener informados a sus clientes.

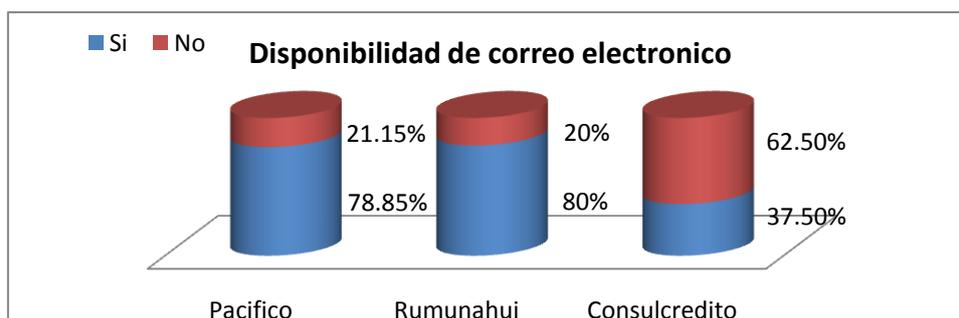
CUADRO 3.6.- DISPONIBILIDAD DE UNA CUENTA DE CORREO ELECTRÓNICO

DISPONIBILIDAD DE CORREO ELECTRÓNICO	PACIFICO		RUMIÑAHUI		CONSULCRÉDITO	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
Si	123	78.8%	28	80.0%	3	37.5%
No	33	21.2%	7	20.0%	5	62.5%
TOTAL	156	100%	35	100.0%	8	100.0%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRAFICO 3.6



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Como se puede observar en la gráfica los clientes del Banco del Pacifico en un 78,85% poseen una cuenta de correo electrónico y un 21,15% no disponen de este servicio, mientras que en el Banco Rumiñahui se puede observar algo similar ya que el 80% de los clientes encuestados poseen correo electrónico y un 20% no disponen de este recurso, por lo tanto se puede concluir que en la actualidad, esta herramienta esta tomando gran acogida por parte de la ciudadanía, como lo demuestran los resultados obtenidos en esta pregunta, esto en lo que tiene que ver a los clientes del Banco del Pacifico y Rumiñahui, sucede lo contrario con los clientes de la Sociedad Financiera Consulcrédito, que el 62,5% no disponen de correo electrónico, debido a que en su gran mayoría son personas mayores de 50 años y por ende este segmento, por su naturaleza no utiliza esta herramienta; mientras el 37,5% de clientes de esta institución si dispone de un correo electrónico.

f) Razones para tener correo electrónico.- Cada individuo tiene diferentes motivos para tener cuenta de correo electrónico, sea por circunstancias laborales o familiares las que conllevan a usar este medio.

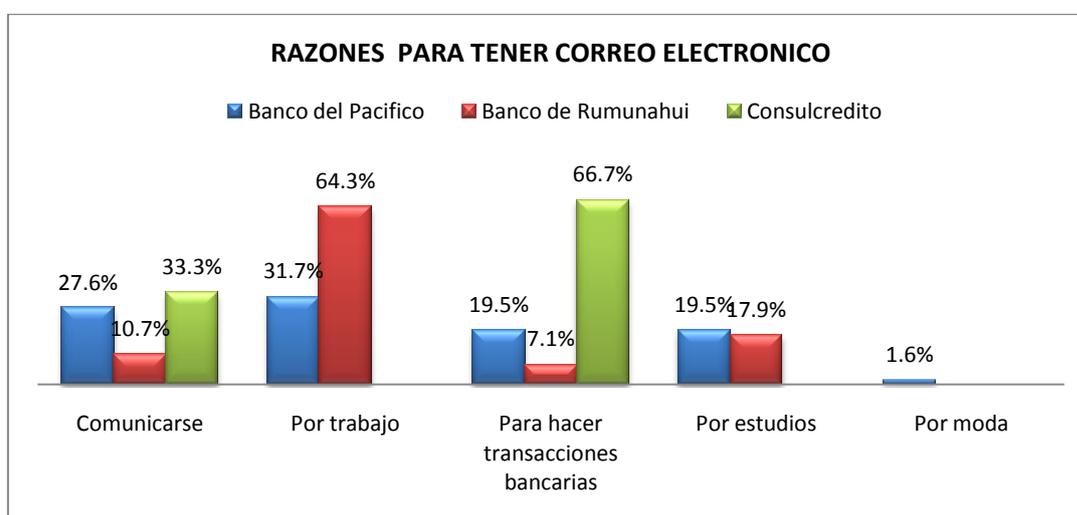
CUADRO 3.7.- RAZONES PARA TENER CORREO ELECTRÓNICO

RAZONES PARA TENER CORREO ELECTRÓNICO	PACIFICO		RUMIÑAHUI		CONSULCRÉDITO	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
Comunicarse con familia y amigos	34	27.6%	3	10.7%	1	33.3%
Por trabajo	39	31.7%	18	64.3%	0	0.0%
Por negocios	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Para hacer transacciones bancarias	24	19.5%	2	7.1%	2	66.7%
Por estudios	24	19.5%	5	17.9%	0	0.0%
Por moda	2	1.6%	0	0.0%	0	0.0%
TOTAL	123	100%	28	100.0%	3	100.0%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRAFICO 3.7



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

En este gráfico se muestra las principales razones que tienen los clientes de las entidades financieras para contar con una cuenta de correo electrónico. De los clientes encuestados del Banco del Pacífico supieron manifestar como primera razón que tienen para contar con una cuenta de correo electrónico es por motivos de trabajo en un 31,7%; como segunda razón se encuentra la comunicación con familiares y amigos en un 27,6%; y en tercer lugar encontramos por estudios y para hacer transferencias bancarias. Mientras que en el Banco Rumiñahui sucede lo contrario, la mayoría de clientes encuestados el 64,3% usan la cuenta de correo electrónico por motivo de trabajo, un 17,9% lo usan por el estudio y un 10,7% poseen cuenta de correo electrónico para comunicarse con familiares y amigos, este

resultado se debe a que la mayoría de sus clientes son miembros de las Fuerzas Armadas. En lo que respecta a la Sociedad Financiera Consulcrédito el 66,7% de clientes encuestados y que poseen cuenta de correo electrónico lo usan por motivos de trabajo mientras que el 33,3% les sirve como medio de comunicación con familiares y amigos.

g) Participación en una red social.- Actualmente debido al fácil acceso al internet ser parte de una red social se ha vuelto una práctica muy común en la actualidad.

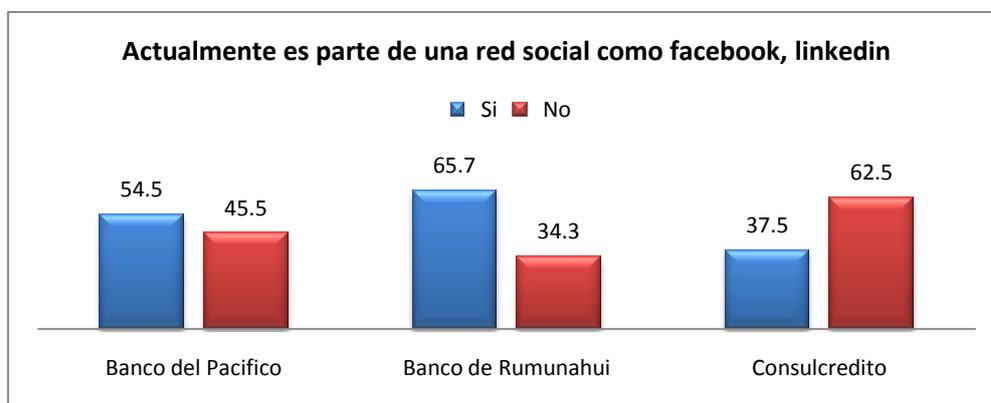
CUADRO 3.8. PARTICIPACIÓN EN UNA RED SOCIAL

PARTICIPACIÓN DE UNA RED SOCIAL	PACIFICO		RUMIÑAHUI		CONSULCRÉDITO	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
Si	85	54.5%	23	65.7%	3	37.5%
No	71	45.5%	12	34.3%	5	62.5%
TOTAL	156	100%	35	100.0%	8	100.0%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRAFICO 3.8



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Los resultados indican que 6 de cada 10 clientes del Banco del Pacifico cuentan con una red social, esto es el 54,5%, y el 45,5% no disponen de red social; algo similar sucede con el Banco Rumiñahui, que el 65,7% posee una cuenta de red social mientras que el 34,3% no tiene red social como Facebook, twitter; cabe aclarar que en la Sociedad Financiera Consulcrédito, ocurre todo lo contrario porque al ser una entidad dedicada a personas jubiladas es lógico que la mayoría no cuenten con cuenta de red social, ni con un correo electrónico.

El motivo por el cual no coinciden los valores de los clientes que tienen correo electrónico con esta pregunta, es que existen algunos clientes que tienen correo electrónico pero que no forman parte de una red social.

h) Razón para formar parte de una red social.- Cabe indicar, que en este cuadro el total de las encuestas es tomado solamente por el total de clientes que han contestado en la pregunta anterior que forman parte de una red social debido a que no tiene sentido realizar esta pregunta a los clientes que no poseen esta herramienta.

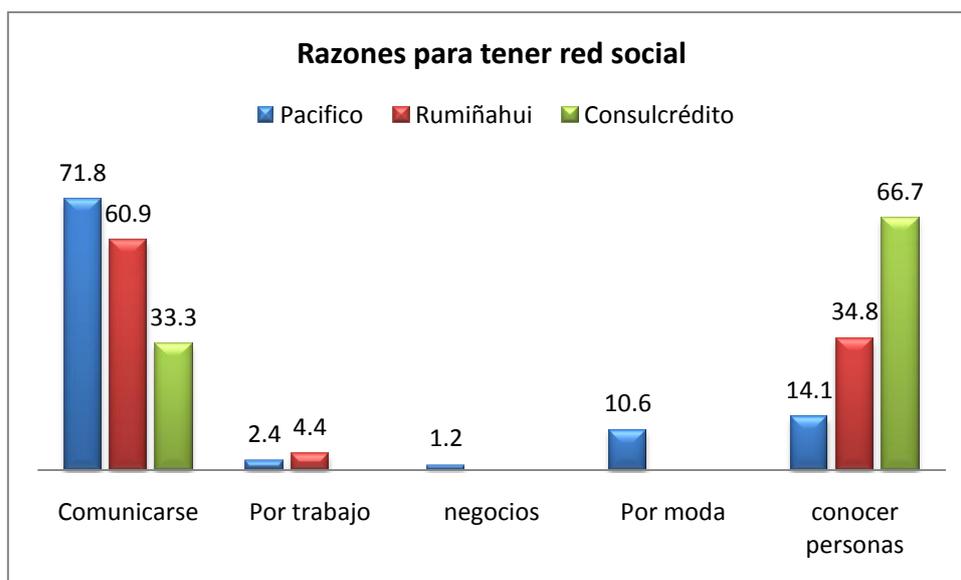
CUADRO 3.9. RAZÓN PARA FORMAR PARTE DE UNA RED SOCIAL

RAZONES PARA FORMAR PARTE DE UNA RED SOCIAL	PACIFICO		RUMIÑAHUI		CONSULCRÉDITO	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
Comunicarse con familia y amigos	61	71.8%	14	60.9%	1	33.3%
Por trabajo	2	2.4%	1	4.3%	0	0.0%
Por negocios	1	1.2%	0	0.0%	0	0.0%
Por moda	9	10.6%	0	0.0%	0	0.0%
Conocer personas	12	14.1%	8	34.8%	2	66.7%
TOTAL	85	100%	29	100.0%	4	100.0%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRAFICO 3.9



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Al consultar sobre la utilización de una red, el 71,8 % de los socios del Banco del Pacífico manifestaron que lo hacen para comunicarse con familiares. Y el 60,9% de los socios del Banco Rumiñahui manifiestan que el pertenecer a una red les permite comunicarse con familiares y amigos.

Este tema es importante debido a que permite conocer el grado de participación que tienen los clientes de estas entidades financieras, lo cual es interesante en el momento que estas entidades financieras implementen el servicio de consulta de saldo a través de los medios electrónicos. Como se puede observar de acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación las entidades bancarias no se encuentran aprovechando este medio para llegar a los clientes, que en la actualidad se ha convertido en la línea más importante de comunicación de la población joven y que podría servirles de mucha ayuda para promocionar sus productos y servicios y así captar más clientes potenciales.

3.1.3 ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE PRODUCTOS Y SERVICIOS

El estudio comparativo ayudará a determinar, cuáles son los productos y servicios de mayor aceptación en el mercado, y permitirá además medir el grado de satisfacción de los clientes. En base a este análisis las IFIS podrán definir nuevos productos, mejorar y complementar los existentes y proponer estrategias que permitan alcanzar una mayor competitividad en el mercado.

En este apartado se analizará los resultados obtenidos en base a la muestra que se ha establecido previamente.

a) Nombre del banco de mayor preferencia.- En este punto se analizará la importancia de la banca privada es decir al Banco del Pacífico y Banco Rumiñahui, mientras que la Sociedad Financiera Consulcrédito será analizada más adelante.

CUADRO 3.9.- NOMBRE DEL BANCO DE MAYOR PREFERENCIA

	FREC	PORC
PACIFICO	156	82%
RUMIÑAHUI	35	18%
TOTAL	191	100%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

De acuerdo a la investigación que se esta realizando y previo análisis de la distribución de la participación de las diferentes IFIS en Guayaquil se ha determinado efectuar una muestra de encuestas de los clientes del Banco del Pacifico y Rumiñahui.

Por lo tanto, el 82% de las personas encuestadas son clientes del Banco del Pacifico y el 18 % son clientes del Banco Rumiñahui; entre las razones de que exista mayor participación del Pacifico es por que su accionar está encaminado a satisfacer los requerimientos y necesidades de los pequeños, medianos y grandes empresarios. A más de ello brindar diversidad de servicios a la colectividad, además es importante mencionar que este banco es de la ciudad de Guayaquil y por lo tanto tiene mayor acogida en esta plaza. Cebe indicar, que la razón por la cual el Banco del Pacifico tiene mayor porcentaje, es debido a que realizamos mayores encuestas de esta institución, porque la muestra que nos ha sido entregada fue de 156 encuestas; mientras que del Banco Rumiñahui fueron solamente 35 encuestas.

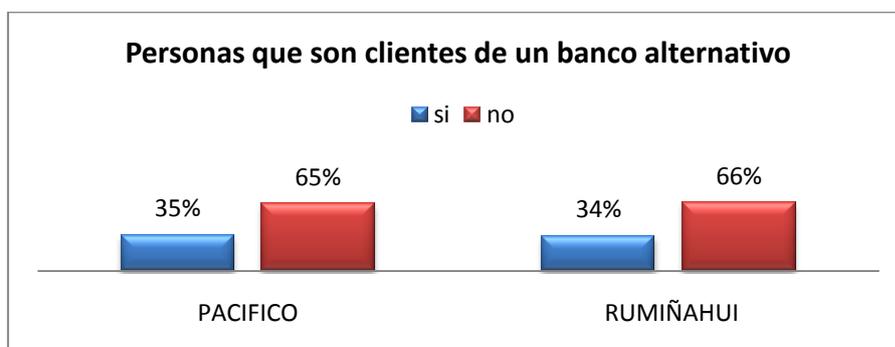
b) Bancos alternativos.- Dentro de nuestra investigación se ha considerado necesario analizar si los clientes de los Bancos Pacifico y Rumiñahui poseen además cuentas o son clientes de otro Banco alternativo.

CUADRO 3.10.- CLIENTES QUE TIENEN CUENTA EN OTRO BANCO

	PACIFICO		RUMIÑAHUI	
	Frec	Porc	Frec	Porc
Si	54	35%	12	34%
No	102	65%	23	66%

Elaboración: Las autoras
Fuente: Encuesta directa

GRAFICO 3.10



Elaboración: Las autoras
Fuente: Encuesta directa

Como se puede observar en la grafica anterior solamente el 35% de clientes del Banco del Pacifico mantienen cuenta en otro banco alternativo; algo similar sucede en el Banco Rumiñahui, estos resultados permiten manifestar que la mayoría de los clientes son fieles a estas instituciones, debido a la solvencia y atención que reciben los clientes al momento de acercarse a la institución a hacer uso de algún servicio.

c) Nombre de los principales bancos alternativos.- A continuación se presenta el nombre de los bancos alternativos que prefieren los clientes que poseen cuenta en otra entidad.

