



**UNIVERSIDAD TÉCNICA  
PARTICULAR DE LOJA**

*La Universidad Católica de Loja*

**ESCUELA DE ADMINISTRACION 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 Quito**

Trabajo de Fin de Carrera previa a la obtención del título de Ingeniero en  
Administración en Banca y Finanzas.

**Autor(es): Contreras Obando Verónica Cicelly.  
De la Cadena Camargo Emma Patricia.**

**Director: Econ. Ochoa Ordóñez Francisco.**

**Quito-Ecuador**

**2011**

Econ. Francisco Ochoa Ordoñez.  
**DOCENTE DE LA ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS**

CERTIFICA:

Que el presente trabajo realizado por las estudiantes: Verónica Cicelly Contreras Obando y Emma Patricia De la Cadena Camargo, ha sido orientado y revisado durante su ejecución bajo mi dirección, por lo tanto, autorizo su presentación.

Loja, 10 diciembre del 2011

f)

## **CESION DE DERECHOS**

“Nosotras, Verónica Cicelly Contreras Obando y Emma Patricia De la Cadena Camargo, declaramos ser autoras del presente trabajo y eximimos expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaramos 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, ó con el apoyo financiero académico ó institucional (operativo) de la Universidad”.

Verónica Cicelly Contreras Obando.

**AUTORA**

Emma Patricia De la Cadena Camargo.

**AUTORA**

## **AUTORIA**

Declaramos que las ideas, conceptos y resultados vertidos en el presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de las autoras, para lo cual se han consultado las referencias que se incluyen en este documento.

Verónica Cicelly Contreras Obando.

Emma Patricia De la Cadena Camargo.

## DEDICATORIA

*A mi abuela Irene,*

*Quien con su vida me enseñó a ser  
perseverante y a luchar por siempre ser  
mejor, y que desde el cielo es y ha sido mi  
ejemplo y fortaleza*

*A mis padres por darme la vida y de una u  
otra forma siempre estar ahí.*

*A Dios por marcarme el camino con amor y  
guiarme con su luz.*

*Verónica Contreras Obando*

*A mis pilares fundamentales:*

*María Elena, Sarahí y Gustavo*

*A mis apoyos básicos:*

*Pablo, Andrea y Andrés*

*Y, a mi Dios, que me dio la dicha de  
contar con ustedes.*

*Patricia De la Cadena.*

## AGRADECIMIENTO

*Sin duda alguna me siento sinceramente agradecida con muchas personas que vienen a mi mente, las cuales directa o indirectamente han aportado con un granito de arena para cumplir mi meta. Sin embargo, es a Dios a quien debo mi total agradecimiento, por permitirme contar con cada una de estas personas y por permitirme ser quien soy, por ser el arquitecto de mi vida.*

*Gracias por aquellos angelitos que me apoyaron de una u otra forma:*

*Mónica, mamita linda si no estuvieras en los momentos más difíciles de mi vida, seguro me habría derrumbado hace mucho.*

*Abuela María y abuela Irene, gracias a sus oraciones y bendiciones, desde la tierra y desde el cielo, he logrado mantenerme firme en mis convicciones.*

*Karen, gracias ñaña por conocerme y encontrar siempre una frase de impulso.*

*Luisfe, todo lo que me has brindado en este tiempo, tu apoyo incondicional y amor, han hecho más llevadero el proceso.*

*Brissa, eres una de las personas más importantes en mi vida y te agradezco por ser una de mis inspiraciones para plantearme más y mejores retos.*

*Gracias a mi director de tesis Francisco Ochoa, a mi compañera Patricia De la Cadena y la universidad por el trabajo conjunto y el apoyo brindado.*

*“Incluso un camino sinuoso, difícil, nos puede conducir a la meta si no lo abandonamos hasta el final.” (Paulo Coelho)*

## AGRADECIMIENTO

*En estas cortas líneas quiero expresar la enorme gratitud que tengo para todas las personas que de una u otra forma se hacen presente en mi vida y a diario confirman la maravillosa experiencia de vivir, porque a menudo... “las nubes grises también forman parte del paisaje”*

*A Dios, porque me escogió para vivir un gran proyecto de vida, a mi Madre María Elena, que con su ejemplo, me da la valentía y fuerza para luchar, a mi Hija Sarahí, que con su existencia, día a día me hace pensar que ella es lo mejor que la vida me ha dado, a mi Novio Gustavo, que con su paciencia y amor incondicional me ha enseñado el verdadero arte de amar, a mis Hermanos y Familiares (los de siempre) que son un auténtico ejemplo de unión y apoyo absoluto en todo momento, a aquellos que guiaron mis pasos desde la escuela hasta la universidad, a mi director de tesis Francisco Ochoa, a mi compañera de tesis Verónica Contreras y a todas las personas que directa ó indirectamente participaron en la ejecución de este sueño que muchas veces pareció inalcanzable; gracias por estar ahí y brindarme la dosis exacta de empuje sobre todo en los momentos más críticos de mi vida.*

*“Los sueños de los grandes soñadores jamás llegan a cumplirse, son siempre superados” (Alfred Lord Whitehead)*

*Patricia De la Cadena.  
Diciembre 2011*

## INDICE

<b>CAPÍTULO I</b>	<b>2</b>
EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO: BREVE DESCRIPCIÓN Y CARACTERIZACIÓN.	2
INTRODUCCIÓN	2
1.1 LEY GENERAL DE INSTITUCIONES FINANCIERAS	2
1.1.1 DEFINICIÓN	2
1.1.2 ÓRGANOS RECTORES DEL SISTEMA FINANCIERO	2
1.1.3 ALCANCE Y REGULACIONES	3
1.2 ESTRUCTURA DEL SISTEMA FINANCIERO NACIONAL	6
1.2.1 BANCA PRIVADA	6
1.2.1.1 DEFINICIONES BÁSICAS	6
1.2.1.2 CARACTERIZACIÓN DE LA BANCA ECUATORIANA (BREVE DESCRIPCIÓN Y COBERTURA)	6
1.2.1.3 PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS	7
1.2.2 COOPERATIVISMO	9
1.2.2.1 DEFINICIONES BÁSICAS	9
1.2.2.2 COOPERATIVISMO EN EL ECUADOR (BREVE DESCRIPCIÓN, ESTADÍSTICAS Y COBERTURA)	9
1.2.2.3 PRODUCTOS Y SERVICIOS	10
1.2.3 EL MUTUALISMO	11
1.2.3.1 DEFINICIÓN	11
1.2.3.2 EL MUTUALISMO EN EL ECUADOR (BREVE DESCRIPCIÓN, ESTADÍSTICAS Y COBERTURA)	12



1.2.3.3 PRODUCTOS Y SERVICIOS	13
1.2.4 LA BANCA PÚBLICA	13
1.2.4.1 DEFINICIÓN	13
1.2.4.2 LA BANCA PÚBLICA EN EL ECUADOR (BREVE DESCRIPCIÓN, ESTADÍSTICAS Y COBERTURA)	14
1.2.4.3 PRODUCTOS Y SERVICIOS	14
1.3 TENDENCIAS ACTUALES DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS	15
1.3.1 LA IMPORTANCIA DE LA WEB 2.0 Y LA TECNOLOGÍA EN LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS	15
1.3.2 CANALES DE PROVISIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS	16
1.3.3 LOS RETOS FUTUROS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS EN EL ECUADOR	16
<b>CAPITULO II</b>	
ANÁLISIS SITUACIONAL DEL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO. UNA PERSPECTIVA DESDE LA OFERTA POR PLAZA.	18
INTRODUCCIÓN	18
2.1 EL SISTEMA FINANCIERO LOCAL (ANÁLISIS POR PLAZA Y SUBSISTEMA)	18
2.2 EVOLUTIVO DE CAPTACIONES	24
2.2.1 POR TIPO DE DEPÓSITO	27
2.2.2 POR SUBSISTEMA	29
2.3 EVOLUTIVO DE COLOCACIONES	30
2.3.1 POR TIPO DE CARTERA	33
2.3.2 POR SUBSISTEMA	36

2.4 PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS. TIPOS Y COSTOS	37
2.4.1 POR INSTITUCIÓN FINANCIERA	38
2.4.2 POR SUBSISTEMA	42
2.4.2.1 COSTOS FINANCIEROS BANCA PRIVADA	42
2.4.2.2 COSTOS FINANCIEROS COOPERATIVAS	44
2.4.2.3 COSTOS SERVICIOS FINANCIEROS MUTUALISTAS	45
2.4.2.4 COSTOS FINANCIEROS BANCA PÚBLICA	46
2.4.2.5 COSTOS SERVICIOS FINANCIEROS SOCIEDADES FINANCIERAS	47
<b>CAPITULO III</b>	
ACCESO Y PREFERENCIA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS UNA PERSPECTIVA DESDE LA DEMANDA.	50
INTRODUCCIÓN	50
3.1 FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PREFERENCIA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS	50
3.1.1 ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE TIPOS DE IFIS.	53
3.1.2 ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE PRODUCTOS Y SERVICIOS	61
3.1.2.1 ANÁLISIS PREFERENCIA PRODUCTOS Y SERVICIOS BANCOS PRIVADOS	62
3.1.2.2 ANÁLISIS PREFERENCIA PRODUCTOS Y SERVICIOS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO.	66
3.1.2.3 ANÁLISIS PREFERENCIA PRODUCTOS Y SERVICIOS MUTUALISTAS	69
3.1.2.4 ANÁLISIS PREFERENCIA PRODUCTOS Y SERVICIOS BANCA PÚBLICA	71