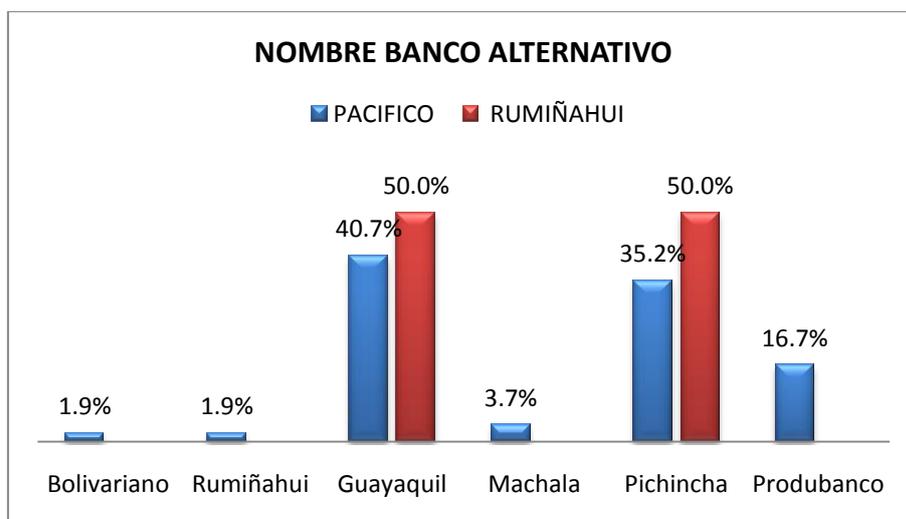
CUADRO 3.11. BANCO ALTERNATIVO

	PACIFICO		RUMIÑAHUI	
	Frec	Porc	Frec	Porc
Bolivariano	1	1.9%		
Rumiñahui	1	1.9%		
Guayaquil	22	40.7%	6	50%
Machala	2	3.7%		
Pichincha	19	35.2%	6	50%
Produbanco	9	16.7%		
TOTAL	54	100%	12	100%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRAFICO 3.11



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Como se puede observar, en el cuadro anterior los clientes del Banco del Pacifico que tienen cuenta en otro Banco, manifestaron en un 40.7% ser clientes del Banco de Guayaquil y un 35.2% del Banco Pichincha, algo similar sucede en los clientes encuestados del Banco Rumiñahui, ya que de los clientes que tienen cuenta en un banco alternativo, el 50% tienen cuenta en el Banco de Guayaquil y el 50% en el Banco del Pichincha.

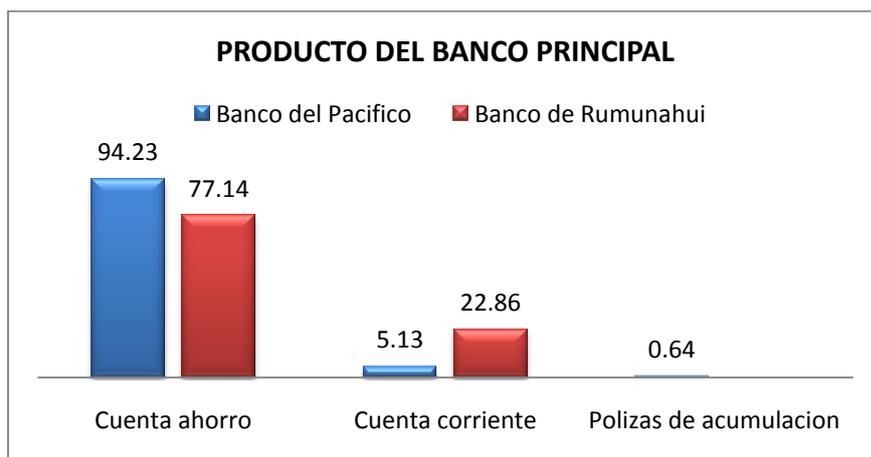
d) Producto de preferencia del banco.- Cada cliente acude a la institución financiera principalmente por un producto que ofrece la entidad en especial. A continuación se presentan los productos de preferencia de cada Banco.

CUADRO 3.12. PRODUCTO DE PREFERENCIA BANCO PRINCIPAL

	PACIFICO		RUMIÑAHUI	
	Frec	Porc	Frec	Porc
Cuenta ahorro	147	94.23%	27	77.14%
Cuenta corriente	8	5.13%	8	22.86%
Pólizas de acumulación	1	0.64%		
TOTAL	156	100%	35	100%

Elaboración: Las autoras
Fuente: Encuesta directa

GRAFICO 3.12



Elaboración: Las autoras
Fuente: Encuesta directa

Hay que destacar que el producto de mayor preferencia para los clientes es la cuenta de ahorro, de los clientes del Banco Rumiñahui 7 de cada 10 encuestados

manifiestan utilizar las cuentas de ahorro y los 3 restantes utilizan los servicios de cuenta corriente. Los clientes del Banco del Pacífico utilizan en un 94,2% la cuenta de ahorro y el 5,13 % los servicios de cuenta corriente; esto nos permite determinar qué tipo de clientes maneja cada una de las instituciones financieras por lo que el Banco del Pacífico se caracteriza por tener clientes ahorristas que en cierta forma inyectan recursos al sistema financiero local, en cambio los clientes del Banco Rumiñahui utilizan los servicios de cuenta corriente, que de pronto pueden estar constituidas por negociantes o empleados del sector público.

e) Producto de preferencia Banco Alternativo.- Conocer qué producto prefieren los clientes en la institución financiera alternativa y por qué son clientes de otro banco.

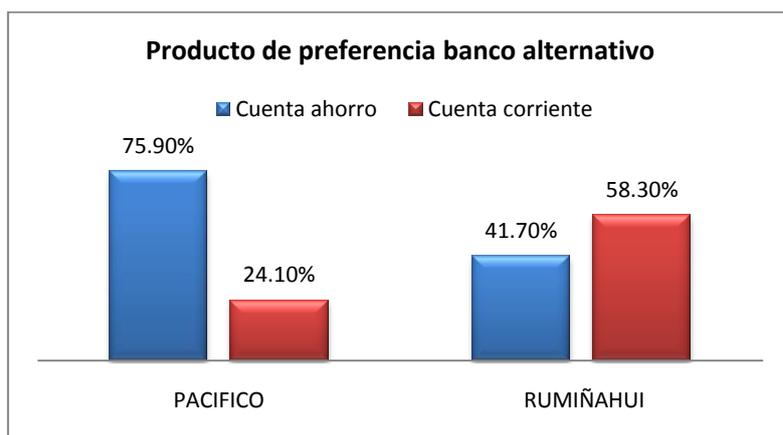
CUADRO 3.13.- PRODUCTO DE PREFERENCIA BANCO ALTERNATIVO

	PACIFICO		RUMIÑAHUI	
	Frec	Porc	Frec	Porc
Cuenta ahorro	41	75.9%	5	41.7%
Cuenta corriente	13	24.1%	7	58.3%
TOTAL	54	100.0%	12	100.0%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRAFICO 3.13



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

De los clientes encuestados que mantienen cuenta en otra institución en lo concerniente al Banco del Pacífico, el 75,9% prefieren la cuenta de ahorro; sucede lo

contrario con el Banco Rumiñahui que el 58,3% prefieren las cuentas corrientes como producto de preferencia.

f) **Servicio principal del banco de preferencia del cliente.-** Además es importante conocer los servicios que los clientes prefieren en otra entidad financiera, lo que permite que la entidad financiera evalúe los servicios que ofrecen.

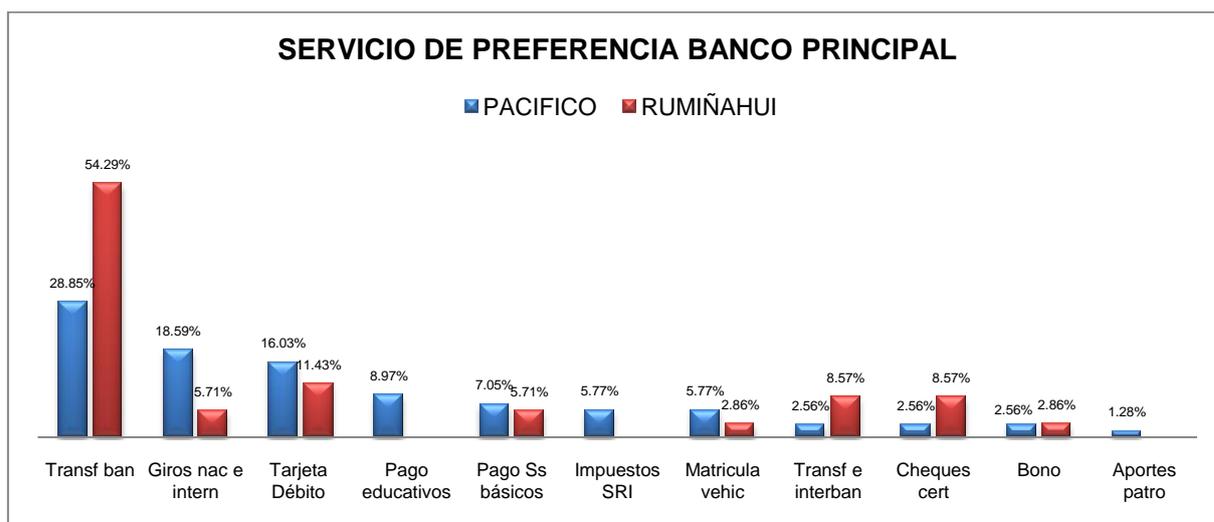
CUADRO 3.14 SERVICIO DE PREFERENCIA DEL CLIENTE BANCO PRINCIPAL

	PACIFICO		RUMIÑAHUI	
	Frec	Porc	Frec	Porc
Transferencias bancarias	45	28.85%	19	54.29%
Giros nacionales e internacionales	29	18.59%	2	5.71%
Tarjeta de Débito	25	16.03%	4	11.43%
Pago matrícula centros educativos	14	8.97%		
Pago Servicios básicos	11	7.05%	2	5.71%
Impuestos SRI	9	5.77%		
Matriculación vehicular	9	5.77%	1	2.86%
Transferencia interbancarias e interbancarios	4	2.56%	3	8.57%
Cheques certificados	4	2.56%	3	8.57%
Bono de desarrollo humano	4	2.56%	1	2.86%
Aportes patronales	2	1.28%		
TOTAL	156	100%	35	100%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRAFICO 3.14



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Como se puede observar los clientes de las instituciones financieras principalmente utilizan el servicio de transferencias bancarias nacionales e internacionales, el 28,9% en el Banco del Pacifico mientras sucede lo contrario con el Banco Rumiñahui que en este apartado tiene el 54,2%; en el apartado de giros nacionales e internacionales en el Banco del Pacifico asciende a 18,59% sucede lo contrario en el Banco Rumiñahui que solo tiene el 5,7%; y lo que también tiene una gran acogida es la tarjeta de débito, la misma que en la actualidad se está convirtiendo en la forma de retiro más rápido ahorrando mucho tiempo e incomodidades de hacer fila en los bancos; en el ítems del pago de servicios varios (básicos, matrícula de centros educativos, aportes al IESS, aportes al SRI, matriculación vehicular, etc.), el 28.84% corresponde al Banco del Pacifico, mientras el Banco Rumiñahui en lo que tiene que ver con servicios ocupa el 17.14%, además de estos servicios antes mencionados las dos instituciones brindan el servicio de pago del Bono de Desarrollo Humano.

g) Servicio de preferencia del banco alternativo.- Los servicios de preferencia de los clientes que tienen cuenta en otros bancos.

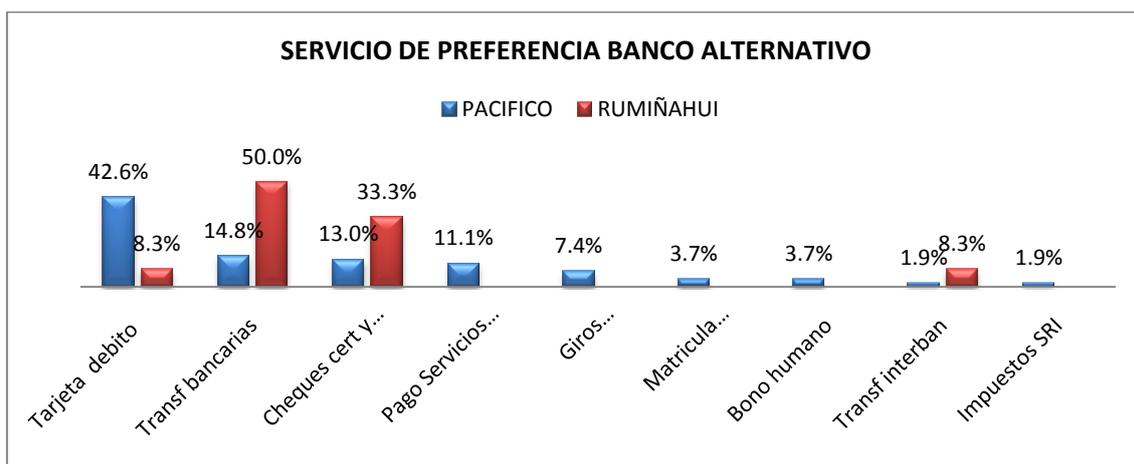
CUADRO 3.15.- SERVICIO DE PREFERENCIA DEL BANCO ALTERNATIVO

	PACIFICO		RUMIÑAHUI	
	Frec	Porc	Frec	Porc
Tarjeta de debito	23	42.6%	1	8.3%
Transferencias bancarias	8	14.8%	6	50.0%
Cheques certificados y gerencia	7	13.0%	4	33.3%
Pago Servicios básicos	6	11.1%		
Giros internacionales	4	7.4%		
Matriculación vehicular	2	3.7%		
Bono de desarrollo humano	2	3.7%		
Transferencia interbancarias	1	1.9%	1	8.3%
Impuestos SRI	1	1.9%		
TOTAL	54	100.0%	12	100.0%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.15



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Con respecto a los servicios que prefieren las personas encuestadas que son clientes de otros bancos en su mayoría utilizan el servicio de transferencias bancarias, otro servicio que se utiliza es el pago de cheques certificados y la utilización de la tarjeta de débito que también está dentro de los principales servicios de preferencia.

h) Razón para preferir ser clientes del banco principal.- Una vez que se ha realizado el análisis de los productos y servicios de preferencia de los clientes, a continuación se presenta la razón que las personas tienen para ser clientes de las instituciones objeto de estudio.

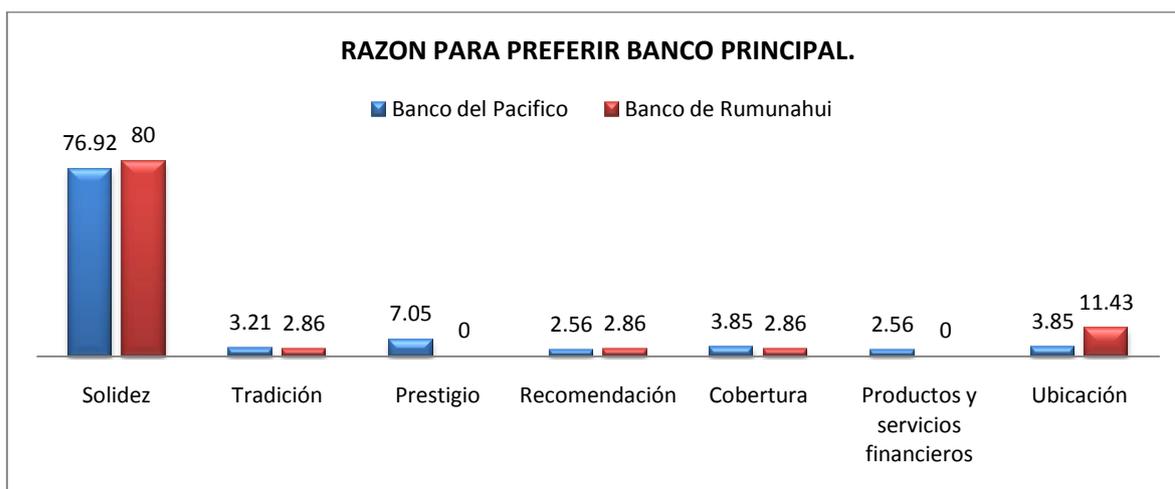
CUADRO 3.16.- RAZÓN PARA PREFERIR SER CLIENTES DEL BANCO PRINCIPAL

	PACIFICO		RUMIÑAHUI	
	Frec	Porc	Frec	Porc
Solidez	120	76.9%	28	80.0%
Tradición	5	3.2%	1	2.9%
Prestigio	11	7.1%	0	0.0%
Recomendación	4	2.6%	1	2.9%
Cobertura	6	3.8%	1	2.9%
Productos y servicios financieros	4	2.6%	0	0.0%
Ubicación	6	3.8%	4	11.4%
TOTAL	156	100.0%	35	100.0%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.16



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Estos resultados indican la importancia de la solidez demostrada en la trayectoria de estas instituciones para que las personas las prefieran, aportando a la confianza y por ende al desarrollo económico del país; el 77% de los clientes del Banco del Pacífico manifiestan que la solidez constituye la principal razón para preferir la institución; algo similar sucede con los resultados obtenidos en el Banco Rumiñahui, en el que vale resaltar además que le prefieren por la ubicación es otra razón importante y que se explica porque llega a casi todo el territorio Ecuatoriano por medio de la alianza con el Banco del Pichincha.

i) Razón para ser cliente de un banco alternativo.- Conocer las razones personales o laborales que tienen las personas para ser cliente de otro banco, como por ejemplo ubicación, cobertura, o por exigencias laborales, etc.