3.1.2.5 ANÁLISIS PREFERENCIA PRODUCTOS Y SERVICIOS INSTITUCIÓN NO REGULADA.	73
3.2 LA COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE Y SERVICIO AL CLIENTE	75
3.2.1 COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE	75
3.2.2 SERVICIO AL CLIENTE	85
3.2.2.1 ANÁLISIS SERVICIO AL CLIENTE BANCA PRIVADA	85
3.2.2.2 ANÁLISIS SERVICIO AL CLIENTE COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO.	86
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>93</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>98</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>99</b>

## INDICE GRÁFICOS

GRAFICO 1. ORGANISMOS RECTORES DEL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO	3
GRAFICO 2. CUENTAS DEL SISTEMA FINANCIERO NACIONAL	19
GRAFICO 3. BANCARIZACION PÚBLICA, PRIVADA, COOPERATIVA	20
GRAFICO 4. BANCARIZACION MUTUALISTAS Y SOCIEDADES FINANCIERAS	20
GRAFICO 5. TOTAL BANCARIZACION POR SECTORES A DICIEMBRE 2010	21
GRAFICO 6. PARTICIPACION CAPTACIONES SUBSISTEMAS PLAZA QUITO 2010	22
GRAFICO 7. COLOCACION CARTERA QUITO A NIVEL NACIONAL	22
GRAFICO 8. COLOCACIONES PLAZA QUITO 2010	23
GRAFICO 9. COLOCACIONES CARTERA POR SUBSISTEMA PLAZA QUITO	23
GRAFICO 10. PARTICIPACION CAPTACIONES BANCA PRIVADA	24
GRAFICO 11. PARTICIPACION CAPTACIONES BANCA PRIVADA	25
GRAFICO 12. PARTICIPACION CAPTACIONES BANCA PRIVADA	25
GRAFICO 13. PARTICIPACION CAPTACIONES BANCA PRIVADA	26
GRAFICO 14. PARTICIPACION CAPTACIONES SOCIEDADES FINANCIERAS	26
GRAFICO 15. EVOLUCION CAPTACIONES CUENTAS AHORRO PLAZA QUITO	27
GRAFICO 16. EVOLUCION CAPTACIONES CUENTA CORRIENTE PLAZA QUITO	28
GRAFICO 17. EVOLUCION CAPTACION A PLAZOS PLAZA QUITO	28

GRAFICO 18. EVOLUCION CAPTACION OTROS DEPOSITOS PLAZA QUITO	29
GRAFICO 19. EVOLUCION CAPTACIONES PLAZA QUITO	29
GRAFICO 20. EVOLUCION CAPTACIONES SUBSISTEMAS PLAZA QUITO	30
GRAFICO 21. PARTICIPACION COLOCACIONES BANCA PRIVADA PLAZA QUITO	31
GRAFICO 22. PARTICIPACION COLOCACIONES COOPERATIVAS PLAZA QUITO	31
GRAFICO 23. PARTICIPACION COLOCACIONES MUTUALISTAS PLAZA QUITO	32
GRAFICO 24. PARTICIPACION COLOCACIONES BANCA PUBLICA PLAZA QUITO	32
GRAFICO 25. PARTICIPACION COLOCACIONES BANCA PUBLICA PLAZA QUITO	33
GRAFICO 26. EVOLUCION COLOCACIONES CONSUMO PLAZA QUITO	33
GRAFICO 27. EVOLUCION COLOCACIONES VIVIENDA PLAZA QUITO	34
GRAFICO 28. EVOLUCION COLOCACIONES COMERCIAL PLAZA QUITO	35
GRAFICO 29. EVOLUCION COLOCACIONES MICROEMPRESA PLAZA QUITO	35
GRAFICO 30. TOTAL COLOCACIONES PLAZA QUITO	36
GRAFICO 31. EVOLUCION SUBSISTEMAS COLOCACIONES PLAZA QUITO	37
GRAFICO 32. EDAD DE LOS CLIENTES ENCUESTADOS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA	51
GRAFICO 33. SEXO DE LOS ENCUESTADOS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA	51

GRAFICO 34. SITUACION LABORAL DE LOS ENCUESTADOS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA	52
GRAFICO 35. SITUACIÓN LABORAL ENCUESTADOS	53
GRAFICO 36. CORREO ELECTRÓNICO.	53
GRAFICO 37. CLIENTES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA QUE UTILIZAN PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA BANCA PRIVADA PLAZA QUITO	58
GRAFICO 38. PRODUCTOS FINANCIEROS QUE POSEEN LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA FRENTE A LAS PREFERENCIAS DE PRODUCTOS FINANCIEROS DE LOS MISMOS CLIENTES EN LA BANCA PRIVADA Y EN OTRAS COOPERATIVAS	59
GRAFICO 39. PRODUCTOS FINANCIEROS QUE POSEEN LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA FRENTE A LAS PREFERENCIAS DE PRODUCTOS FINANCIEROS DE LOS MISMOS CLIENTES EN LA BANCA PUBLICA, MUTUALISTAS Y COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO NO REGULADAS	60
GRAFICO 40. PRODUCTOS QUE LOS CLIENTES ENCUESTADOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO POSEEN FRENTE A LOS DIVERSOS TIPOS DE IFIS DE LA PLAZA QUITO	61
GRAFICO 41. PRIMERA PREFERENCIA BANCO PRIVADO	62
GRAFICO 42. SEGUNDA PREFERENCIA BANCO PRIVADO	63
GRAFICO 43. PREFERENCIA PRODUCTOS FINANCIEROS BANCA PRIVADA	64
GRAFICO 44. PREFERENCIA SERVICIOS FINANCIEROS BANCA PRIVADA	65
GRAFICO 45. PRIMERA PREFERENCIA COOPERATIVAS	66
GRAFICO 46. SEGUNDA PREFERENCIA COOPERATIVAS	67
GRAFICO 47. PREFERENCIA PRODUCTOS FINANCIEROS COOPERATIVAS	68

GRAFICO 48. PREFERENCIA SERVICIOS FINANCIEROS COOPERATIVAS	69
GRAFICO 49. PREFERENCIA MUTUALISTAS	70
GRAFICO 50. PREFERENCIA SERVICIOS FINANCIEROS MUTUALISTAS	70
GRAFICO 51. PREFERENCIA BANCA PÚBLICA	71
GRAFICO 52. PREFERENCIA PRODUCTOS FINANCIEROS BANCA PÚBLICA	72
GRAFICO 53. PREFERENCIA SERVICIOS FINANCIEROS BANCA PÚBLICA	72
GRAFICO 54. PREFERENCIA INSTITUCIONES NO REGULADAS	73
GRAFICO 55. PREFERENCIA PRODUCTOS FINANCIEROS INSTITUCIONES NO REGULADAS	74
GRAFICO 56. PREFERENCIA SERVICIOS INSTITUCIONES NO REGULADAS	74
GRAFICO 57.PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN OPCIÓN UNO COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA	76
GRAFICO 58.SEGUNDO CANAL DE COMUNICACIÓN OPCIÓN UNO COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA	76
GRAFICO 59. TERCER CANAL DE COMUNICACIÓN OPCIÓN UNO COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA	77
GRAFICO 60.PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN OPCIÓN DOS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA	77
GRAFICO 61.SEGUNDO CANAL DE COMUNICACIÓN OPCIÓN DOS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA	78
GRAFICO 62.PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN OPCIÓN UNO BANCA PRIVADA	79
GRAFICO 63.SEGUNDO CANAL DE COMUNICACIÓN OPCIÓN UNO BANCA PRIVADA	79

GRAFICO 64.TERCER CANAL DE COMUNICACIÓN OPCIÓN UNO BANCA PRIVADA	80
GRAFICO 65.PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN OPCIÓN DOS BANCA PRIVADA	80
GRAFICO 67.TERCER CANAL DE COMUNICACIÓN OPCIÓN DOS BANCA PRIVADA	81
GRAFICO 68.PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN MUTUALISTAS	82
GRAFICO 69.SEGUNDO CANAL DE COMUNICACIÓN MUTUALISTAS	82
GRAFICO 70.TERCER CANAL DE COMUNICACIÓN MUTUALISTAS	83
GRAFICO 71.PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN BANCA PUBLICA	83
GRAFICO 72.PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO NO REGULADAS	84
GRAFICO 73. SERVICIO AL CLIENTE BANCA PRIVADA	85
GRAFICO 74. SERVICIO AL CLIENTE COOPERATIVAS	86
GRAFICO 75. SERVICIO AL CLIENTE MUTUALISTAS	87
GRAFICO 76. SERVICIO AL CLIENTE BANCA PÚBLICA	88
GRAFICO 77. SERVICIO AL CLIENTE IFIS NO REGULADAS	88
GRAFICO 78. PRIMERA MEJORA COOPERATIVA ANDALUCIA	89
GRAFICO 79. SEGUNDA MEJORA COOPERATIVA ANDALUCIA	90
GRAFICO 80. TERCERA MEJORA COOPERATIVA ANDALUCIA	91
GRAFICO 81.MEJORAS COOPERATIVA ANDALUCIA	92



## INDICE TABLAS

TABLA 1. PRODUCTOS QUE OFERTA LA BANCA PRIVADA ECUATORIANA	8
TABLA 2. PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS QUE OFERTAN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO	11
TABLA 3. PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS QUE OFERTAN LAS MUTUALISTAS ECUATORIANAS	13
TABLA 4. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFERTA LA BANCA PÚBLICA ECUATORIANA	15
TABLA 5. COSTOS SERVICIOS FINANCIEROS BANCA PRIVADA	39
TABLA 6. COSTOS SERVICIOS FINANCIEROS COOPERATIVAS	40
TABLA 7. COSTOS SERVICIOS FINANCIEROS MUTUALISTAS	41
TABLA 8. COSTOS SERVICIOS FINANCIEROS DE LAS SOCIEDADES FINANCIERAS	41
TABLA 9. SERVICIOS QUE OFERTA LA BANCA PRIVADA PLAZA QUITO	43
TABLA 10.SERVICIOS QUE OFERTAN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO PLAZA QUITO	45
TABLA 11.SERVICIOS QUE OFERTA LAS MUTUALISTAS PLAZA QUITO	46
TABLA 13. SERVICIOS QUE OFERTAN LAS SOCIEDADES FINANCIERAS PLAZA QUITO	48
TABLA.14 OPCIONES DE REFERENCIA DE COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO	54
TABLA 15. PREFERENCIA DE BANCA PRIVADA SEGUN ENCUESTAS REALIZADAS A CLIENTES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA	56
TABLA 16. PREFERENCIA DE MUTUALISTAS, BANCA PUBLICA Y COOPERATIVAS NO REGULADAS SEGUN ENCUESTAS	57

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo muestra una investigación sobre las Preferencias en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las Instituciones del Sistema Financiero Ecuatoriano.

Se detalla una descripción completa del Sistema Financiero Ecuatoriano y los organismos reguladores del mismo, así como sus leyes y estructuras, además nos enfocamos en la importancia y los retos futuros tecnológicos en lo que respecta a tendencias en Productos y Servicios Financieros.

A continuación, realizamos un análisis evolutivo de captaciones y colocaciones por plaza y por subsistema de las instituciones que conforman el Sistema Financiero Ecuatoriano basándonos en la información recopilada por la superintendencia de bancos con la cual determinaremos el crecimiento ó decrecimiento de los tipos de productos financieros utilizados por los clientes en un período aproximado de dos años.

Finalmente con la aplicación de encuestas a las instituciones financieras previamente determinadas por la Universidad, se realiza un estudio y se llega a determinar el uso y las preferencias de productos y servicios financieros que los clientes de diversas instituciones mantienen, alcanzando así, el objetivo planteado el momento de realizar este proyecto en estudio.

## INTRODUCCIÓN

El sistema financiero es considerado como uno de los factores más importantes dentro de una economía, es decir, juega un papel trascendental en la vida económica y productiva de un país, ya que es uno de los pilares que genera riqueza y por ende desarrollo a la nación.

El sistema financiero ecuatoriano, durante los últimos años ha resistido un sinnúmero de cambios y acontecimientos que sin duda alguna, han influido en los clientes que son usuarios potenciales de las diferentes instituciones financieras manejadas en el país, entre las cuales, tenemos: banca privada, banca pública, cooperativas, mutualistas y sociedades financieras.

El presente estudio, trata de mostrar un análisis sobre las preferencias en los productos y servicios financieros que el sistema ofrece en las diversas entidades presentes en el país.

Para esto, la Universidad Técnica Particular de Loja, nos ha provisto de una encuesta a ser aplicada a los clientes, en nuestro caso, de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía de la plaza Quito, quienes con sus respuestas nos brindarán una información certera que nos ayude a definir las preferencias y la calidad del servicio al que son sujetos los clientes de mencionada entidad.

Antes de adentrarnos al tema propuesto, es menester conocer de primera mano conceptos básicos y específicos del sistema financiero ecuatoriano, así como la historia y la evolución del mismo; razón por lo cual, en el capítulo I encontraremos toda la información referencial de este tema, así como también las leyes y los organismos rectores que abarcan a todo el sistema financiero ecuatoriano.

En el capítulo II, con la información recopilada de la Superintendencia de Bancos y a manera de análisis comparativo, nos focalizamos en el estudio correspondiente al crecimiento y decrecimiento de las captaciones y colocaciones que se realizaron netamente en las instituciones financieras de la plaza Quito en un periodo de tiempo determinado.

En este capítulo además se analizan y se comparan los diferentes tipos y costos de los productos y servicios financieros que oferta cada una de las instituciones financieras y los subsistemas de la plaza Quito.

Con la investigación obtenida y con la información recopilada en la encuesta sustentada por la universidad, en el capítulo III, se presenta un estudio y análisis estadístico que nos demuestra en sí, la situación de los clientes de una institución financiera para con el resto de las instituciones presentes en la plaza Quito, además

entre otros factores, determinaremos la edad y condición laboral de los usuarios del sistema financiero, así como también la familiaridad y uso que los clientes mantienen con los servicios tecnológicos actuales.

Determinamos además, las preferencias entre instituciones por la diversidad de productos y servicios que sus entes financieros ofrecen, al igual que la calidad en el servicio que como clientes reciben, no obstante, también se obtiene como información importante, las mejoras que dichos clientes desean recibir de sus entidades financieras.

Finalmente y como aporte adicional, se añaden algunas conclusiones e importantes recomendaciones surgidas en base a la información recopilada que contribuyen positivamente en el objetivo de este estudio y desde luego en la consecución futura de nuevos proyectos a ser investigados.

# **CAPITULO I**

## **Capítulo I: El sistema financiero ecuatoriano: Breve descripción y caracterización.**

### **Introducción**

El sistema financiero es el conjunto de Instituciones públicas ó privadas que se encargan de la circulación del flujo monetario. En términos sencillos, canaliza el dinero de los ahorristas hacia quienes desean hacer inversiones productivas.<sup>1</sup>

Una característica para cualquier economía que busca un desarrollo socioeconómico sostenido es la existencia de un Sistema Financiero honesto y profesional que genere riqueza y bienestar a la colectividad.

En este capítulo veremos reflejada la conformación del sistema financiero ecuatoriano así como también, los productos y servicios que nos ofrecen.

### **1.1 Ley general de Instituciones Financieras**

#### **1.1.1 Definición**

La Ley General de Instituciones Financieras, regula la creación, organización, actividades, funcionamiento y extinción de las instituciones del sistema financiero privado, así como la organización y funcionamiento de la Superintendencia de Bancos, entidad encargada de la supervisión y control del sistema financiero, en todo lo cual se tiene presente la protección de los intereses del público.<sup>2</sup>

#### **1.1.2 Órganos rectores del sistema financiero**

Los organismos rectores del sistema financiero, tienen como finalidad vigilar, formular e instrumentar el cumplimiento de las leyes emitidas asegurando el buen funcionamiento del sistema; como órganos rectores del sistema financiero ecuatoriano, tenemos los detallados en el gráfico 1 presentado a continuación:

---

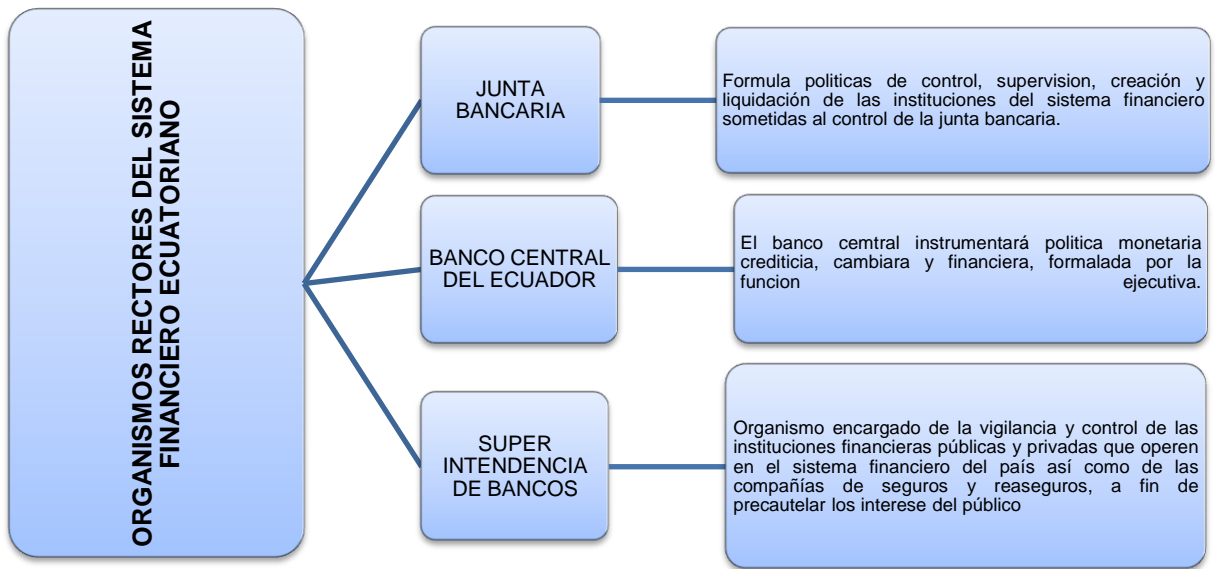
<sup>1</sup> GESTIOPOLIS 2005, El sistema financiero, autor Sabino Ayala Villegas, [versión electrónica]