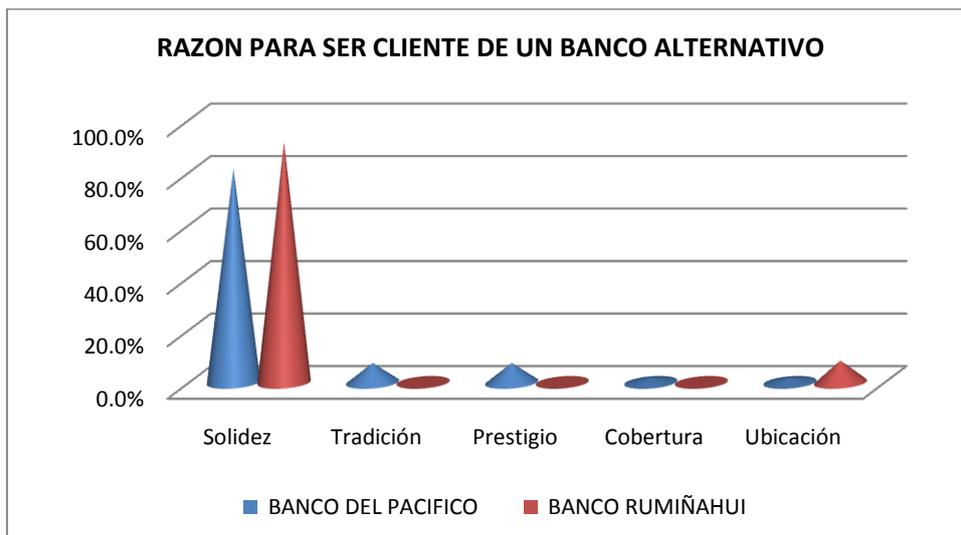
CUADRO 3.17.- RAZÓN PARA SER CLIENTE DE UN BANCO ALTERNATIVO

	PACIFICO		RUMIÑAHUI	
	Frec	Porc	Frec	Porc
Solidez	44	81.5%	11	91.7%
Tradición	4	7.4%	0	0.0%
Prestigio	4	7.4%	0	0.0%
Cobertura	1	1.9%	0	0.0%
Ubicación	1	1.9%	1	8.3%
TOTAL	54	100.0%	12	100.0%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.17



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Como se puede observar en el gráfico, los clientes que mantienen cuenta en otro banco ratifican la preferencia a esta entidad por razones de solidez demostrada a lo largo del tiempo que han sido clientes de esta institución viéndose beneficiada por la eficiencia y eficacia demostrada por el personal hacia la clientela.

j) Fidelidad de los clientes.- Permite identificar durante qué tiempo una persona es cliente de una entidad financiera, un cliente fiel es aquel que en una situación determinada, y cuando puede elegir, efectuará todas sus transacciones y servicios en la misma entidad, en un periodo, constituyéndose en una fortaleza para la entidad.

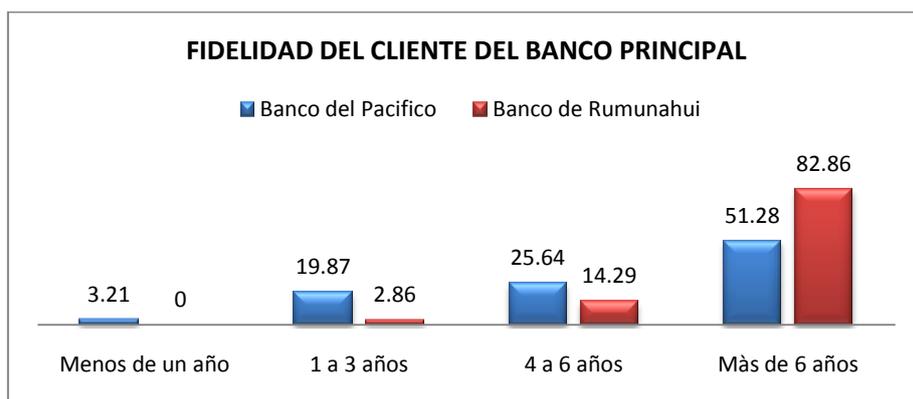
CUADRO 3.18.- FIDELIDAD DE LOS CLIENTES

	PACIFICO		RUMIÑAHUI	
	Frec	Porc	Frec	Porc
Menos de un año	5	3.2%		
1 a 3 años	31	19.9%	1	2.9%
4 a 6 años	40	25.6%	5	14.3%
Más de 6 años	80	51.3%	29	82.9%
TOTAL	156	100.0%	35	100.0%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRAFICO 3.18



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Como se puede observar la fidelidad consiste en crear el compromiso de ofrecer soluciones específicas a las necesidades individuales de cada cliente.

De este análisis se deduce que existe una mayor fidelidad de clientes en el banco Rumiñahui, debido a que esta entidad está constituida por las Fuerzas Armadas y deben mantener sus cuentas activas durante todo el tiempo de servicio por el trabajo que realizan y esto les permite definir nuevos servicios y productos financieros, toda vez que es un nicho de mercado conocido y que participa de las actividades que tiene el banco.

k) Fidelidad del cliente para el banco alternativo.- El tiempo durante el cual el cliente es fiel a otra institución bancaria dependerán de los beneficios y necesidades que tenga cada cliente y el tiempo en que se haya presentado esta.

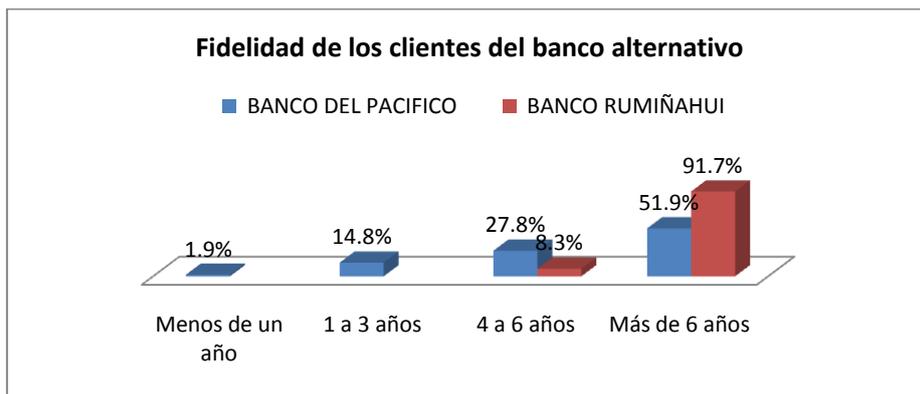
CUADRO 3.19.- FIDELIDAD DEL CLIENTE PARA EL BANCO ALTERNATIVO

	PACIFICO		RUMIÑAHUI	
	Frec	Porc	Frec	Porc
Menos de un año	1	1.9%	0	0.0%
1 a 3 años	8	14.8%	0	0.0%
4 a 6 años	17	31.5%	1	8.3%
Más de 6 años	28	51.9%	11	91.7%
TOTAL	54	100.0%	12	100.0%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.19



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Cabe indicar que del total de la muestra encuestada la cuarta parte de la misma tienen cuenta en otra institución financiera y en lo que respecta a la fidelidad de estos clientes la mayoría son clientes por más de 6 años, lo que nos indica que son clientes realmente fieles con estas otras instituciones bancarias ya sea por sus productos y servicios financieros que ofrecen o por situaciones laborales como es el caso de los miembros de las fuerzas armadas que les obligan a tener cuenta en el Banco Rumiñahui. Así como también esta demostración de fidelidad con las instituciones les ayudan a promover la diversidad y desarrollo integral de la comunidad en general.

3.2 LA COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE Y SERVICIO AL CLIENTE

Encontrar la mejor forma de comunicarse el cliente con la institución bancaria es uno de los apartados que toda entidad debe tener muy en cuenta porque de este resultado depende la eficacia y eficiencia de los directivos para guiar por el mejor camino a la institución, el servicio al cliente también es muy importante para la captación de nuevos usuarios que quieran formar parte de la institución así como también de la fidelidad de clientes.

3.2.1 COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE.- En este apartado se puede evidenciar los medios de comunicación con los cuales los clientes se pueden comunicar con la entidad financiera, siendo esta herramienta en la actualidad una de las principales preocupaciones de los directivos, debido a que los avances tecnológicos son una herramienta que se están usando con mayor apertura y con un crecimiento acelerado en la población joven.

PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN.- Con esta pregunta conoceremos el o los métodos empleados por el cliente para mantenerse comunicado con la entidad financiera. Esta parte se encuentra dividida en tres categorías de acuerdo al orden de importancia y mayor uso de los medios de comunicación.

a) Primer medio de comunicación del banco principal.- En esta parte se presenta los resultados de acuerdo a la investigación, sobre el medio de comunicación que los clientes usan con mayor frecuencia para estar comunicados con la entidad y realizar sus transacciones.

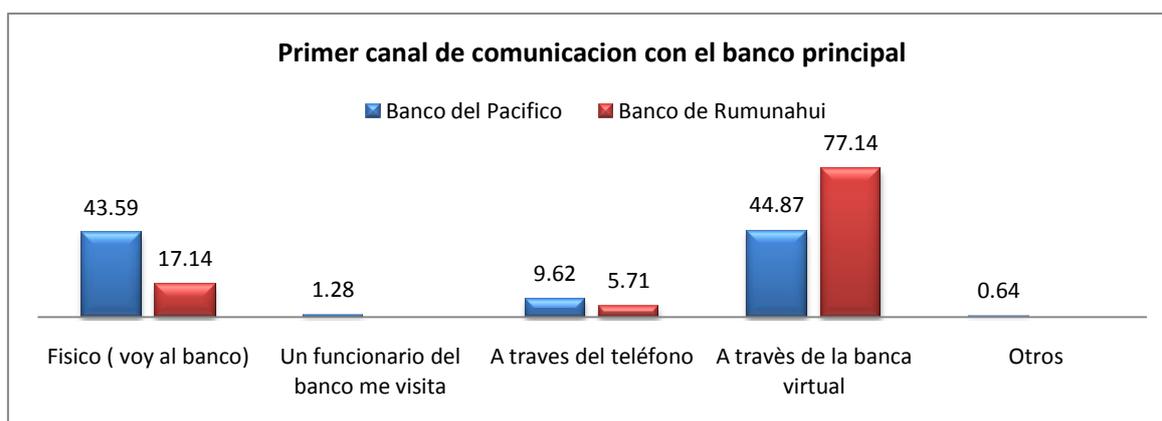
CUADRO 3.20.- PRIMER MEDIO DE COMUNICACIÓN

MEDIO DE COMUNICACIÓN	PACIFICO		RUMIÑAHUI	
	Frec	Porc	Frec	Porc
Físico (voy al banco)	68	43.59%	6	17.14%
Un funcionario del banco me visita	2	1.28%		
A través del teléfono	15	9.62%	2	5.71%
A través de la banca virtual	70	44.87%	27	77.14%
Otros	1	0.64%		

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.20



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Como es de conocimiento general los avances tecnológicos están formando parte de nuestro diario vivir, es por esto que la banca electrónica forma parte de los medios de comunicación, más usados en la actualidad y quizá llegue a convertirse en el futuro como un medio único de comunicación debido a sus múltiples beneficios como

son: ahorrar tiempo, facilidad para realizar las transacciones desde la comodidad de su casa y la rapidez con la que se ven los resultados.

Como se puede observar en el gráfico los canales de comunicación que emplean los clientes para utilizar los servicios de los bancos, son varios pero la banca virtual ocupa el porcentaje más alto se puede considerar que este resultado está constituido por los clientes encuestados comprendidos en edades de 15 a 39 años ya que estas personas tienen conocimientos básicos de la computación.

Seguido de este porcentaje se encuentran aquellos clientes que aun realizan las transacciones tradicionales que constituyen la visita física al banco para realizar sus transacciones o conversaciones con el personal de la entidad financiera.

Un mínimo porcentaje utilizan el teléfono, para mantenerse comunicados con los movimientos que tienen sus diferentes cuentas bancarias.

b) Segundo canal de comunicación del banco principal.- De acuerdo a los resultados obtenidos el segundo medio de comunicación que tiene el cliente con la institución, se presenta a continuación:

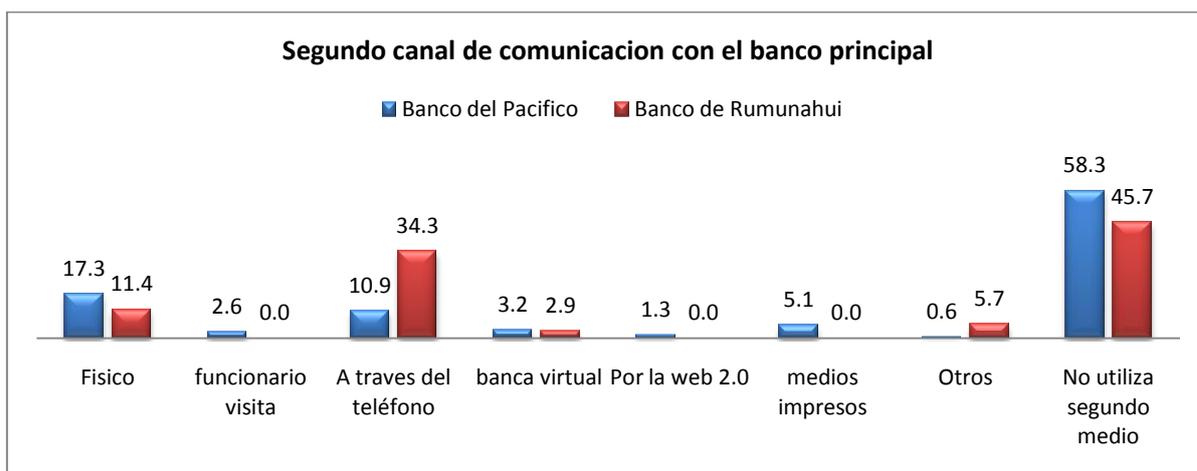
CUADRO 3.21 SEGUNDO MEDIO DE COMUNICACIÓN

	PACIFICO		RUMIÑAHUI	
	Frec	Porc	Frec	Porc
Físico (voy al banco)	27	17.31%	4	11.43%
Un funcionario del banco me visita	4	2.56%		
A través del teléfono	17	10.90%	12	34.29%
A través de la banca virtual	5	3.21%	1	2.86%
A través de la web 2.0	2	1.28%		
A través de medios impresos	8	5.13%		
Otros	1	0.64%	2	5.71%
No utiliza segundo medio	91	58.33%	16	45.71%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.21



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Como un segundo método que han utilizado las personas encuestadas para comunicarse con la entidad financiera, según los resultados obtenidos es la comunicación por vía telefónica, siendo esta una transmisión de datos que también ayuda a los clientes ahorrándoles tiempo tanto en transportarse al Banco como en obtener una respuesta a sus transacciones. Cabe indicar que más del 50% de clientes usan un solo medio de comunicación con la institución, lo que indica que los bancos deberían promocionar los diferentes medios de comunicación Banco – cliente.

c) **Tercer medio de comunicación del cliente con el Banco principal.-** Según la investigación, realizada en esta parte se presentan los resultados de la tercera opción que tienen los clientes para mantenerse en contacto con la entidad.