<http://www.gestiopolis.com/canales5/fin/sistefinan.htm>

<sup>2</sup>SUPERINTENDENCIA DE BANCOS 2010, [versión electrónica]

<http://www.superban.gov.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/Reglamento%20Ley%20de%20Inst.%20Financieras.pdf>

GRAFICO 1. ORGANISMOS RECTORES DEL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO



FUENTE: LEY GENERAL DE INSTITUCIONES FINANCIERAS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

- La Superintendencia de Bancos, organismo autónomo que tiene a su cargo la vigilancia y el control de las Instituciones del sistema financiero público y privado. Entre sus funciones y atribuciones se encuentra el dar lineamientos a los que se registrarán las instituciones financieras del país además de inspeccionar permanentemente las cifras y el patrimonio técnico de las instituciones financieras.
- La Junta Bancaria que formula políticas de control, supervisión, creación y liquidación de las Instituciones del Sistema Financiero sometidos al control de la Junta Bancaria.
- El Banco Central del Ecuador quien instrumenta política monetaria, crediticia, cambiaria y financiera formulada por la Función Ejecutiva.<sup>3</sup>

### 1.1.3 Alcance y Regulaciones

Son atribuciones de la Junta Bancaria las siguientes:

- Formular política de control y supervisión del sistema financiero, aprobar las modificaciones del nivel requerido del patrimonio técnico y las ponderaciones de los

---

<sup>3</sup>BANCO CENTRAL DEL ECUADOR 2011, [versión electrónica]  
www.bce.fin.ec www.bce.fin.ec

activos de riesgos además de pronunciarse sobre el establecimiento y liquidación de las instituciones financieras así como de la remoción de sus administradores.

- Resolver los casos no consultados en la Ley General de Instituciones Financieras, así como las dudas en cuanto al carácter bancario y financiero de las operaciones y actividades que realicen las instituciones financieras y dictar las resoluciones de carácter general para la aplicación de esta ley.
- Determinar las operaciones y servicios no señalados expresamente en la ley que sean compatibles con las actividades de las Instituciones Financieras.
- Resolver los recursos de revisión de orden administrativo planteados ante este órgano.
- Aprobar el presupuesto y la escala de remuneraciones del personal de la superintendencia; y,
- Conocer la memoria que elabore el superintendente en forma previa a su remisión al Congreso Nacional.<sup>4</sup>

Según lo establece el código 45 de Ley General del Sistema Financiero el alcance y las regulaciones de la Superintendencia de Bancos serán:

- Aprobar los estatutos sociales de las instituciones del sistema financiero privado y las modificaciones que en ellos se produzcan.
- Velar por la estabilidad, solidez y correcto funcionamiento de las instituciones sujetas a su control y, en general, que cumplan las normas que rigen su funcionamiento.
- Autorizar la cesión total de activos, pasivos y contratos de las instituciones del sistema financiero, cuando ello implique la cesación de las operaciones de una oficina.
- Cuidar que las informaciones de las instituciones bajo su control, deban ser de conocimiento público, sean claras y veraces para su cabal comprensión.

---

<sup>4</sup> LEY GENERAL DE INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO, CODIFICACION. Página 62 esilec Profesional, [versión electrónica]  
www.lexis.com.ec



- Establecer programas de vigilancia preventiva y practicar visitas de inspección, sin restricción alguna a las instituciones controladas, que permitan un conocimiento de su situación económica y financiera, del manejo de sus negocios o de los aspectos especiales que se requieran, así como verificar la veracidad de la información que las instituciones del sistema financiero remitan al Banco Central del Ecuador a requerimiento de éste.
- Establecer y mantener en la entidad un sistema de registros a través de una central de riesgos que permita contar con información consolidada y clasificada sobre los principales deudores de las instituciones del sistema financiero, información que estará exclusivamente a disposición de éstas.
- Imponer sanciones administrativas a las instituciones que controla, cuando éstas contraviniesen las disposiciones que las norman, así como a sus directores, administradores y funcionarios, y a los sujetos de crédito que infringiesen las disposiciones de esta Ley, en los casos en ella señalados.
- Ejecutar, mediante resolución las decisiones adoptadas por la Junta Bancaria.
- Efectuar las proposiciones a la Junta Bancaria según lo establece la Ley.
- Designar los liquidadores de las instituciones financieras; y,
- Las demás que le asigne la Ley.<sup>5</sup>

Los alcances y las regulaciones del Banco Central serán:

- Suministrar los medios de pago necesarios para que el sistema económico opere con eficiencia.
- Establecer niveles de liquidez global que garanticen adecuados márgenes de seguridad financiera.
- Orientar los excedentes de liquidez hacia la inversión requerida para el desarrollo del país.
- Promover niveles y relaciones entre las tasas de interés pasivas y activas que estimulen el ahorro nacional y el financiamiento de las actividades productivas, con

---

<sup>5</sup>SUPERINTENDENCIA DE BANCOS 2010, [versión electrónica]  
<http://www.superban.gov.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/Reglamento%20Ley%20de%20Inst.%20Financieras.pdf>

el propósito de mantener la estabilidad de precios y los equilibrios monetarios en la balanza de pagos, de acuerdo al objetivo de estabilidad económica definido en la constitución.<sup>6</sup>

## **1.2 Estructura del Sistema Financiero Nacional**

### **1.2.1 Banca Privada**

#### **1.2.1.1 Definiciones Básicas**

Son instituciones financieras de propiedad particular que realizan funciones de captación y financiamiento de recursos, persiguiendo con ello una utilidad ó beneficio como resultado del diferencial entre las tasas de interés activas y pasivas.<sup>7</sup>

#### **1.2.1.2 Caracterización de la banca ecuatoriana (breve descripción y cobertura)**

La banca privada ecuatoriana durante los últimos 20 años ha atravesado diversas crisis ocasionadas por conflictos bélicos, dolarización y sobre todo por la intervención de empresarios con diversos intereses personales en la banca, razones suficientes para crear el caos en el ámbito financiero que provocaron el feriado bancario en el año de 1999.

En el 2008 y a pesar de la crisis mundial originada en Estados Unidos que hizo perder la confianza en los mercados financieros del mundo, nuestro país no fue afectado por la recesión y presentó un notable comportamiento con tendencia positiva, en la cual, se destaca el aporte de la banca privada frente a los subsistemas financieros existentes en el país, evidenciándose básicamente por el crecimiento en el número de usuarios del sistema financiero ecuatoriano.

En el 2010 se registró un crecimiento en la cantidad de dinero que circula gracias a la política gubernamental de invertir la Reserva de Libre Disponibilidad (RILD) provocando que los recursos ingresen a la economía y por tanto al Sistema Financiero Privado.

---

<sup>6</sup> BANCO CENTRAL DEL ECUADOR 2011, Base legal, [versión electrónica]  
<http://www.bce.fin.ec/contenido.php?CNT=ARB0000872>

<sup>7</sup> DICCIONARIO DEFINICION ORG, [versión electrónica],  
[www.definicion.org/banca-privada](http://www.definicion.org/banca-privada)

En lo que respecta al total de captaciones dentro del sistema, existe una alta participación del sistema de bancos privados en los depósitos totales, así, ellos representan el 85.1% mientras que el sistema de cooperativas representó el 9.7% del total de depósitos a diciembre del 2010.

Actualmente el Sistema Financiero Ecuatoriano se encuentra conformado por 6 bancos Grandes, cuyo activos superan los 1000 millones de activos; 9 Bancos Medianos, cuyos activos están entre los 200 y 1000 millones de activos; y, 10 Bancos Pequeños, cuyos activos son inferiores a los 200 millones.<sup>8</sup>

### **1.2.1.3 Productos y servicios financieros**

Los productos que oferta la Banca Privada son:

- Captaciones
- Colocaciones
- Tarjetas de Crédito

Algunos de los servicios que oferta la Banca Privada son:

- Transferencias
- Giros
- Pagos a Terceros
- Pagos de Servicios
- Servicios Electrónicos
- Banca en Línea

Los productos y servicios financieros que oferta la Banca privada detallados anteriormente se presentan a continuación en la tabla 1:

---

<sup>8</sup> Reporte Gerencial a Marzo del 2011, [versión electrónica]  
([www.sbs.gob.ec/practg/sbs\\_index?vp\\_art\\_id=477&vp\\_tip=2&vp\\_buscr=41](http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=477&vp_tip=2&vp_buscr=41))

TABLA 1. PRODUCTOS QUE OFERTA LA BANCA PRIVADA ECUATORIANA

PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS QUE OFERTA LA BANCA PRIVADA ECUATORIANA		
PRODUCTOS		
CAPTACIONES	CUENTAS	De ahorros
		Corrientes
	INVERSIONES	Certificados de depósitos a plazo fijo
		Cuentas de integración de capital
		Pólizas acumulación
COLOCACIONES	CREDITOS	Consumo
		Hipotecario
		Leasing
		Vivienda
TARJETA DE CREDITO		Nacionales e internacionales
SERVICIOS		
TRANSFERENCIAS	Bancarias	
	Interbancarias	
GIROS	Nacionales	
	Internacionales	
PAGOS A TERCEROS	Bono de desarrollo	
	Fondos de reserva	
	Matriculación vehicular	
	Pago a alianzas estratégicas	
	Pago al IESS	
	Pago de impuestos SRI	
	Pago de pensiones estudiantiles	
	Pago de servicios básicos	
BANCA ELECTRONICA	Consulta de saldos	
	Retiros de efectivo atm	
	Bloqueos y anulación de tarjetas de debito	
VARIOS	Cash management	
	Casilleros de seguridad	
	Cheques certificados	
	Cheques de gerencia	
	Cheques exterior	
	Custodia física de títulos valores	
	Estado de cuenta	
	Garantías y avales	
	Referencias bancarias	
	Transporte de valores	

FUENTE: WEBS INSTITUCIONES FINANCIERAS

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

## **1.2.2 Cooperativismo**

### **1.2.2.1 Definiciones básicas**

Cooperativa es una entidad jurídica sin fines de lucro que se rige por los valores básicos de la cooperación, entre los que se destacan: la libre y voluntaria adhesión, la democracia participativa, la equidad en la distribución de sobrantes, la responsabilidad social y ética, y, la educación constante.<sup>9</sup>

### **1.2.2.2 Cooperativismo en el Ecuador (breve descripción, estadísticas y cobertura)**

Las Cooperativas datan del siglo XIX, nacieron en Inglaterra el 24 de Octubre de 1844 por un grupo de trabajadores de la industria textil que se quedaron sin empleo tras protagonizar una huelga; en Ecuador, las primeras formas de organización cooperativa surgen a finales del siglo XIX.