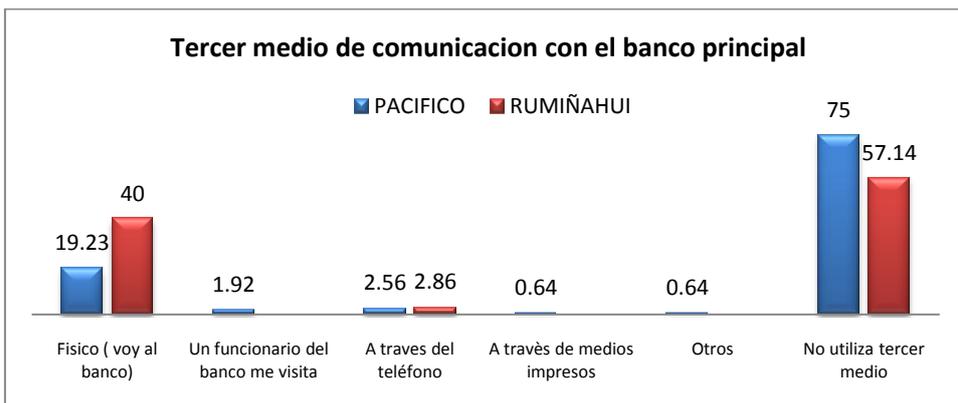
CUADRO 3.22 TERCER MEDIO DE COMUNICACIÓN

	PACIFICO		RUMIÑAHUI	
	Frec	Porc	Frec	Porc
Físico (voy al banco)	30	19.23%	14	40%
Un funcionario del banco me visita	3	1.92%		
A través del teléfono	4	2.56%	1	2.86%
A través de medios impresos	1	0.64%		
Otros	1	0.64%		
No utiliza tercer medio	117	75%	20	57.14%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.22



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Según los resultados obtenidos se puede evidenciar que como tercer canal de comunicación con la entidad financiera se encuentra la visita física al banco por parte de los clientes, por lo tanto se puede concluir que debido al gran crecimiento y acogida que han tenido los avances tecnológicos la ciudadanía está optando por realizar las transacciones bancarias desde la comodidad de sus hogares, siendo esto de mucho beneficio tanto para el cliente como para la institución ya que se ahorra tiempo y dinero, a la vez se recibe un servicio optimo.

Como se puede observar en la gráfica la mayoría de los clientes de las dos instituciones no cuentan con un tercer medio para comunicarse con la entidad.

d) **Principal medio de comunicación con el banco alternativo.-** Conocer cuál es el medio de comunicación principal que los clientes que tienen cuenta en dos instituciones financieras usan más frecuentemente para comunicarse con la entidad.

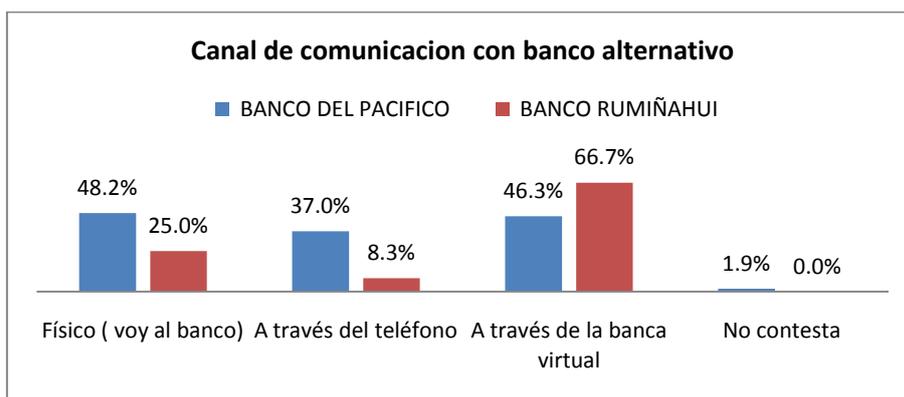
CUADRO 3.23. PRINCIPAL MEDIO DE COMUNICACIÓN CON EL BANCO ALTERNATIVO

	PACIFICO		RUMIÑAHUI	
	Frec	Porc	Frec	Porc
Físico (voy al banco)	26	48.1%	3	25.0%
A través del teléfono	2	3.7%	1	8.3%
A través de la banca virtual	25	46.3%	8	66.7%
No contesta	1	1.9%	0	0.0%
TOTAL	54	100.0%	12	100.0%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.23



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Se puede evidenciar de acuerdo a los resultados obtenidos que las personas que son clientes de otro banco, usan la banca virtual como principal medio de comunicación con la entidad financiera, esto debido a los avances tecnológicos, como cajeros automáticos, transferencias bancarias, vía internet, etc., que existen en la actualidad lo que brinda a este canal de comunicación una gran importancia para el desarrollo integral y económico de la comunidad.

3.2.2 SERVICIO AL CLIENTE.- La atención que reciben los clientes al momento de acudir a la entidad financiera, por parte del personal, debe ser muy eficiente, tratando siempre de crear en el cliente una buena impresión y sobrepasando las expectativas que trae el mismo, debido a que de esto depende la fidelidad y crecimiento institucional de toda institución.

a) Cómo valora el servicio al cliente.- Conocer que piensa el cliente, luego de haber recibido su atención, saber si está o no satisfecho, es la principal preocupación de toda institución, ya que de esto depende el éxito de una institución, debido a que los clientes son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios.

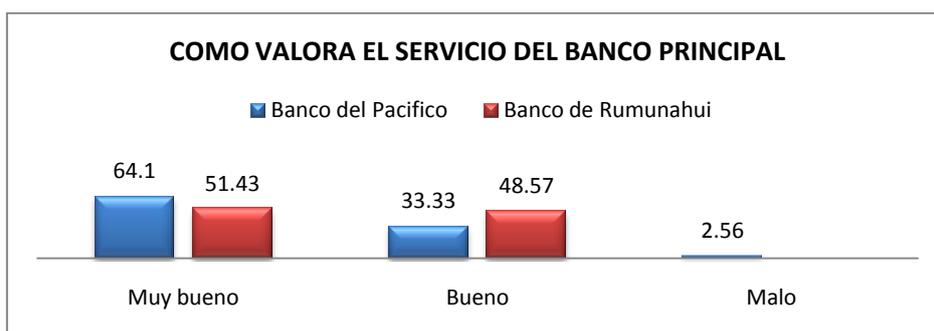
CUADRO 3.24. CÓMO VALORA EL SERVICIO AL CLIENTE

	PACIFICO		RUMIÑAHUI	
	Frec	Porc	Frec	Porc
Muy bueno	100	64.10	18	51.43
Bueno	52	33.33	17	48.57
Malo	4	2.56		
TOTAL	156	100	35	100

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.24



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Es importante conocer los servicios que otorgan las entidades financieras, por ello se les pregunto a los clientes: Como valoran el servicio que prestan los bancos a lo que los clientes del Banco del Pacífico el 64,10 % respondieron que el servicio es muy bueno, el 33,33 % lo considera bueno; en cambio los clientes del Banco Rumiñahui el 51,43 % manifiestan que el servicio es muy bueno y el 48,57 % lo consideran bueno. Estos elementos son importantes toda vez que a los directivos de estas financieras les permitirá definir nuevas estrategias para lograr la aceptación total de los clientes.

b) Como valora el servicio del banco alternativo.- No solamente interesa conocer cómo se sintió el cliente en la entidad financiera principal, sino también cómo fue atendido en la otra entidad y conocer cómo valora esta atención

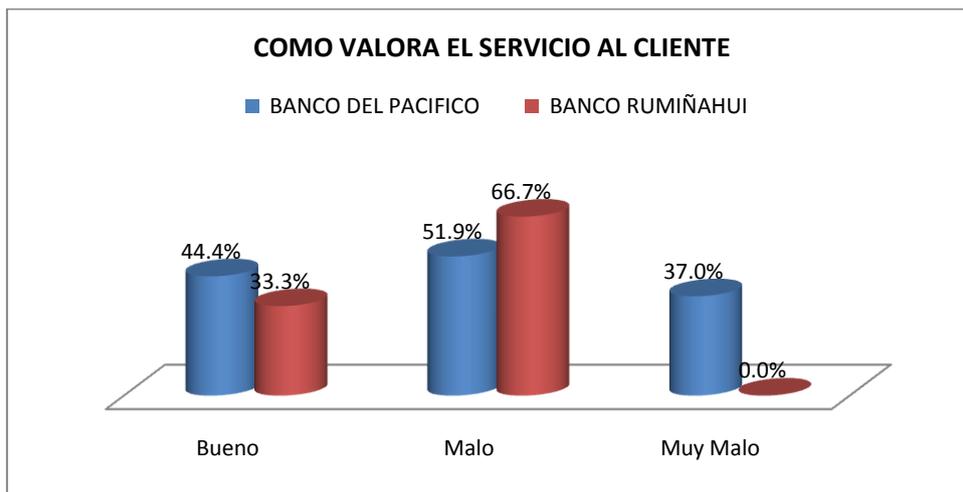
CUADRO 3.25. COMO VALORA EL SERVICIO DEL BANCO ALTERNATIVO

	PACIFICO		RUMIÑAHUI	
	Frec	Porc	Frec	Porc
Muy bueno				
Bueno	24	44.4%	4	33.3%
Malo	28	51.9%	8	66.7%
Muy Malo	2	3.7%		
TOTAL	54	100.0%	12	100.0%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.25



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Como se puede observar en el gráfico la atención que reciben los clientes en el banco alternativo es malo en su mayoría, según lo demuestran los resultados obtenidos, lo que se puede evidenciar que los clientes están descontentos con el servicio recibido por parte de los empleados de las instituciones encargadas de brindar información y servicio a los usuarios. Se puede concluir que es un reto de estas entidades el mejoramiento de la atención a los clientes para que estos queden satisfechos en su totalidad.

Mejoras para el banco principal.- Los clientes son la base para el mantenimiento y fortalecimiento de la institución, es por ello que proponen a las instituciones se ejecuten mecanismos de perfeccionamiento de los productos y servicios que ofrece la entidad financiera. Este apartado ha sido dividido en 3 categorías con el fin que el cliente elija las diferentes opciones en orden de importancia.

a) Primera mejora que el cliente propone para el banco principal.- En este apartado hemos considerado tres mejoras en orden de importancia para el cliente.

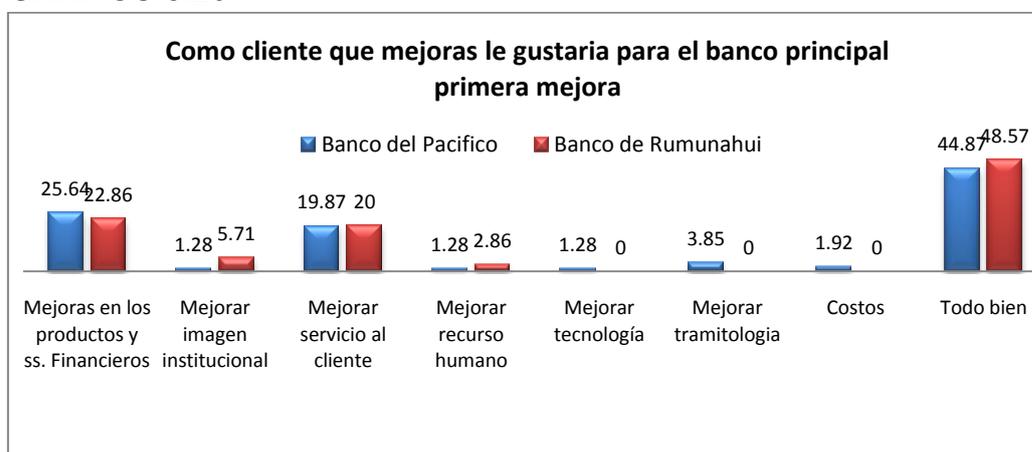
CUADRO 3.26. MEJORAS PARA EL BANCO PRINCIPAL

	PACIFICO		RUMIÑAHUI	
	Frec	Porc	Frec	Porc
Mejoras en los productos y servicios financieros	40	25.6%	8	22.86%
Mejorar imagen institucional	2	1.3%	2	5.71%
Mejorar servicio al cliente	31	19.9%	7	20.00%
Mejorar recurso humano	2	1.3%	1	2.86%
Mejorar tecnología	2	1.3%		
Mejorar tramitología	6	3.8%		
Costos	3	1.9%		
Todo bien	70	44.9%	17	48.57%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.26



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Como se puede observar en el gráfico de cada 10 personas encuestadas 5 manifiestan que todo esta bien, en la entidad financiera, mientras que el 25% manifiestan, que deberían mejorar los productos y servicios financieros que ofrece la institución, con este resultados se puede manifestar, que las entidades financieras aun deben mejorar mucho mas en los que respecta a productos y servicios; así como también en la atención que brindan a sus clientes.

Mientras que el otro 25% esta distribuido entre los clientes, que opinan que se debe mejorar la imagen institucional, el recurso humano y la tecnología, de lo que se deduce que aun falta mucho por mejorar en las entidades bancarias y una gran cantidad de clientes se encuentran descontentos con los servicios recibidos.

b) Segunda mejora propuesta para el banco principal.- Cabe indicar que no todos los clientes piensan lo mismo, en lo concerniente a las mejoras que se pueden plantear a la entidad financiera para su mejoramiento continuo y retroalimentación de los servicios ofrecidos y que demandan con mayor frecuencia los clientes.

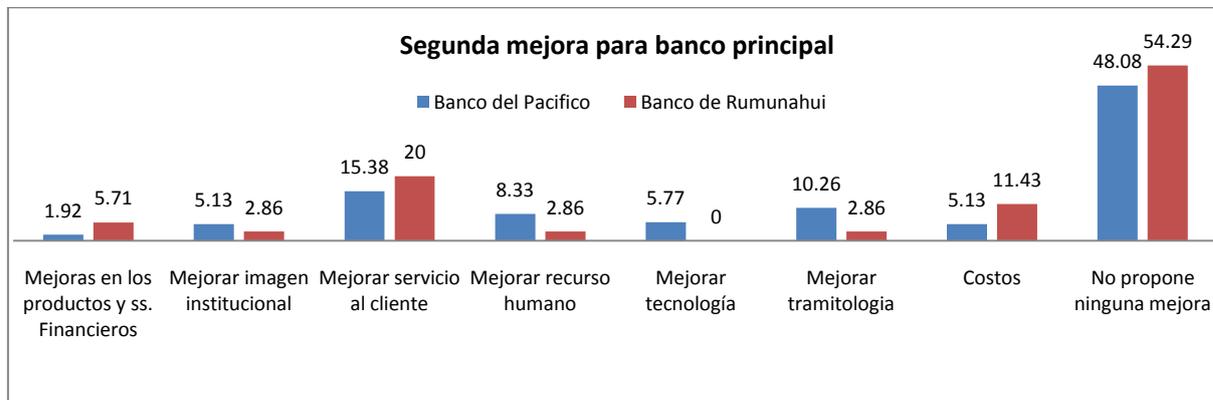
CUADRO 3.27. SEGUNDA MEJORA PARA EL BANCO PRINCIPAL

MEJORA PARA EL BANCO PRINCIPAL	PACIFICO		RUMIÑAHUI	
	Frec	Porc	Frec	Porc
Mejoras en los productos y servicios financieros	3	1.92	2	5.71
Mejorar imagen institucional	8	5.13	1	2.86
Mejorar servicio al cliente	24	15.38	7	20.00
Mejorar recurso humano	13	8.33	1	2.86
Mejorar tecnología	9	5.77	0	0.00
Mejorar tramitología	16	10.26	1	2.86
Costos	8	5.13	4	11.43
No propone ninguna mejora	75	48.08	19	54.29

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.27



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Como se puede observar, la segunda opción de mejora que opinan los clientes, es que se debería mejorar la atención al cliente, este resultado permite evidenciar que los clientes, no han salido totalmente satisfechos en las situaciones que han visitado al banco a realizar sus transacciones y por ende los directivos deberían tomar cartas en el asunto, ya sea capacitando al personal para mejorar la atención al cliente y cumpliendo a cabalidad las perspectivas de los mismos. También se puede mencionar que más del 50% opinan que todo está bien en la institución.