Los objetivos que perseguían en ese entonces las cooperativas eran básicamente contribuir al mejoramiento social, moral e intelectual de sus asociados mediante la ayuda en casos de enfermedad, indigencia ó muerte; organización de cajas de ahorros, creación de planteles educacionales y talleres para los afiliados; además surge la conformación de cooperativas de consumos para la distribución de artículos de primera necesidad.

En 1937 se institucionaliza al cooperativismo con el propósito de dar mayor alcance organizativo a los movimientos campesinos y a mediados de los años sesenta este cooperativismo toma fuerza gracias a la expedición de la Ley de Reforma Agraria (1964), la nueva Ley de Cooperativas (1966) y la creación de organismos de fomento.

En nuestro país, además de las cooperativas reguladas por la Superintendencia de Bancos, existen organizaciones que impulsan el desarrollo de la economía popular y solidaria pero no alcanzan todavía a reunir el total de activos necesarios para ser reguladas por la SIB, razón por la cual, dichas organizaciones que se conforman en

---

<sup>9</sup> GESTIOPOLIS 2005, Herramientas para emprendedores, Diana Fontanez, [versión electrónica]  
<http://www.gestiopolis.com/canales5/comerciohispano/116.htm>

sectores comunitarios, asociativos y cooperativistas se encuentran bajo las regulaciones del Ministerio de Inclusión Económica y Social del Ecuador (MIES) por medio de la Dirección Nacional de Cooperativas.

El sistema cooperativo ecuatoriano también ha demostrado durante la última década un crecimiento sostenido, pues a raíz de la crisis bancaria ocurrida en nuestro país, las cooperativas de ahorro y crédito ofrecieron sus mejores servicios, optimizando sus características y demostrando solvencia, lo que ha garantizado a sus clientes un atributo sumamente importante dentro del sistema: confianza.

En lo que respecta al segmento de las cooperativas de ahorro y crédito, en el Ecuador, el sistema financiero ecuatoriano reporta a 10 Cooperativas grandes cuyos activos tienen más de 24 millones; 10 cooperativas medianas que poseen entre los 11 y 24 millones; y, 17 cooperativas pequeñas se reporta un total de activos de menos del 11 millones.

En el anexo A, encontraremos la evolución de captaciones y colocaciones a nivel nacional de cada una de las cooperativas de ahorro y crédito del país; el cuadro nos muestra la evolución a partir del año 2008 hasta el año 2010; información en la que podremos verificar año a año el proceso de crecimiento ó en su defecto, absorción de nuevas cooperativas para formar las que rigen en el año actual.

### **1.2.2.3 Productos y servicios**

Los productos que oferta una Cooperativa son:

Captaciones y Colocaciones

Los servicios ofertados por una Cooperativa son:

Giros y transferencias, pagos a terceros, servicios electrónicos.

Los productos y servicios detallados anteriormente los encontraremos a continuación en la tabla 2:

TABLA 2. PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS QUE OFERTAN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO

PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS QUE OFERTAN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO ECUATORIANAS		
PRODUCTOS		
CAPTACIONES	CUENTAS	Ahorros
	INVERSIONES	Pólizas acumulación
COLOCACIONES	CREDITOS	Automotriz
		Consumo
		Microcréditos
		Vivienda
		Otros
SERVICIOS		
GIROS Y TRANSFERENCIAS	Nacionales	
	Internacionales	
	Interinstitucionales	
PAGOS A TERCEROS	Matriculación vehicular	
	Pago al IESS	
	Pago de impuestos SRI	
	Pago de pensiones estudiantiles	
	Pago de servicios básicos	
SERVICIOS ELECTRONICOS	Tarjetas de debito	
	Actualización de datos	
	Administración de clave	
	Consulta de saldos	
VARIOS	Cheques de gerencia	
	Estado de cuenta	

FUENTE: WEBS DE LAS COOPERTIVAS ECUATORIANAS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

## 1.2.3 El Mutualismo

### 1.2.3.1 Definición

Son entidades sin fines de lucro, constituye la asociación libre, sin fines de lucro, por personas inspiradas en la solidaridad, con el objeto de brindarse ayuda recíproca frente

a riesgos eventuales ó de concurrir a su bienestar material y espiritual mediante una contribución periódica.<sup>10</sup>

### **1.2.3.2 El Mutualismo en el Ecuador (breve descripción, estadísticas y cobertura)**

“El 26 de mayo de 1961 por decreto ejecutivo publicado en el registro oficial No. 223”<sup>11</sup> y considerando el déficit habitacional existente en el Ecuador, se crean las mutualistas, cuyo objetivo principal e inicial era canalizar créditos destinados a suplir las necesidades de vivienda en los sectores menos favorecidos de la sociedad.

En un principio las mutualistas se regían bajo la ley del Banco Ecuatoriano de la Vivienda, sin embargo, a partir de mayo de 1994 pasan a regirse por la Ley General de Instituciones Financieras debido a una solicitud de la asociación de mutualistas que se veían con desventajas frente a los bancos, instituciones financieras que empezaban a incursionar en el financiamiento de viviendas y se encontraban con un mejor marco legal por estar regulados por esta ley, así las mutualistas pasan a formar parte de las instituciones financieras, pero se ratifica que la actividad principal de las mutualistas es la captación de recursos destinados al financiamiento de la vivienda, la construcción y el bienestar de los asociados.

Actualmente, las mutualistas se encuentran afectadas con la competencia, en especial de las cooperativas, en lo que respecta al financiamiento de vivienda que era característico de este sector, razón por la cual, han empezado a incursionar también en lo que respecta a créditos de consumo y microcrédito.

En nuestro país operan cuatro mutualistas representadas así: 1 mutualista grande (Mutualista Pichincha); 1 mediana (Mutualista Imbabura) y 2 pequeñas (Mutualista Ambato y Mutualista Azuay).

Según reportes de la superintendencia de bancos y con respecto a la variación entre el 2008 y el 2010, las mutualistas tienen un crecimiento positivo en sus captaciones, mismo que asciende al 21.15%, mas sin embargo, la entrada masiva de la banca

---

<sup>10</sup> Valdiviezo Aguirre Gonzalo, Guía Didáctica Legislación Monetaria y Bancaria, UTP, Edición 1 pág. 42- 43

<sup>11</sup>AIFE, Asociaciones y mutualistas de ahorro y crédito, [versión electrónica]  
<http://www.aife.com.ec/hts/quienes.htm>



pública y del Banco del IESS especializado en el financiamiento de la vivienda, hacen que el futuro panorama del sector de las mutualistas se presente incierto.

### 1.2.3.3 Productos y servicios

Los productos ofertados por las mutualistas son Captaciones y Colocaciones; en tanto que los servicios son pagos a terceros, servicios electrónicos entre otros.

En la tabla 3 encontraremos los productos y servicios ofertados por las mutualistas:

TABLA 3. PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS QUE OFERTAN LAS MUTUALISTAS ECUATORIANAS

PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS QUE OFERTAN LAS MUTUALISTAS ECUATORIANAS		
<b>PRODUCTOS</b>		
CAPTACIONES	CUENTAS	Ahorros
	INVERSIONES	A plazos
COLOCACIONES	CREDITOS	Automotriz
		Consumo
		Vivienda
<b>SERVICIOS</b>		
PAGOS A TERCEROS	Pago de servicios básicos	
	Pago de servicios públicos y privados	
SERVICIO ELECTRONICO	Cajeros automáticos	
	Tarjetas de debito	
	Actualización de datos	
	Administración de clave	
	Consulta de saldos	
VARIOS	Cheques de gerencia	
	Estado de cuenta	

FUENTE: WEB DE LAS MUTUALISTAS ECUATORIANAS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

## 1.2.4 La Banca Pública

### 1.2.4.1 Definición

Se define a la Banca Pública como “el conjunto de entidades de crédito en las que el control y gestión está en manos de una administración pública ó del estado”.<sup>12</sup>

<sup>12</sup> DICCIONARIO MIMI HU, [versión electrónica]  
[http://es.mimi.hu/economia/banca\\_publica.html](http://es.mimi.hu/economia/banca_publica.html)

#### **1.2.4.2 La Banca Pública en el Ecuador (breve descripción, estadísticas y cobertura)**

Los bancos públicos ecuatorianos están enfocados en la cobertura de sectores estratégicos como el productivo, infraestructura, vivienda y microcrédito; con el actual gobierno, la banca pública conformada por 4 instituciones: Banco Nacional de Fomento (BNF), el Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV), Corporación Financiera Nacional (CFN) y el Banco del Estado (BEDE) ha recibido un importante apoyo mediante la inyección de recursos financieros por medio del Ministerio de Finanzas: recursos de la seguridad social, la reserva de libre disponibilidad y sobre todo con la disposición de que los depósitos de las entidades públicas sean colocados en las instituciones financieras públicas especialmente en el BNF.

Los recursos de la Reserva Internacional de Libre Disponibilidad que ascienden a 1.065 millones de dólares se destinaron para la reactivación productiva en 465 millones de dólares y la diferencia, o sea, los 600 millones de dólares se consignan directamente a lo que respecta a la construcción.<sup>13</sup>

La inyección de los recursos del estado en la banca pública ayudó a contrarrestar la disminución del crecimiento de los depósitos en la banca privada, producto de los efectos de la crisis internacional del 2009, además se evitaron las fugas masivas de capitales en el Ecuador durante ese año.

Con estos antecedentes, el objetivo del gobierno central es el impulso de una banca pública transparente que constituya un elemento dinamizador de la economía, promoviendo el desarrollo del país y canalizando el crédito hacia proyectos de actividades productivas y sociales para beneficio de la clase trabajadora del país.

#### **1.2.4.3 Productos y servicios**

Los productos y servicios ofertados por la banca pública se detallan a continuación en la tabla 4 según la Institución:

---

<sup>13</sup> ANDES 2010, Banca pública, [versión electrónica]  
<http://andes.info.ec/economia/banca-publica-entrego-4309-millones-para-credito-productivo-y-vivienda-16690.html/BANCO DEL ESTADO>

**TABLA 4. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFERTA LA BANCA PÚBLICA ECUATORIANA**

PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFERTA LA BANCA PUBLICA ECUATORIANA			
IFIS	PRODUCTOS	SERVICIOS	
BEDE	Crédito para financiar proyectos del sector publico	Asistencia técnica, pre inversión e inversión	
BNF	Cuenta corriente	Tarjeta de debito, certificados bancarios, cheques certificados, transferencias interbancarias, pagos de servicios básicos, pagos de cartera	
	Cuenta de ahorro		
	Inversiones		
CFN	Crédito directo, crédito de trabajo, crédito automotriz para transporte público,	Asistencia técnica, atención al cliente	
	Comercio exterior		Financiamiento de exportación, importación , factoring
	Negocios fiduciarios		
	Fondos de garantía		
	Financiamiento bursátil		
	Financiamiento productivo		
BEV	Cuenta de ahorros	Cancelación de hipotecas, levantamiento de PATRIMONIO FAMILIAR	
	Fondos de garantía		
	Crédito		Para el constructor, a fideicomisos, a gobiernos autónomos descentralizados, a cooperativas, a organizaciones de carácter social.

FUENTE: WEBS DE LOS BANCOS PUBLICOS ECUATORIANOS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

### 1.3 Tendencias actuales de Productos y servicios financieros

#### 1.3.1 La importancia de la web 2.0 y la tecnología en los productos y servicios financieros

La importancia de la web 2.0 radica básicamente en el beneficio de la comunicación en línea, es decir, existe una comunicación directa y en línea entre personas e inclusive con empresas, así, los funcionarios de una empresa, pueden estar en contacto continuo con el cliente dando oído a sus sugerencias, comentarios y aportaciones, esto mejora notablemente la gestión empresarial de las instituciones y crea un vínculo directo con el cual el cliente se convierte en parte activa de la empresa gracias a la magia de la tecnología.

Un ejemplo de web 2.0 son las redes sociales como facebook, twitter, hi5, sónico, etc.

### **1.3.2 Canales de provisión de servicios financieros**

Las instituciones financieras, en especial los bancos, han expandido la provisión de sus servicios mediante cajeros automáticos (ATM'S), puntos de venta (POS), banca telefónica, banca celular y corresponsales no bancarias como por ejemplo el banco del barrio, idea, surgida por el Banco de Guayaquil.

A las Instituciones financieras les resulta más rentable instalar un cajero automático que armar una sucursal por los costos que ésta implica, razón por la cual se ha expandido el incremento de cajeros automáticos inclusive en farmacias y paradas de buses.

Los puntos de venta también han tenido un notable crecimiento, pues debido a la inseguridad que actualmente afrontan las ciudades ecuatorianas, los clientes prefieren realizar compras con débito directo a sus cuentas, haciendo uso mínimo del dinero en efectivo.

En resumen, las instituciones ecuatorianas se esfuerzan cada día en la adquisición de tecnología de punta que permita al cliente la utilización de sus servicios las 24 horas del día los 7 días de la semana sin importar el lugar de residencia de sus clientes.

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

Los retos futuros en lo que respecta a la oferta de productos y servicios del sector financiero radican básicamente en profundizar la oferta de productos y servicios financieros desde el hogar de los clientes, lo que significaría que el cliente pueda acceder y contar con la debida asistencia de una institución financiera sin tener que acudir personalmente a las mismas; esto, gracias a la inclusión de la tecnología del siglo XXI que las diversas instituciones financieras actualmente.

# **CAPITULO II**

## **Capítulo II: Análisis situacional del sistema financiero ecuatoriano. Una perspectiva desde la oferta por plaza.**

### **Introducción**

El Sistema Financiero Ecuatoriano ha evolucionado mucho desde la crisis financiera de 1999 que obligó a los bancos a modernizar su infraestructura para captar más clientes, mejorando así el servicio y manejo de la tecnología, con lo que se lograron implementar nuevos productos y servicios sin dejar de lado obviamente las actividades que se realizan detrás de las ventanillas.

A partir de esto podríamos indicar que el sistema financiero ecuatoriano, actualmente, dispone de información oportuna para la toma de decisiones que conlleven a un riesgo muy bajo en lo que respecta a pérdidas económicas.

En este capítulo, veremos la evolución y crecimiento del sistema financiero tanto en sus captaciones y colocaciones así como también en la oferta de productos y servicios ofertados.

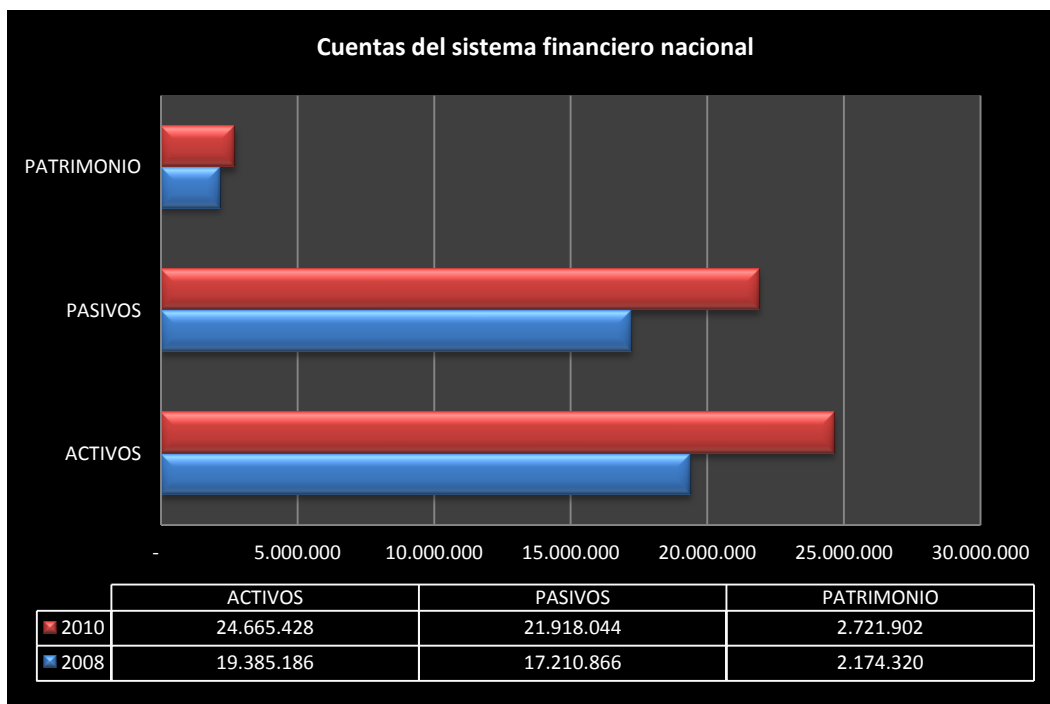
### **2.1 El sistema financiero local (análisis por plaza y subsistema)**

Entre el 2008 y el 2010 la cuenta de activos del sistema financiero nacional registró crecimiento del 27.24% y la cuenta del pasivo un 27.35% es decir, los activos ascendieron a 24'665.428 millones de dólares y los pasivos a 21'918.044 millones de dólares, superando a las cifras presentadas en el 2008 en el cual los activos a diciembre del 2008 ascendían a 19'385.186 y los pasivos 17'210.866 millones de dólares.