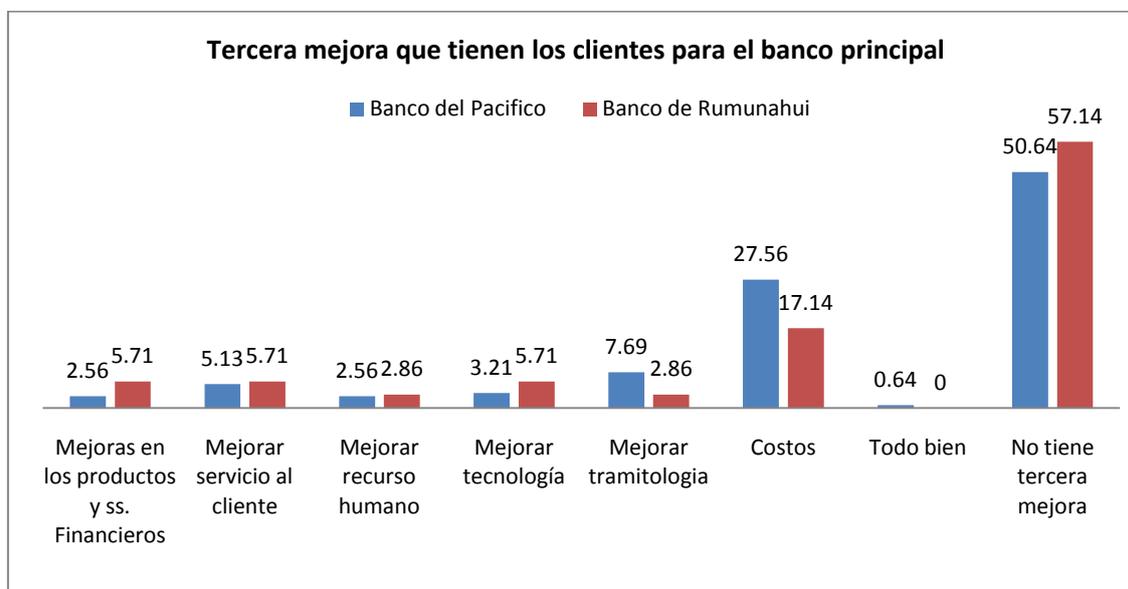
c) **Tercera mejora propuesta por los clientes para el banco principal.**- En esta opción los clientes mencionan lo que es de prioridad para realizar la retroalimentación que vaya en beneficio de la institución financiera y la satisfacción propia del cliente. Toda institución financiera debe pensar en la innovación y retroalimentación; y que mejor que sus los clientes le ayudan a conocer en que asuntos esta fallando.

CUADRO 3.28. TERCERA MEJORA PARA EL BANCO PRINCIPAL

	PACIFICO		RUMIÑAHUI	
	Frec	Porc	Frec	Porc
Mejoras en los productos y ss. Financieros	4	2.56	2	5.71
Mejorar imagen institucional	0	0.00	0	0.00
Mejorar servicio al cliente	8	5.13	2	5.71
Mejorar recurso humano	4	2.56	1	2.86
Mejorar tecnología	5	3.21	2	5.71
Mejorar tramitología	12	7.69	1	2.86
Costos	43	27.56	6	17.14
Todo bien	1	0.64	0	0.00
No tiene tercera mejora	79	50.64	20	57.14

Elaboración: Las autoras
Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.28



Elaboración: Las autoras
Fuente: Encuesta directa

Como se puede observar no todos los clientes proponen tres mejoras al banco y cada vez va incrementando más el porcentaje de clientes que sólo tiene una o dos mejoras para el Banco.

En cuanto a la tercera mejora que los clientes proponen a la entidad financiera es sobre los costos, debido que un gran porcentaje de los clientes no están de acuerdo con los costos que están cobrando las entidades financieras por los productos y servicios que ofrecen, 3 de cada 5 clientes mencionan que los costos son extremadamente altos para el servicio que reciben, esto en lo que tiene que ver con el Banco del Pacífico, y sucede algo similar en el Banco Rumiñahui, aunque también opinan que se debe mejorar la tecnología y tramitología para facilitar el acceso a los prestamos que ofertan.

d) Mejoras para el banco alternativo.- Con la información recabada en esta investigación le proporcionan a la entidad el conocimiento respectivo de las fallas que presentan tanto en los productos, servicios, imagen y servicio al cliente, y proponer estrategias respectivas para la retroalimentación y corrección de errores encontrados.

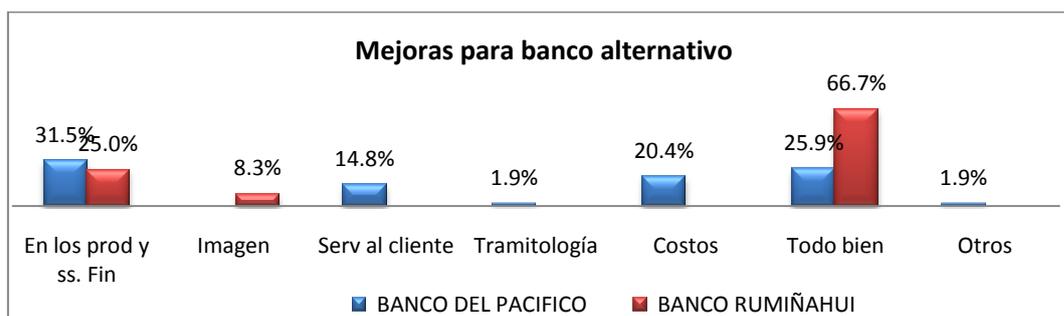
CUADRO 3.29.- MEJORAS PARA EL BANCO ALTERNATIVO

	PACIFICO		RUMIÑAHUI	
	Frec	Porc	Frec	Porc
Mejoras en los productos y ss. Financieros	17	31.5%	3	25.0%
Mejorar imagen institucional	0	0.0%	1	8.3%
Mejorar servicio al cliente	10	18.5%	0	0.0%
Mejorar tramitología	1	1.9%	0	0.0%
Costos	11	20.4%	0	0.0%
Todo bien	14	25.9%	8	66.7%
Otros	1	1.9%	0	0.0%
TOTAL	54	100.0%	12	100.0%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.29



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

En lo que respecta a las mejoras propuestas para el banco alternativo los clientes han sabido manifestar que lo que más necesitaría un mayor esfuerzo y cambio es en lo que concierne a productos y servicios financieros. Aunque cabe indicar que a los encuestados en el Banco Rumiñahui y que son clientes de otro banco, el 66% manifestaron que todo esta bien, no sucede lo mismo en los encuestados en el Banco del Pacífico, que proponen mejorar en lo concerniente a productos y servicios.

3.4 SOCIEDAD FINANCIERA CONSULCRÉDITO

Como indicamos al inicio la tercera institución investigada es la Sociedad Financiera Consulcrédito, de la misma que obtuvimos los siguientes resultados.

Para esta investigación hemos tomado como muestra solamente 8 encuestas siendo este número tomado como población total.

La sociedad financiera que hemos aplicado la encuesta es la Consultcrédito es por esto que la población es de 8 encuestas lo cual representa el 4,02% del sistema financiero encuestado.

Producto financiero de mayor preferencia.- Conocer las preferencias de los clientes por uno o más productos, es de vital importancia para la entidad, ya que de acuerdo a esta información podrán tomar decisiones estratégicas en beneficio del cliente y la institución.

CUADRO. 3.30.- PRODUCTO FINANCIERO DE MAYOR PREFERENCIA

PRODUCTO FINANCIERO	Frecuencia	Porcentaje
Certificados financieros (depósitos a plazo fijo)	8	100%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Por el resultado obtenido se puede manifestar que todos los clientes encuestados utilizan el producto financiero de los certificados financieros de depósito o depósitos a plazo fijo que ofrece la sociedad financiera, a sus clientes afiliados del Magisterio Ecuatoriano.

Servicio de preferencia por los clientes de la entidad financiera.- En este apartado se investiga cuál es el servicio que tiene mayor preferencia de uso por los clientes de la Sociedad Financiera Consultcrédito.

CUADRO 3.31.- SERVICIO DE PREFERENCIA POR LOS CLIENTES

SERVICIO FINANCIERO	Frecuencia	Porcentaje
Giros y transferencias internacionales	8	100%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Como se puede observar el servicio financiero que prefieren los clientes de la Sociedad Financiera Consultcrédito en su totalidad son los giros y transferencias internacionales servicio que usan los encuestados para enviar y recibir remesas desde el exterior.

Razones para ser cliente de la Sociedad Financiera Consultcrédito.- permite conocer los motivos por los cuales se prefiere una u otra institución, siendo estos realmente variados de acuerdo a la personalidad y necesidades de los clientes, sean estas personales o laborales. De acuerdo a las encuestas realizadas, se permitió a los encuestados ordenar esta pregunta en 3 partes, de acuerdo a la importancia de cada uno.

CUADRO 3.32. RAZONES PARA SER CLIENTE

Primera razón para ser cliente	Frecuencia	Porcentaje
Solidez	8	100%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Conforme a los resultados obtenidos la principal razón para ser cliente de la sociedad financiera es la solidez de la misma, siendo este su principal pilar en lo que tiene que ver con el sistema financiero y lo que más acogida tiene por la población encuestada.

Segunda razón para ser cliente de la Sociedad Financiera Consultcrédito.- En orden de importancia la segunda razón para ser cliente de una institución u otra depende de los gustos de la población y las necesidades que tienen que satisfacer individualmente.

CUADRO 3.33. SEGUNDA RAZÓN PARA SER CLIENTE

Segunda razón para ser cliente	Frecuencia	Porcentaje
Tradición	1	12.50%
Prestigio	4	50.00%
Cobertura	1	12.50%
Productos y servicios financieros	1	12.50%
Costos	1	12.50%
TOTAL	8	100.00%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.33



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

La segunda razón para escoger la sociedad financiera como entidad preferida de acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación es por el prestigio que tiene

esta institución, cabe indicar que no tiene muchos años de experiencia pero debido a los productos que ofrece al Magisterio Ecuatoriano jubilado y en servicio se ha convertido en una entidad preferida por este sector.

Tercera razón para ser cliente de la sociedad financiera.- Elegir una tercera opción para ser cliente de la sociedad financiera brinda a la entidad la confianza y oportunidades para ingresar a un nuevo mercado financiero.

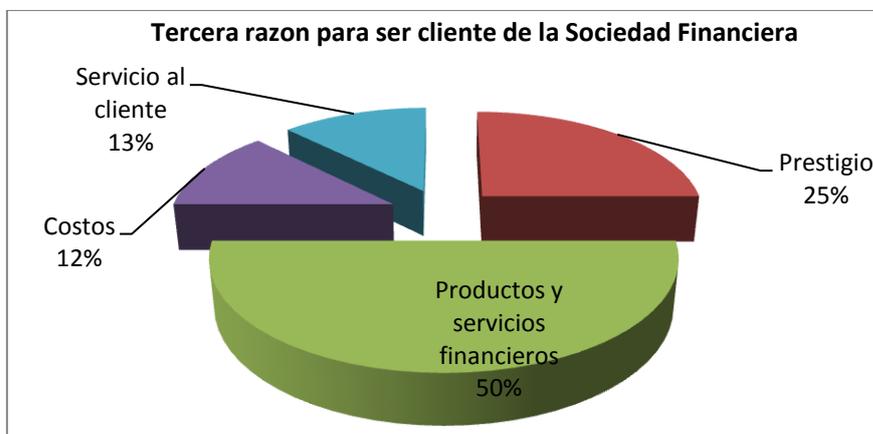
CUADRO 3.34. TERCERA RAZÓN PARA SER CLIENTE

	Frecuencia	Porcentaje
Prestigio	2	25.00
Productos y servicios financieros	4	50.00
Costos	1	12.50
Servicio al cliente	1	12.50
TOTAL	8	100.00

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.34



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Por el resultado obtenido se puede manifestar que la tercera razón para ser cliente de la Sociedad Financiera Consultcrédito es por los productos y servicios financieros que ofrece la institución beneficiando a diversos sectores descuidados por las otras instituciones del sistema financiero.

Fidelidad de los clientes.- Conocer que tiempo los clientes forman parte de la institución financiera, es un punto muy importante para las entidades ya que permite fortalecer la confianza y solvencia de la entidad.

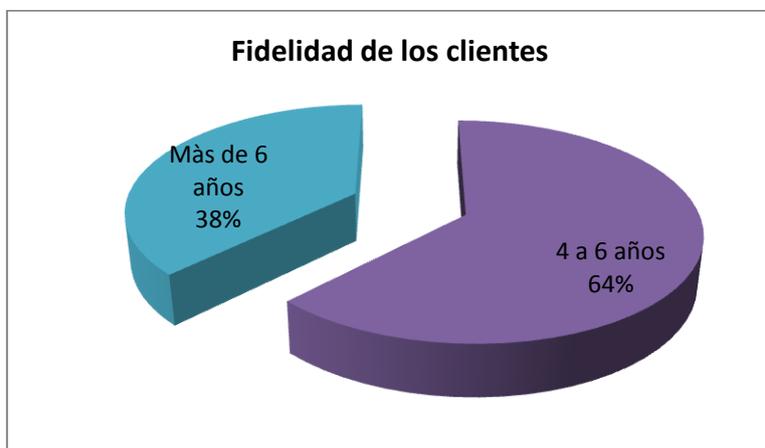
CUADRO 3.35. FIDELIDAD DE LOS CLIENTES

	Frecuencia	Porcentaje
De 4 a 6 años	5	62%
Más de 6 años	3	38%
TOTAL	8	100.00

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.35.



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

La población encuestada supo manifestar que es cliente de la Sociedad Financiera en su mayoría de 4 a 6 años, esto nos indica que de cada 10 clientes 6 son clientes por el lapso de 4 a 6 años; mientras que los otros 4 restantes son clientes por más de 6 años, esto nos indica que por motivos de que la entidad objeto de estudio no tiene muchos años de permanencia esta constituida por clientes que son clientes recientes de la Sociedad Financiera Consultcrédito.

Como valora el servicio al cliente.- Conocer cómo califican los clientes el servicio que ha recibido y si estos han quedado satisfechos o ha existido algún inconveniente en el servicio; siendo esta una estrategia para promover el mejoramiento de la entidad.

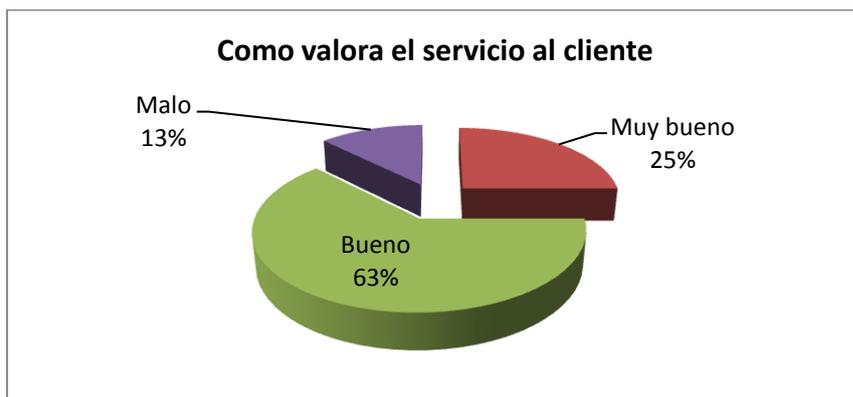
CUADRO 3.36. COMO VALORA EL SERVICIO AL CLIENTE

	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	2	25%
Bueno	5	63%
Malo	1	12%
TOTAL	8	100%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.36.



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

De los 8 encuestados, 5 supieron manifestar que la valoración de la atención al cliente es buena lo que representa el 62%, este resultado es satisfactorio al momento de calificar la atención al cliente pero también se puede observar que el 13% de las personas encuestadas manifiestan que la atención al cliente es mala es por este porcentaje que los directivos de la entidad deberían capacitar mejor al personal administrativo y de servicio para que brinde a la ciudadanía un servicio de mejor calidad que satisfaga a los clientes y cumplan sus expectativas en cuanto a servicio al cliente se refiere.

Canales de comunicación.- Conocer los medios de comunicación que utilizan los clientes con mayor frecuencia para comunicarse con la Sociedad.

a) Primer canal de comunicación.- Mediante la presente investigación daremos a conocer cuál es el principal medio de comunicación que los clientes prefieren para mantenerse comunicados con la entidad financiera.