La crisis financiera internacional de los años 2008 y 2009 obligaron la implementación de medidas gubernamentales cuya finalidad era la de inyectar mayor liquidez a la economía; así que se adoptaron medidas como la entrega mensual de los fondos de reserva, aranceles a las importaciones y a la salida de divisas, y, utilización de fondos de libre disponibilidad; estas medidas conjuntamente con la recuperación del precio del petróleo fueron factores determinantes para un fortalecimiento significativo en sector financiero ecuatoriano.

Cómo veremos a continuación en el gráfico 2, la cuenta del patrimonio del sistema financiero a diciembre del 2010 también sufrió una importante variación del 25.18% es decir se registraron 2'721.902 millones de dólares contra de 2'174.320 millones de dólares registrados en el 2008.

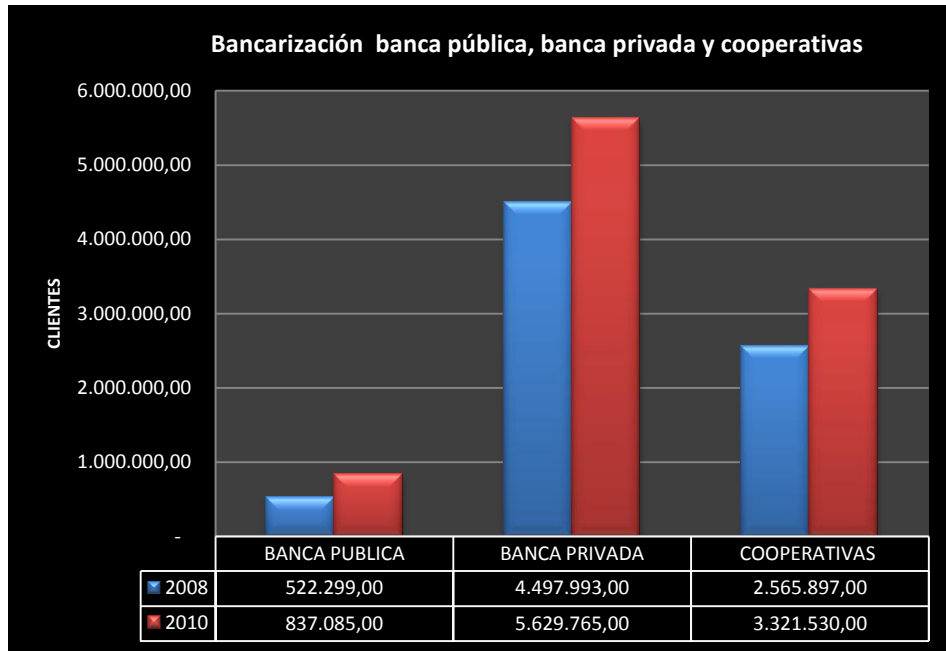
GRAFICO 2. CUENTAS DEL SISTEMA FINANCIERO NACIONAL



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

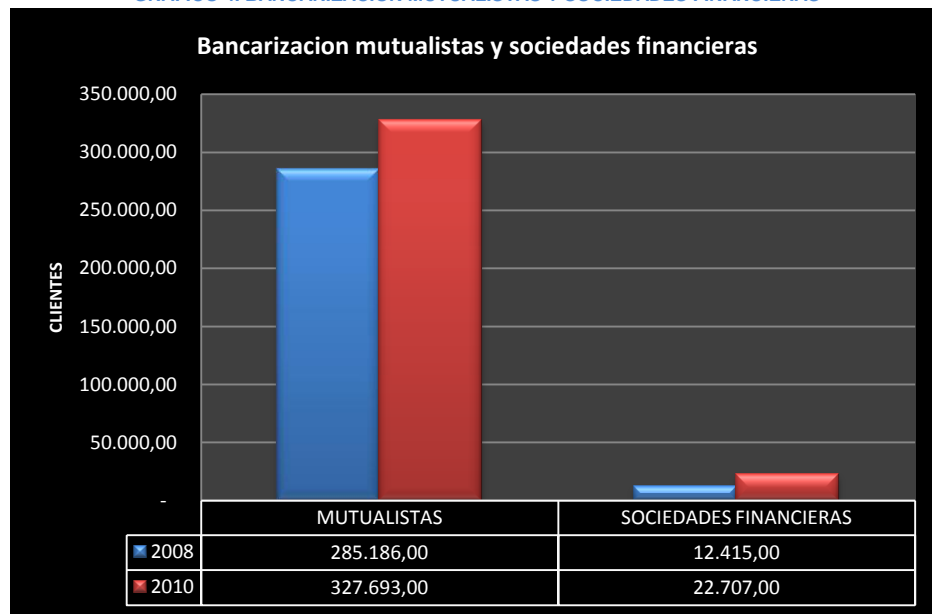
En tanto que, en los gráficos 3 y 4 evidenciamos la bancarización del sistema financiero por subsistemas y apreciamos un incremento de clientes del 60.27% en la banca pública, es decir, ésta cuenta a diciembre del 2010 con 837.085 clientes; la banca privada crece un 25.16% incrementando su clientela a 5'629.765 personas, en tanto que las cooperativas, en el 2010, presentan un crecimiento superior al de la banca privada en 4.29 puntos porcentuales es decir, captan un 29.45% más de los clientes con los que contaban en el 2008, por lo que al 2010 cuentan con 3'321.530 clientes; las mutualistas consiguen incrementar en un 14.91% su clientela, es decir, a diciembre del 2010 cuentan con 22.707 clientes; y, las sociedades financieras que en el 2008 contaban con 12.415 clientes aumentan en un 82.90% su clientela, reportando a finales de diciembre del 2010 un total de 22.707 clientes.

GRAFICO 3. BANCARIZACION PÚBLICA, PRIVADA, COOPERATIVA



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

GRAFICO 4. BANCARIZACION MUTUALISTAS Y SOCIEDADES FINANCIERAS



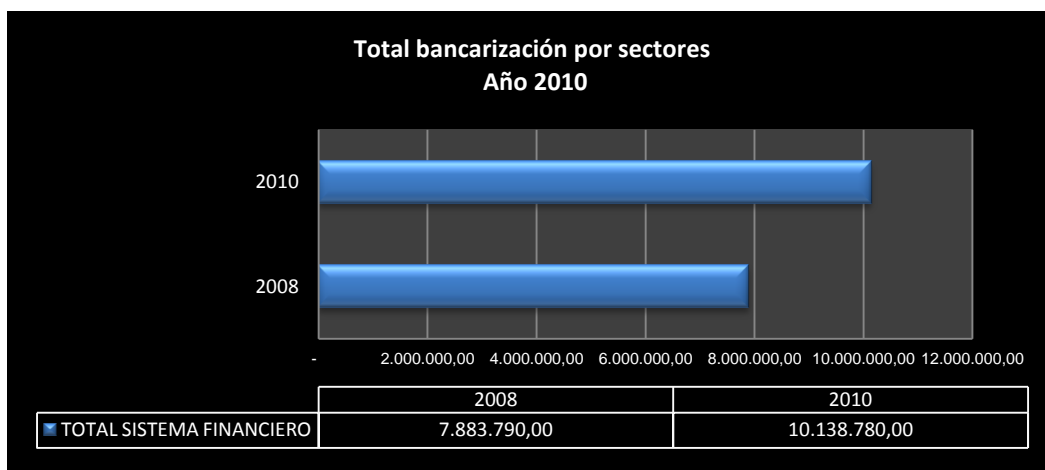
FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Estos datos, nos reportan que la credibilidad en el sistema financiero, luego de la crisis presentada hace aproximadamente diez años, va en aumento, puesto que se han incrementado un 28.60% clientes de los reportados en diciembre del 2008 cuando el



sistema financiero contaba con 7'883.790 clientes, mientras que el sistema financiero a finales de diciembre del 2010 reporta a 10'138.780 clientes activos.

GRAFICO 5. TOTAL BANCARIZACION POR SECTORES A DIC 2010



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Como vemos en el gráfico 5, durante el 2010 la recuperación de la economía ecuatoriana se hace evidente con el incremento del PIB a 3.7% mientras que en el 2009 tan sólo registró un PIB del 0.4%, esto debido al aumento en la captación de depósitos en el sistema financiero generados gracias al crecimiento de la economía haciendo que ésta cuente con más recursos que alimentan el sistema financiero y así se mejoren los niveles de captación. Debemos tomar en cuenta que también la economía ecuatoriana fue fortalecida por el aumento del circulante en el sistema, resultado, entre otras cosas de políticas gubernamentales establecidas.

En el gráfico 6 observamos que la plaza Quito al 2010 reporta un total de captaciones de 9'103.226.95 dólares frente a 20'518.586 dólares del total del sistema financiero, es decir, la Plaza Quito, representa el 45.31% del total de captaciones a nivel nacional.

Los bancos privados de la plaza Quito al 2010 reportan la participación más alta en captaciones, correspondiéndole el 77.83% del total de los depósitos, le sigue la banca pública con una captación correspondiente al 12.37%, las cooperativas obtienen una captación de 3.61%; las sociedades financieras participan con el 4.01% de sus captaciones y las mutualistas con el 2.18%, es decir, sus captaciones ascendieron a

199.470,08 frente al total de captaciones plaza Quito reportado a diciembre del 2010 correspondiente a 9'103.226.95 dólares.