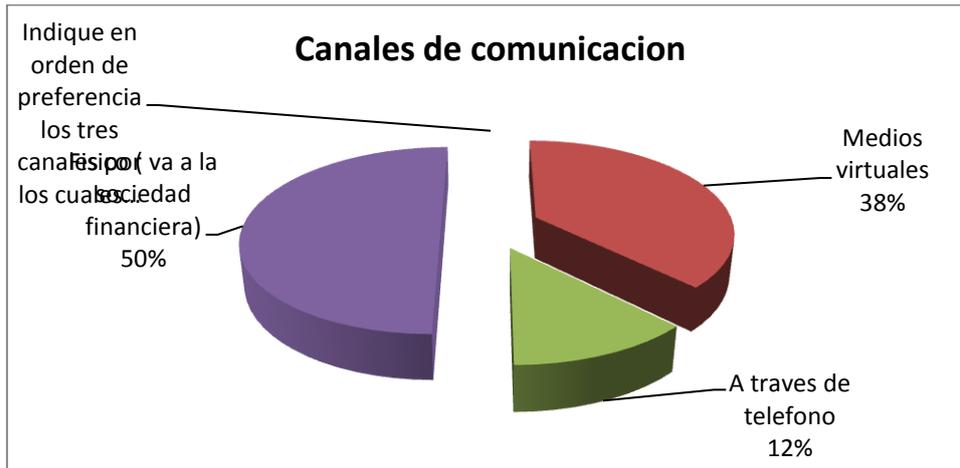
CUADRO 3.37 CANALES DE COMUNICACIÓN

	Frecuencia	Porcentaje
Física	4	50%
Medios virtuales	3	37%
A través del teléfono	1	12%
TOTAL	8	100%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.37



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

En lo que concierne a los canales de comunicación que utilizan los clientes, se puede manifestar, que aun existe mucha población que están utilizando la forma más ambigua de comunicación Cliente – Banco, es decir, el primer canal de comunicación que utilizan los clientes es ir directamente al banco para realizar sus transacciones o satisfacer sus necesidades financieras que se les presenten tanto personales como laborales.

b) **Segundo canal de comunicación.-** El segundo canal de comunicación que utilizan los clientes de la Sociedad Financiera, es a través de los medios virtuales, con los que se puede evidenciar que esta herramienta está tomando mayor acogida en la población que tiene conocimientos informáticos, constituyéndose una forma más rápida y eficaz para desarrollar las transacciones que se presentan en el mercado financiero. Esto se debe a que los avances tecnológicos tiene un gran crecimiento y está introduciéndose cada día más en el

diario vivir de toda la comunidad en general y que cada día toma mayor fuerza en todos los ámbitos.

c) **Tercer canal de comunicación.-** Como tercer canal de comunicación que los clientes han manifestado, es a través del teléfono, este canal también es un medio online pero tiene varias privaciones y límites, ya que no permiten realizar todas las transacciones como los medios virtuales, este medio también ayuda a la población ahorrando mucho tiempo.

Mejoras para la Sociedad Financiera Consultacrédito.- Se ha planteado esta pregunta con el fin de que los clientes aporten a la institución, sobre las inquietudes que tienen para realizar las diferentes mejoras que necesita la institución según su punto de vista como consumidor.

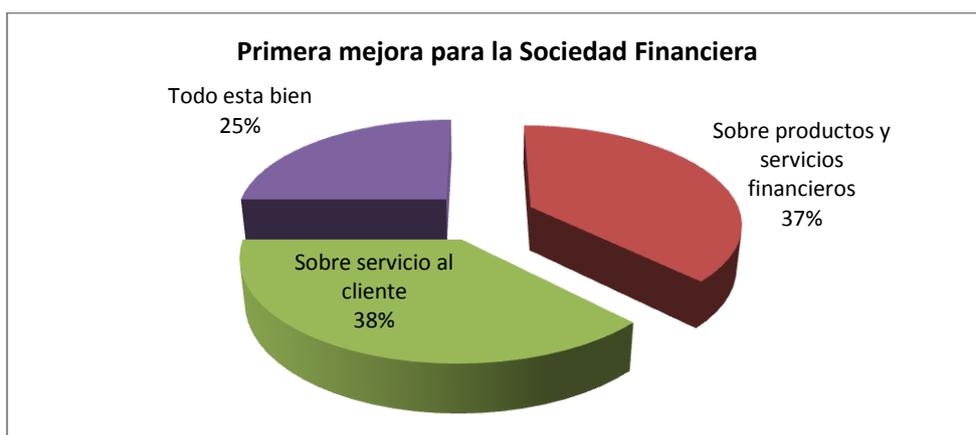
CUADRO 3.38. PRIMERA MEJORA PARA LA INSTITUCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje
Sobre atención al cliente	3	38%
Sobre productos y servicios	3	37%
Todo esta bien	2	25%
TOTAL	8	100%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.38.



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

La primera mejora que proponen los clientes es el servicio al cliente ya que esto es considerado como deficiente, seguido de muy cerca se encuentra el pedido de

mejorar los productos y servicios que ofrece la entidad financiera ya que deberían ofrecer mas servicios y productos que necesitan los clientes de esta institución.

Segunda mejora para la Sociedad Financiera.- Todo cliente ve a la institución desde un punto de vista diferente y propone una nueva mejora para la misma pensando siempre en el crecimiento institucional de la misma.

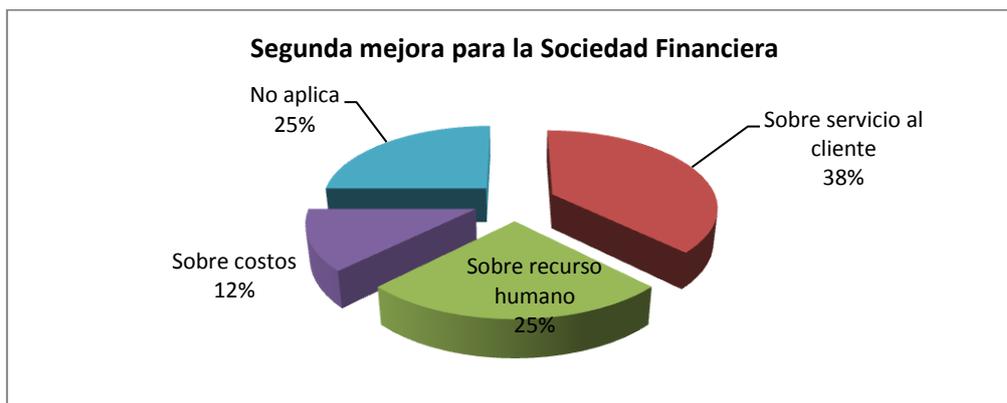
CUADRO 3.39. SEGUNDA MEJORA PARA LA INSTITUCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje
Sobre atención al cliente	3	38%
Sobre recursos humanos	2	25%
No aplica	2	25%
Sobre costos	1	12%
TOTAL	8	100%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.39.



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Por el resultado obtenido se puede manifestar que la segunda mejora que necesita la sociedad financiera es en cuanto al recurso humano que cuenta la institución, este punto tiene mucho que ver con la mejora anteriormente descrita que es el servicio al cliente ya que por lo visto la mayoría de los encuestados opinan que estos dos puntos están presentando deficiencias y por ende necesitan mas cuidado por parte de los directivos constituyéndose una estrategia de mejoramiento y crecimiento integral de los clientes.

Tercera mejora para la sociedad financiera.- Los clientes es la parte fundamental para el crecimiento de toda entidad y es un recurso que apoya con sus buenas sugerencias a mejorar y corregir las debilidades de la institución.

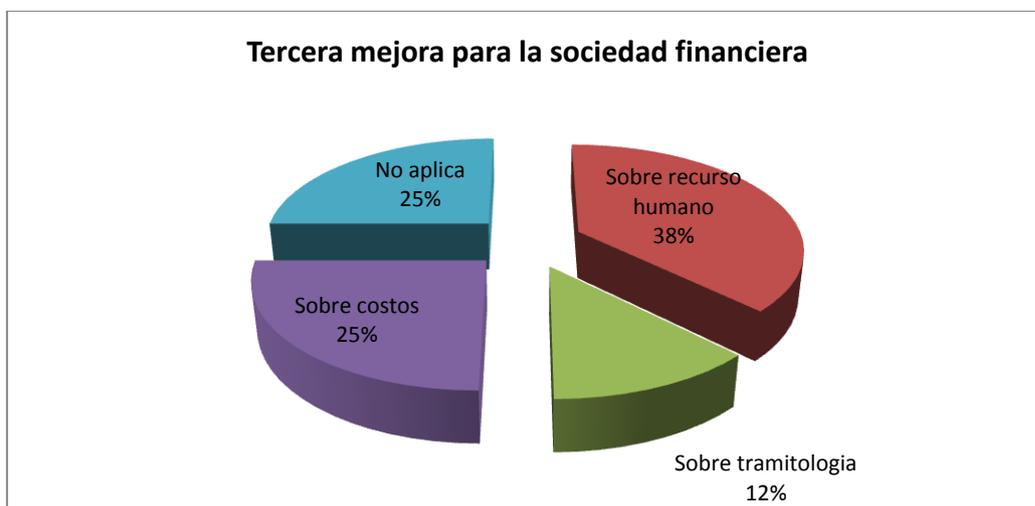
CUADRO 3.40. TERCERA MEJORA PARA LA INSTITUCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje
Sobre recursos humanos	3	38%
Sobre costos	2	25%
No aplica	2	25%
Sobre tramitología	1	12%
TOTAL	8	100%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.40 TERCERA MEJORA PARA LA SOCIEDAD FINANCIERA



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

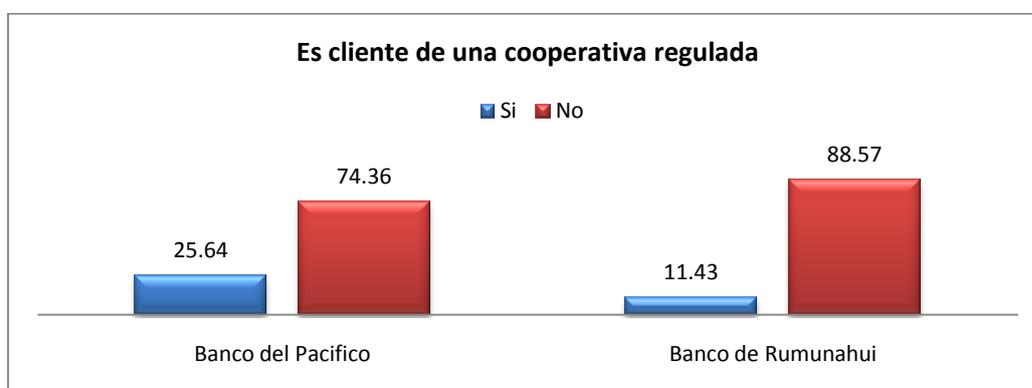
La tercera mejora propuesta por los clientes para la Sociedad Financiera es los costos que según los clientes encuestados son demasiado altos y la tramitología que tienen que hacer los clientes para acceder a los créditos ofrecidos a los clientes.

3.5 COOPERATIVAS ENCONTRADAS EN LAS ENCUESTAS REALIZADAS EN LOS BANCOS DE PACIFICO Y RUMIÑAHUI OBJETO DE ESTUDIO.

Al realizar las diferentes encuestas a los bancos antes mencionados encontramos que existen clientes que además de ser clientes de la banca privada también es cliente de algunas cooperativas de ahorro y crédito de la localidad.

Es cliente de una cooperativa regulada. Un porcentaje de encuestados también forman parte del cooperativismo ecuatoriano.

GRÁFICO 3.41 ES CLIENTE DE UNA COOPERATIVA REGULADA

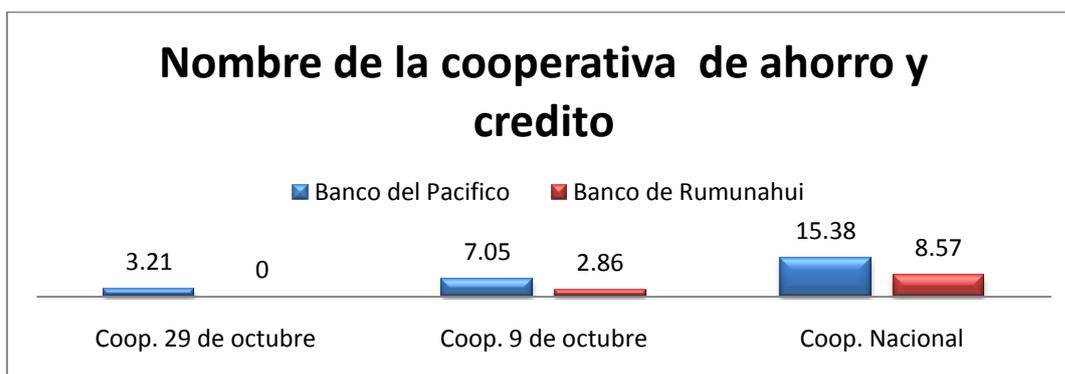


Elaboración: Las autoras
Fuente: Encuesta directa

A los clientes que son parte del banco del Pacífico se les preguntó si son parte de alguna cooperativa de ahorro y crédito controlada, el 25,64 % manifiestan el pertenecer a las mismas y el 74,36 % dicen no serlo. Los clientes del Banco Rumiñahui solo el 11,43 % dicen pertenecer a una cooperativa y el 88,57 % manifiestan no pertenecer a las mismas. Esto es importante por cuanto se puede contrastar con el ítem anterior de permanencia en el tiempo de la institución y se sigue manteniendo la fidelidad de los clientes que están satisfechos con la institución de la cual son socios por lo tanto no necesitan buscar otra institución financiera.

Nombre de la cooperativa de ahorro y crédito.- Toda entidad financiera cuenta con un nombre que la diferencia de otra institución del mismo tipo.

GRÁFICO 3.42 NOMBRE DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Como se puede observar las cooperativas de ahorro y crédito que tienen mayor acogida en la plaza de Guayaquil es la Cooperativa Nacional, sin minimizar la importancia de la cooperativa de ahorro y crédito 9 de octubre y de la cooperativa 29 de octubre.

De los clientes que son parte del Banco del Pacífico el 15,38% manifiestan tener cuenta en la cooperativa Nacional, el 7,05 % en la cooperativa 9 de octubre y el 3,21% en la cooperativa 29 de octubre; en cambio los clientes que son parte del banco Rumiñahui el 8,57 % manifiestan tener cuenta en la cooperativa Nacional y el 2,86 en la cooperativa 9 de octubre.

Producto de preferencia de los clientes en una cooperativa.- Los clientes de cada entidad financiera por lo general tiene un producto de preferencia por el cual acude a la institución.

CUADRO 3.43 PRODUCTO DE PREFERENCIA

Producto financiero	Frecuencia	Porcentaje
Cuenta de ahorro	44	100%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Se les preguntó a los clientes de las entidades financieras qué tipo de cuenta tienen en las cooperativas y en su totalidad supieron manifestar que tienen una cuenta de ahorro.

Servicio de preferencia de la cooperativa.-Las preferencias que tienen los clientes por un servicio en especial de acuerdo a las necesidades de cada institución financiera.

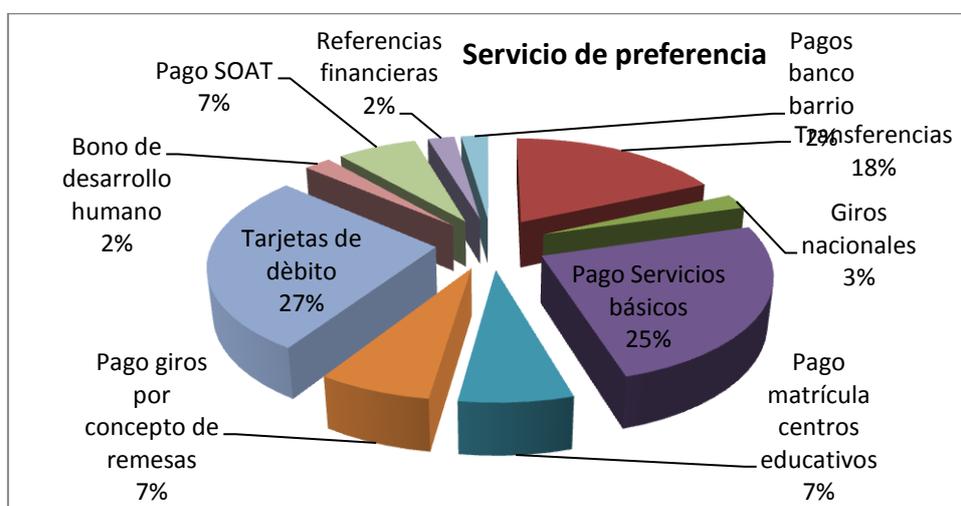
CUADRO 3.44 SERVICIO DE PREFERENCIA DE LA COOPERATIVA

	Frecuencia	Porcentaje
Transferencias	8	18%
Giros nacionales	1	2%
Pago Servicios básicos	11	25%
Pago matrícula centros educativos	3	7%
Pago giros por concepto de remesas	3	7%
Tarjetas de débito	12	27%
Bono de desarrollo humano	1	2%
Pago SOAT	3	7%
Referencias financieras	1	2%
Pagos banco barrio	1	2%
TOTAL	44	100%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

GRÁFICO 3.44



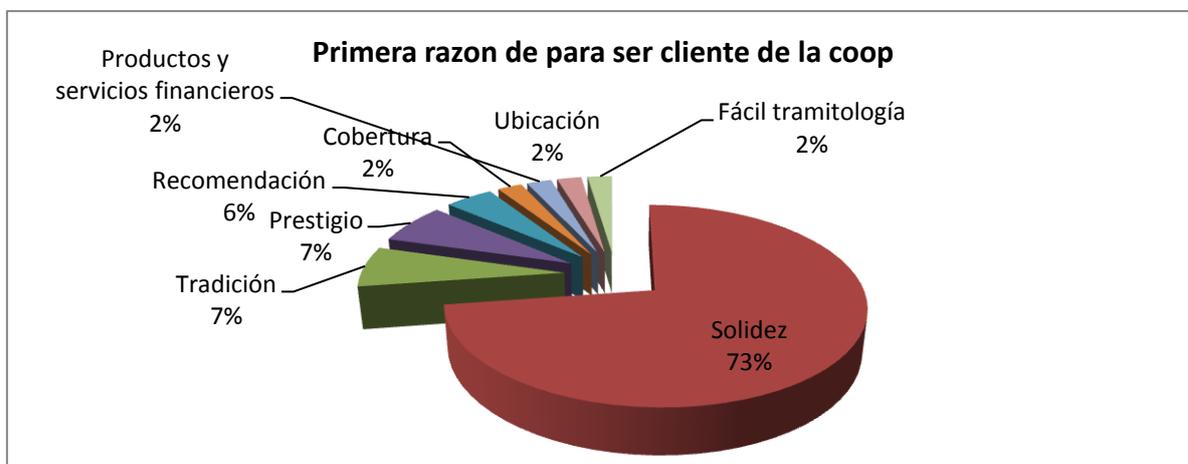
Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Se les preguntó a los clientes de las dos entidades financieras objeto de estudio, cuál es el servicio que les otorgan las cooperativas, el 27% de los clientes manifiestan que utilizan la tarjeta de débito en los cajeros automáticos, un porcentaje similar el 25% usan el pago de servicios básicos y el resto para realizar actividades relacionadas con: transferencias, giros nacionales, pago del SOAT, cobro del bono de desarrollo humano y pago de servicio educativos.

Razones para ser cliente de una cooperativa.- Los motivos por los cuales un individuo prefiere ser cliente de una cooperativa.

GRÁFICO 3.45 RAZONES PARA SER CLIENTE DE UNA COOPERATIVA



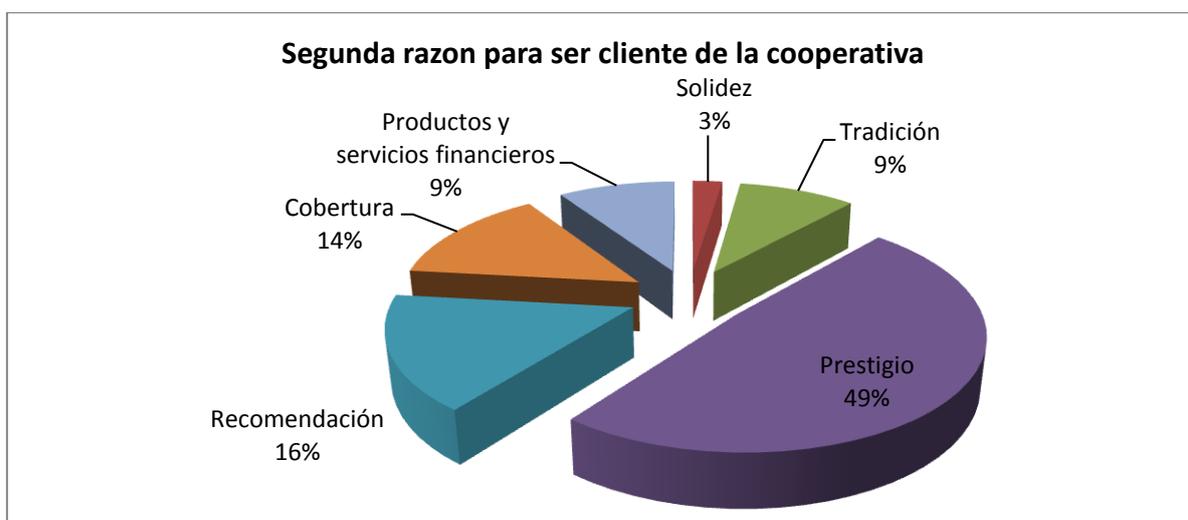
Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Por lo observado en el gráfico la solidez es la razón más importante para ser cliente de una cooperativa. Este ítem es muy importante en toda institución porque brinda confianza a sus acreedores.

Segunda razón para ser cliente de una cooperativa.- Cada persona tiene diferentes razones para ser clientes de una cooperativa de acuerdo a sus necesidades.

GRÁFICO 3.46 SEGUNDA RAZÓN PARA SER CLIENTE DE UNA COOPERATIVA



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Los clientes de las dos entidades financieras objeto de estudio manifiestan que la segunda razón para ser clientes de una cooperativa es por el prestigio que tiene la entidad en el mercado financiero, constituyéndose en una herramienta vital para el desarrollo y mantenimiento de la misma.

Tercera razón para ser cliente de una cooperativa.- Mantener a los clientes satisfechos y bien atendidos es una razón para conservar y crecer institucionalmente.

GRÁFICO 3.47 TERCERA RAZÓN PARA SER CLIENTE DE UNA COOPERATIVA



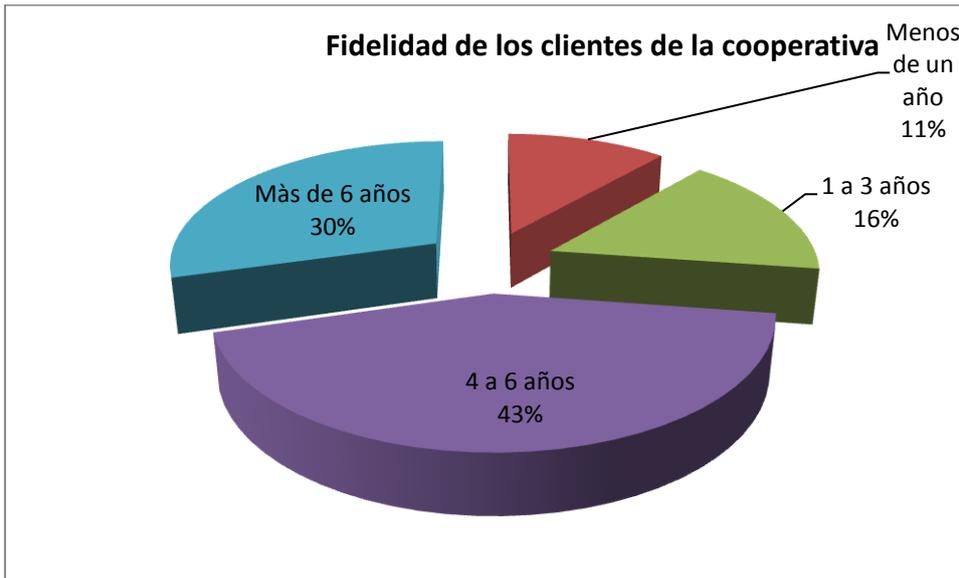
Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Como se puede observar en el gráfico la tercera razón para ser cliente de una cooperativa es la ubicación de la misma se puede concluir que las diferentes cooperativas tienen aparte de la matriz algunas sucursales distribuidas estratégicamente para cubrir los sectores más descuidados por la banca pública y privada.

Fidelidad de los clientes.- tiempo durante en el cual los clientes han sido consumidores de los productos y servicios que ofrecen la institución.

GRÁFICO 3.48 FIDELIDAD DE LOS CLIENTES



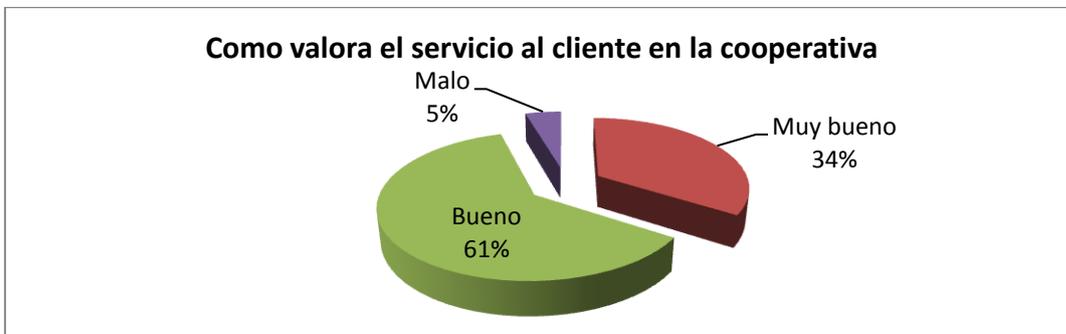
Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

La fidelidad que tienen los encuestados se refiere al tiempo que son clientes de la cooperativa sin interrupción alguna este resultado nos indica que en su gran mayoría han permanecido junto a la cooperativa por un tiempo mayor de 4 años y 6 años respectivamente, este resultado es muy favorable para poder presentar proyectos para premiar la fidelidad de sus consumidores. El motivo por el cual se debe esta fidelidad puede darse por los productos y servicios que ofrece la entidad.

Como valora el servicio.- Conocer que tan satisfechos se encuentran los clientes con el servicio recibido por parte del personal del banco.

GRÁFICO 3.49 COMO VALORA EL SERVICIO



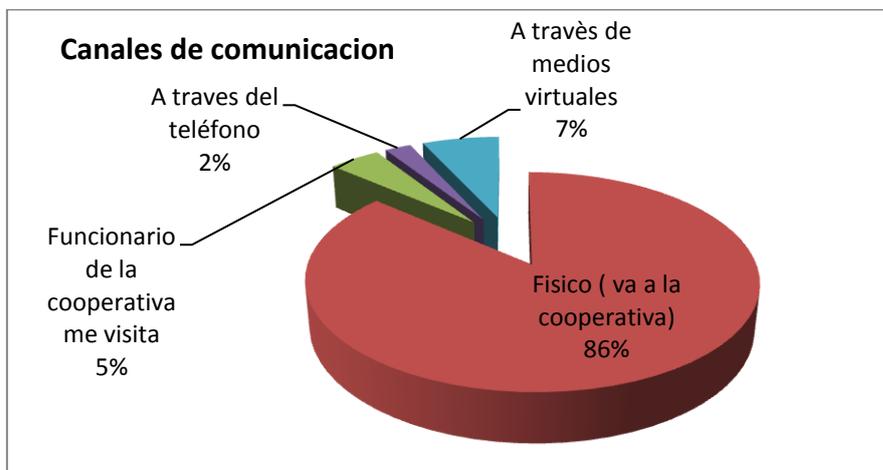
Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

La mayoría de los clientes han sabido manifestar que el servicio recibido por el personal de la entidad ha sido bueno, siendo este un buen resultado pero que aun tiene que ser más perfeccionado para convertirse en muy bueno el servicio ofrecido en la entidad y acabar con ese mínimo porcentaje que aun opina haber obtenido un servicio malo.

Canal de comunicación.- Medios con los cuales los clientes se comunican con la cooperativa

GRÁFICO 3.50 CANAL DE COMUNICACIÓN



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Al preguntársele sobre los canales que utilizan para llegar a los servicios que presta la cooperativa el 86% de los clientes manifiestan que lo hacen visitando las instalaciones de la cooperativa, como segundo medio está los medios virtuales y que un funcionario los visite, en este aspecto cabe indicar que el cooperativismo tiene una debilidad y una amenaza constante en lo que tiene que ver con los canales de comunicación.

Mejoras para la cooperativa.- Los clientes también pueden proponer a sus entidades los aspectos en las cuales se observa una falla y que están obstruyendo el progreso de la misma.

GRÁFICO 3.51. MEJORAS PARA LA COOPERATIVA



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

La mayoría de los clientes opinan que en lo que respecta a mejoras que tienen que hacerse en la cooperativa está todo bien mientras que un porcentaje casi igual manifiestan que las mejoras que deberían hacerse es sobre productos y servicios financieros, así como también la atención al cliente y mejora institucional: a todo esto debemos concluir que a pesar de que todo esté bien para el cliente hay otro porcentaje que no está de acuerdo, dándoles una pauta para trabajar en estos aspectos para conseguir el adelanto y progreso de las cooperativas en Ecuador.

3.6 BANCA PÚBLICA ENCONTRADA EN EL DESARROLLO DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS EN LA PLAZA DE GUAYAQUIL A LOS BANCOS PACIFICO Y RUMIÑAHUI.

Durante el desarrollo de las encuestas hemos encontrado que algunos clientes que además de ser clientes de estos bancos investigados son clientes de la banca pública.

De toda la población encuestada encontramos que 15 personas son clientes de la banca pública, ocupando el 5% de la muestra encuestada en esta investigación.

Es cliente de la banca pública.- Ser cliente de una entidad financiera pública, como puede ser Banco de Fomento, Corporación Financiera Nacional o Banco Central del Ecuador.

GRÁFICO 3.52 ES CLIENTE DE LA BANCA PÚBLICA



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Según los resultados obtenidos en la investigación apenas el 5% de las personas encuestadas forman parte de la Banca Pública Ecuatoriana.

CUADRO 3.53 NOMBRE DE LA BANCA PÚBLICA.

Banca Pública	Frecuencia	Porcentaje
Banco Nacional de Fomento	15	100%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

El total de los encuestados que tienen cuenta en la banca pública pertenecen al banco Nacional de Fomento, siendo esta entidad la que tiene mayor cobertura y con más clientela a nivel nacional en lo que tiene que ver con la Banca Pública.

CUADRO 3.54 PRODUCTO DE PREFERENCIA DE LA BANCA PÚBLICA

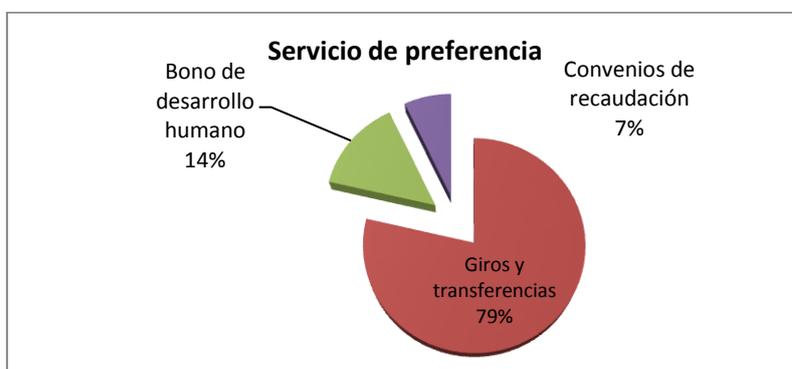
Producto de preferencia	Frecuencia	Porcentaje
Cuenta de ahorro	15	100%

Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Los resultados obtenidos demuestran que el producto con mayor preferencia en la banca pública son las cuentas de ahorro al igual que sucedió con la banca privada.

GRÁFICO 3.55 SERVICIO DE PREFERENCIA DE LA BANCA PÚBLICA



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

El servicio que mayormente usan los clientes de la banca pública son los giros y transferencias que pueden realizar en las oficinas de estas entidades financieras que pertenecen a la banca pública.

GRÁFICO 3.56 RAZONES DE PREFERENCIA DE LA BANCA PÚBLICA



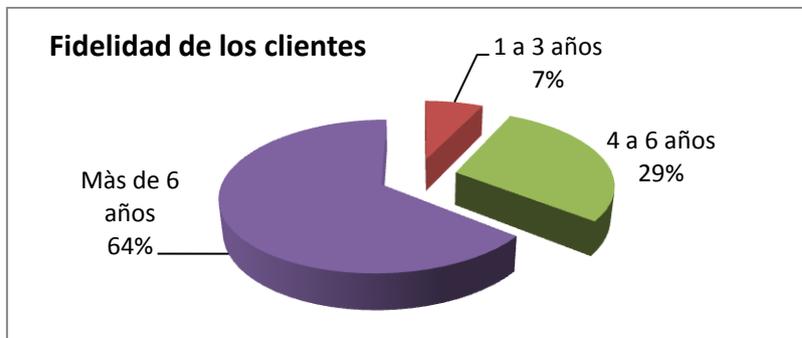
Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

La principal razón para formar parte de la entidad financiera pública es por tradición debido a que este subsistema financiero es uno de los mas antiguos del sistema financiero ecuatoriano, seguido esta la solvencia que ha demostrado debido al apoyo del Estado Ecuatoriano, y por ultima razón encontramos la cobertura ya que esta en todas las provincias del Ecuador, brindando sus productos y servicios apoyando especialmente al sector agrícola y ganadero de cada región.

Fidelidad de los clientes de la banca pública.- El tiempo con el cual los clientes siguen al banco en toda instancia y paso que da este banco público.

GRÁFICO 3.57 FIDELIDAD DE LOS CLIENTES

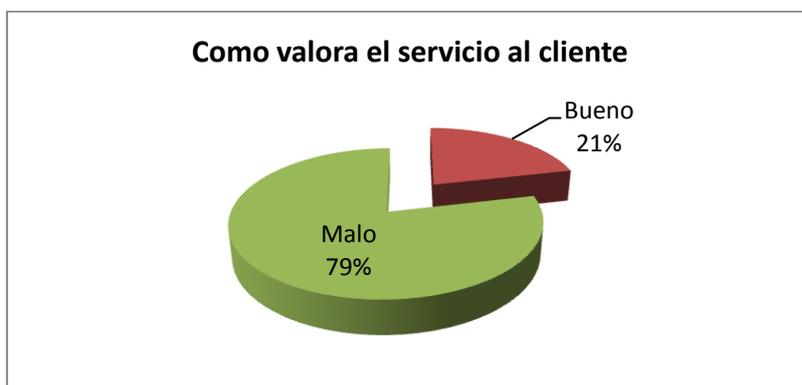


Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Del total de personas encuestadas y que tienen cuentas en esta institución se puede evidenciar que son clientes por más de 6 años. Aunque también se puede comentar que hay clientes más jóvenes en lo que concierne a antigüedad ya que 3 de cada 10 encuestados son clientes por el tiempo de 4 a 6 años solamente.

GRÁFICO 3.58 COMO VALORA EL SERVICIO DE LA BANCA PÚBLICA

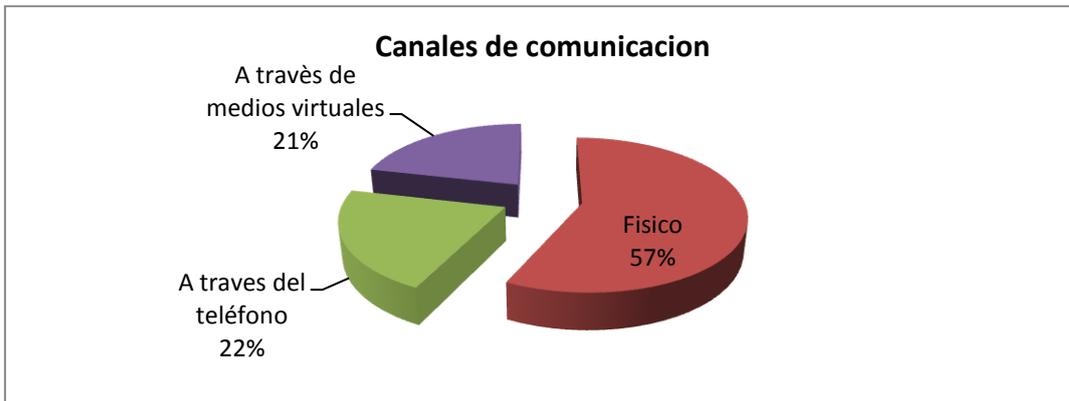


Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

En lo concerniente al servicio al cliente estas personas están inconformes a la atención que han recibido al momento de acercarse a la institución para solicitar algún servicio este resultado nos permite concluir que la banca pública tiene mucho trabajo por delante, ya sea capacitando a sus empleados para que brinden un mejor servicio a las personas porque de estas depende el progreso y desarrollo integral de la entidad.

GRÁFICO 3.59 CANALES DE COMUNICACIÓN DE LA BANCA PÚBLICA

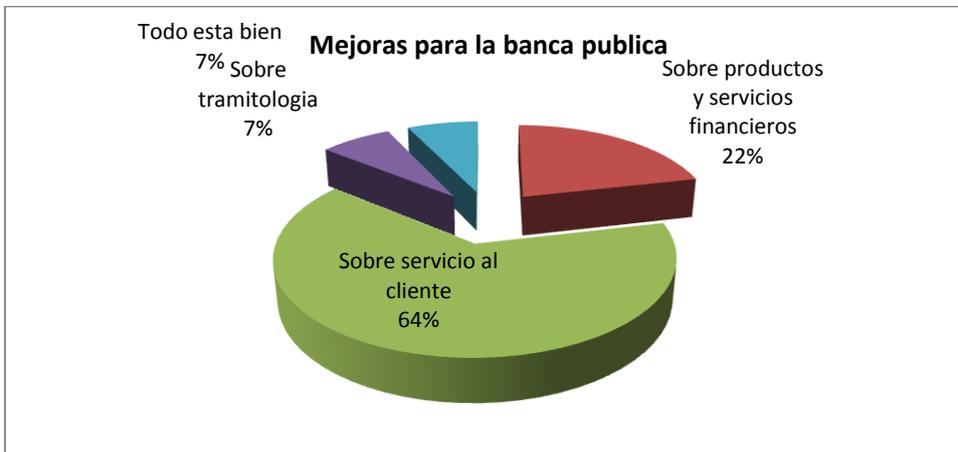


Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Los principales canales que comunican a los clientes con la entidad pública es, visita física al banco en gran parte al sector al cual están enfocada esta entidad, es por esto que la mayoría de personas realizan esta visita, aunque cabe indicar que la otra mitad de encuestados usan medios electrónicos para realizar la comunicación con la institución.

GRÁFICO 3.60 MEJORAS PARA DE LA BANCA PÚBLICA



Elaboración: Las autoras

Fuente: Encuesta directa

Las mejoras propuestas por los clientes de esta entidad financiera es en su gran mayoría y como ya se suponía anteriormente, mejorar la atención al cliente debido a que este ítem está muy olvidado por los funcionarios que laboran en estas entidades públicas, también exige la población un mejoramiento en los productos y servicios que ofrece este subsistema financiero.

CONCLUSIONES

El sistema financiero es considerado como uno de los factores más importantes dentro de la economía, el mismo que permite canalizar el ahorro hacia la inversión, por este motivo el sistema financiero de un país juega un papel trascendental en la vida económica y productiva del mismo, ya que se ha convertido en el pilar fundamental para la generación de riqueza.

Las instituciones bancarias son intermediarias financieras encargados de captar del público los recursos de capital y de transferirlos a los sectores productivos. Para dicho efecto, trasladan valores que han sido depositados en su poder por clientes que no lo necesitan en ese momento, a otros clientes que no disponen de esos recursos y que tienen objetivos económicos

En lo que tiene que ver con el perfil de los clientes encuestados de los bancos Pacífico y Rumiñahui, más del 70% pertenecen a clientes en edades comprendidas entre los 20 y 50 años de edad, no así con la Sociedad Financiera Consulcrédito que el 60% son mayores a los 50 años de edad; algo similar sucede con la situación laboral, ya que pertenecen en su mayoría sector público y privado, con una instrucción secundaria o de tercer nivel, y en un pequeño porcentaje supera el género masculino al femenino, de estas personas la mayoría mantiene una cuenta de correo electrónico, que la usa por motivos de trabajo o para comunicarse con sus familiares o amigos y así mismo forman parte de una red social como Facebook, twitter que en la actualidad es muy utilizada para conocer más personas y mantenerse comunicado con amigos de todo el mundo.

La presente investigación la realizamos a tres instituciones financieras de la Plaza de Guayaquil, como son: Banco del Pacífico y Banco General Rumiñahui, en lo que tiene que ver con la banca privada, y la Sociedad Financiera Consulcrédito, de esta población existieron clientes que tienen cuenta en otras entidades financieras aparte de las ya nombradas, pero en un pequeño porcentaje siendo estas entidades el Banco de Guayaquil y Banco de Pichincha los que tienen la mayor acogida.

El producto con mayor acogida por los clientes de la banca privada es la cuenta de ahorro, seguida por la cuenta corriente y en lo concerniente a los servicios que

principalmente utilizan los clientes son las transferencias bancarias y giros nacionales e internacionales, así como también el uso de la tarjeta de débito que en la actualidad es muy necesaria e indispensable al momento de retirar dinero de una manera mas ágil y oportuna. Mientras que la Sociedad Financiera Consulcrédito el producto con total acogida son los depósitos a plazo fijo y el servicio y el servicio de preferencia son los giros y transferencias internacionales.

En lo que tiene que ver con las razones para ser cliente de una entidad financiera, las personas encuestadas de las 3 entidades objeto de estudio, coincidieron en manifestar que prefieren ser cliente de una entidad financiera, en primer lugar por la solidez de la institución, así como también el prestigio, la cobertura y los productos y servicios que ofrecen, tienen mucho peso al momento de decidirse por la entidad.

En lo concerniente a la fidelidad de los clientes de los Bancos Pacifico y Rumiñahui y la Sociedad Financiera Consulcrédito, los encuestados manifiestan ser clientes de estas entidades por más de 6 años en las instituciones financieras de su preferencia, lo que revela confianza y apoyo a la entidad; y en lo que respecta a la comunicación cliente – banco, el canal más utilizado por los clientes es la física, es decir, ir directamente a la institución a realizar sus transacciones, aunque cabe destacar que la banca virtual esta tomando gran acogida el mercado financiero, especialmente en la población joven, debido a la rapidez con que se realizan los tramites vía Internet.

La forma de valoración que tiene los clientes de los Bancos del Pacifico y Rumiñahui y la Sociedad Financiera Consulcrédito es buena y muy buena, lo que refleja que han sido cordialmente atendidos, cumpliendo a cabalidad con sus perspectivas de atención. Al momento de proponer una mejora para la entidad en su mayoría manifiestan que todo esta bien en la entidad, mientras que un pequeño porcentaje proponen mejoras al Banco en lo que tiene que ver con productos y servicios y atención al cliente.

Cabe indicar que durante el transcurso de la investigación, existieron personas que tienen cuentas en algunas cooperativas, sobresaliendo la cooperativa Nacional, la misma que en la actualidad ya forma parte de la banca privada, en este subsistema también tiene gran peso como producto preferido la cuenta de ahorro, y los servicios mas utilizados son el uso de tarjeta de debito, pago de servicios y de servicios

básicos, las razones para abrir una cuenta en una cooperativa es la solidez, el prestigio y la cobertura, en cuanto a la fidelidad de los clientes las personas encuestadas mantienen sus cuentas por mas de 6 años y valora la atención al cliente como buena y muy buena, utilizando los medios físicos para comunicarse con la entidad, se propone a la institución mejorar en lo que tiene que ver con los productos y servicios financieros que ofrecen así como también mejorar la imagen de la entidad y el servicio al cliente.

Un porcentaje mínimo como es el 5% mantienen una cuenta en la banca pública, específicamente en el Banco Nacional de Fomento, el producto preferencia es la cuenta de ahorro y el servicio con mayor acogida son los giros y transferencias, entre las razones para ser cliente de la entidad es la tradición, solvencia y cobertura, siendo clientes por mas de 6 años, valorando la atención como mala en un 79% de los encuestados, utilizan el medio físico para comunicarse con la entidad y proponen mejorar el servicio al cliente para el desarrollo de esta entidad.

RECOMENDACIONES

El sistema financiero es el pilar de la economía de un país y por ende es necesario que brinde la seguridad y confianza a todos los habitantes y depositantes, con el fin de facilitar la integración financiera.

Es necesario saber hacia dónde se están destinando los recursos económicos, porque no se trata de ofrecer por ofrecer créditos, sino de hacerlo de manera sistémica. Es necesario crear políticas de crédito conjunto de tal manera que su aporte permita apalancar el viraje estratégico del aparato productivo.

La innovación es muy necesaria e indispensable en el sector financiero ofreciendo nuevos productos y servicios para satisfacer las necesidades de los clientes, como por ejemplo se ha visto que un gran porcentaje no cuentan con un título de tercer nivel y se podría ofrecer créditos educativos para este sector o también con un fondo de jubilación para personas mayores de 50 años, así como también un seguro de vida para las personas que tienen negocio propio, etc.

Los avances tecnológicos tienen gran acogida en la actualidad y están ganando mucho espacio en todos los ámbitos siendo uno de estos el sector financiero el cual se debería ver como una oportunidad para llegar de una manera más ágil al mercado financiero y conseguir la captación de clientes.

En lo concerniente a los medios de comunicación que tiene los clientes para mantenerse comunicados con las entidades financieras, es necesario que la banca se incluya en las redes sociales, ya que estas están tomando mucha fuerza en la actualidad y sería una estrategia para llegar a nuevos clientes jóvenes que se mantienen conectados e informados por este medio.

Como recomendaciones generales podemos manifestar que el Banco Rumiñahui debería abrirse a nuevos mercados y no únicamente al sector de las Fuerzas Armadas, creando así nuevos productos y servicios en beneficio de la sociedad en general y ampliándose a los diferentes parte del territorio Ecuatoriano.

Promover y promocionar los nuevos productos y servicios que ofrecen cada entidad financiera por medio de las páginas de internet y los medios de comunicación celular ya que estos canales de comunicación en la actualidad son muy utilizados por casi toda la población, logrando mantener informado al cliente de los avances y beneficios que ofrece la entidad a sus clientes.

Aprovechar las fortalezas y oportunidades que brindan la nueva tecnología existente y los descubrimientos tecnológicos que existen como una estrategia positiva para captar nuevos clientes fieles en la entidad.

La Cooperativa Nacional debería poner mayor énfasis en el mejoramiento institucional, y aprovechar los medios virtuales y satelitales para hacer conocer sus productos y servicios, así como también sus proyectos actuales en beneficio de la comunidad.

Es necesario que la banca pública, ponga un mayor empeño en las capacitaciones en lo que corresponde en atención al cliente, esto debido a que este canal es el que atrae a los clientes principalmente y depende directamente de ellos la permanencia de los mismo, actualmente una ventaja competitiva es el servicio personalizado en cada uno de los productos y servicios que las instituciones financieras ofrecen a sus clientes.

BIBLIOGRAFÍA

- ❖ **BOLETINES INFORMATIVOS** del Banco Central del Ecuador
- ❖ **BOLETÍN INFORMATIVO**.- Ministerio de Bienestar Social
- ❖ **CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES**.- Ley General de Instituciones Financieras
- ❖ **CHIRIBOGA ROSALES**, Luis Alberto *“Sistema Financiero”*, primera edición, año 2007,
- ❖ **GUILLERMO AROSEMENA**.- La historia empresarial del Ecuador.- El sistema bancario
- ❖ **JUNTA BANCARIA DEL ECUADOR**, Resolución No. JB-2011-1950, Página No.2
- ❖ **JUNTA BANCARIA DEL ECUADOR**, Resolución No. JB-2011-1950, Página No.4
- ❖ **NÉSTOR VEGA MORENO**.- Panorama de la situación económica del Ecuador
- ❖ **ROBERTO MANOSALVAS SAAVEDRA**.- El sistema financiero ecuatoriano
- ❖ **RUBÉN DARÍO ANDRADE**.- Legislación económica del Ecuador
- ❖ **SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS**.- Boletines informativos
- ❖ **SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS DEL ECUADOR**.- Abril 2011 Quito - Ecuador
- ❖ *Este artículo fue publicado originalmente en El Universo (Ecuador)*
- ❖ <http://www.elcato.org/la-misteriosa-banca-publica-ecuatoriana>

ANEXOS

ANEXO 1

FICHA TÉCNICA DE LAS ENCUESTAS A SER APLICADAS EN LA PLAZA DE GUAYAQUIL

FICHA TÉCNICA GUAYAQUIL	
Sistema Financiero Local	Encuestas
Bancos	957
Cooperativas	434
Mutualistas	4
Sociedades Financieras	9
Banca Pública	75
TOTAL	1479
Detalle de clientes a encuestas por tipo de IFIS	
IFIS	N.- Enc.
BP Amazonas	3
BP Austro	19
BP Bolivariano	163
BP Capital	0
Citibank	0
BP Comercial de Manabi	1
Del Bank	6
FINCA	2
BP Rumiñahui	35
BP Guayaquil	185
BP Internacional	51
BP Litoral	3
BP Machala	18
BP Pacifico	156
BP Pichincha	173
BP Procredit	24
BP Produbanco	54
BP Proamerica	16
BP Solidario	7
BP Sudamericano	0
BP Territorial	27
BP Unibanco	9
Coop. 15 de abril	2
Coop. 23 de julio	1
Coop. 29 de Octubre	24
Coop. Cámara de Comercio Ambato	6
Coop. COOPAD	4
Coop. COOPCCP	10
Coop. Nacional	388
Mutualista Pichincha	4
Sociedad financiera Consulcrédito	8
Sociedad financiera Dinners	1

FUENTE: Sondeo realizado en la Plaza de Guayaquil.

ELABORACIÓN: Coordinador del programa

ANEXO 2

INSTALACIONES DEL BANCO DEL PACIFICO EN GUAYAQUIL