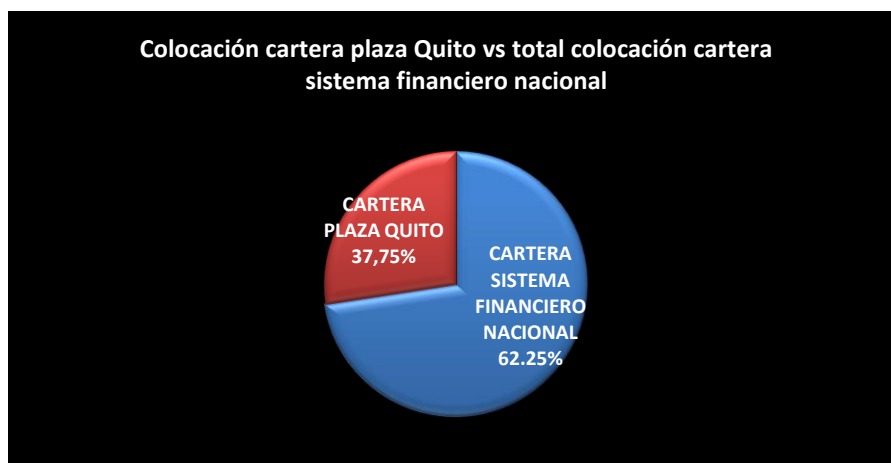
GRAFICO 6. PARTICIPACION CAPTACIONES SUBSISTEMAS PLAZA QUITO 2010



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Con respecto a la cartera, ésta también presentó índices de crecimiento, así, el total de cartera colocada por el sistema financiero a nivel nacional a diciembre del 2010 fue de 17'272.823 en tanto que a la plaza Quito le corresponde un total de colocaciones de 6'212097.77 representando el 37.75% del total de la cartera del sistema financiero tal cual lo indica el gráfico 7 presentado a continuación:

GRAFICO 7. COLOCACION CARTERA QUITO A NIVEL NACIONAL



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

La cartera comercial domina las colocaciones en la plaza Quito con el 45.85%, seguida por la cartera de consumo con el 36.32% mientras que la cartera de vivienda abarca el 11.65% de las colocaciones, como lo veremos a continuación en el gráfico 8:

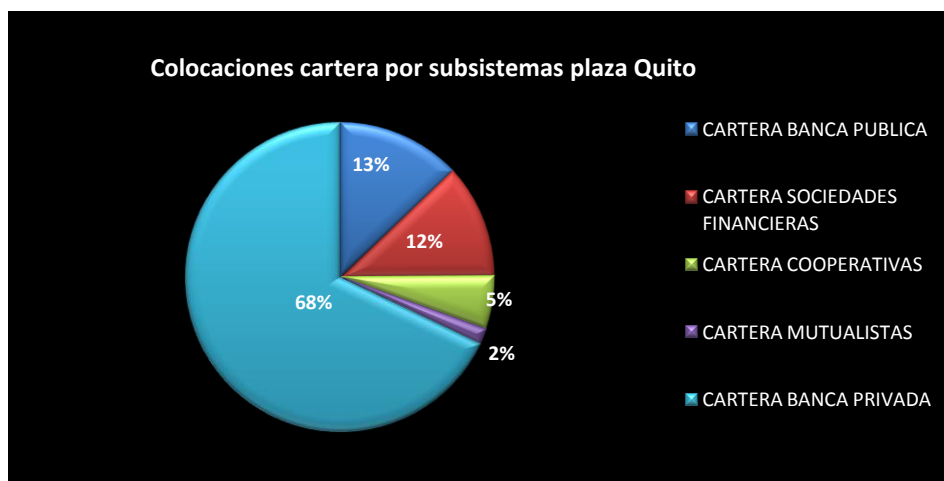
GRAFICO 8. COLOCACIONES PLAZA QUITO 2010



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En el gráfico 9 encontraremos lo que respecta a colocaciones por subsistemas y observamos que la mayor colocación de cartera se encuentra concentrada en la banca privada con el 68% seguida del 13% de colocaciones por parte de la banca pública; las sociedades financieras participan con el 12% del colocación de la cartera superando a la cartera colocada por las cooperativas que al 2010 participan con un 5% del total de la cartera, las mutualistas en tanto colocan un total del 2% de sus colocaciones.

GRAFICO 9. COLOCACIONES CARTERA POR SUBSISTEMA PLAZA QUITO



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS  
ELABORADO POR LAS AUTORAS

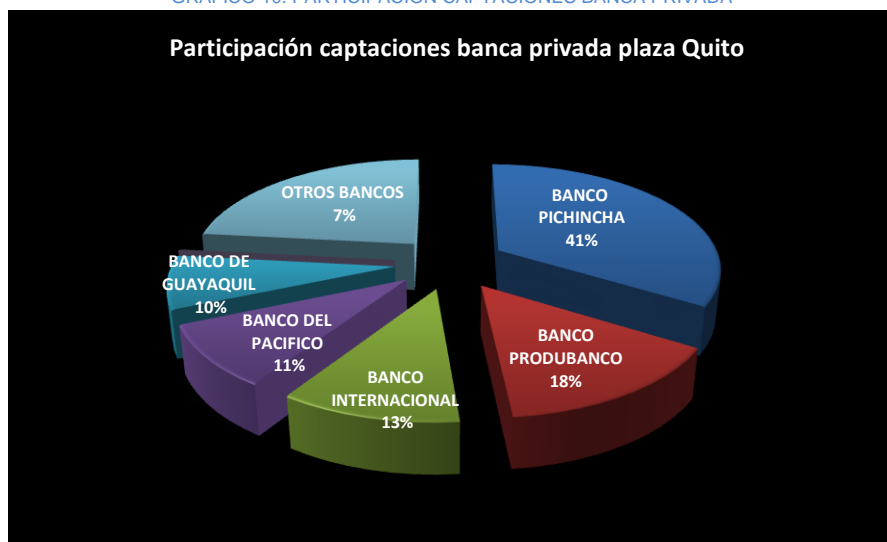
En resumen, pese a que la población no se encuentra en mayor concentración en la plaza Quito, ésta reporta el mayor número de concentración de captaciones y colocaciones dentro del sistema financiero nacional, aportando significativamente al crecimiento de la economía ecuatoriana.

## 2.2 Evolutivo de captaciones

En el año 2010, el total de captaciones para la plaza Quito obtuvo un crecimiento mayor frente al reportado en el 2008; el valor de captaciones en el 2010 asciende a 9'103.226.95 (miles de dólares) frente a 8'798.773.71 (miles de dólares) reportados en el 2008, es decir se presenta una diferencia de 304.453.24 (miles de dólares), por lo tanto, concluimos que la plaza Quito, creció y aportó con el 3.46% del total de captaciones a nivel nacional debido a la concentración del poder político y económico en la ciudad, y, a la inyección de recursos estatales en instituciones financieras, cuyas matrices se encuentran ubicadas en esta plaza, por ser la capital del país.

En la banca privada vemos que el Banco Pichincha, por tradición y solvencia, es uno de los bancos que capta el 41% de recursos seguido por el Banco Produbanco con el 18% y el Banco Internacional con el 13%, esto lo podemos observar en el siguiente gráfico número 10:

GRAFICO 10. PARTICIPACION CAPTACIONES BANCA PRIVADA



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Con respecto a las cooperativas de la plaza Quito y según el gráfico 11, se ve concentrada la captación de depósitos en una cooperativa con 42 años de existencia que gracias a su administración eficiente, ha logrado captar el mayor número de depósitos en la plaza Quito, esta es la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cooprogreso en la que se concentra el 26% de las captaciones seguida por la Cooperativa de Ahorro Crédito 29 de Octubre y Andalucía que comparten un 17% de las captaciones reportadas al 2010 en Quito.

GRAFICO 11. PARTICIPACION CAPTACIONES BANCA PRIVADA



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Por otro lado en el gráfico 12 observamos que la mutualista con mayor número de captaciones reportada al 2010 es la Mutualista Pichincha con una participación del 97% de las captaciones frente al 3% que reporta la Mutualista Imbabura en la ciudad capital.

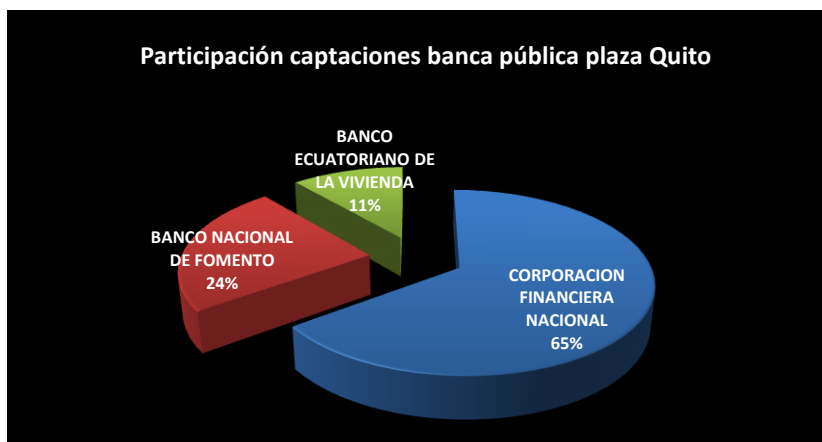
GRAFICO 12. PARTICIPACION CAPTACIONES BANCA PRIVADA



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Como podemos observar en el gráfico 13 presentado a continuación, en la banca pública, la concentración de captaciones con el 65% pertenece a la Corporación Financiera Nacional, seguida por un 24% del Banco de la Vivienda y un 11% del Banco Nacional de Fomento.

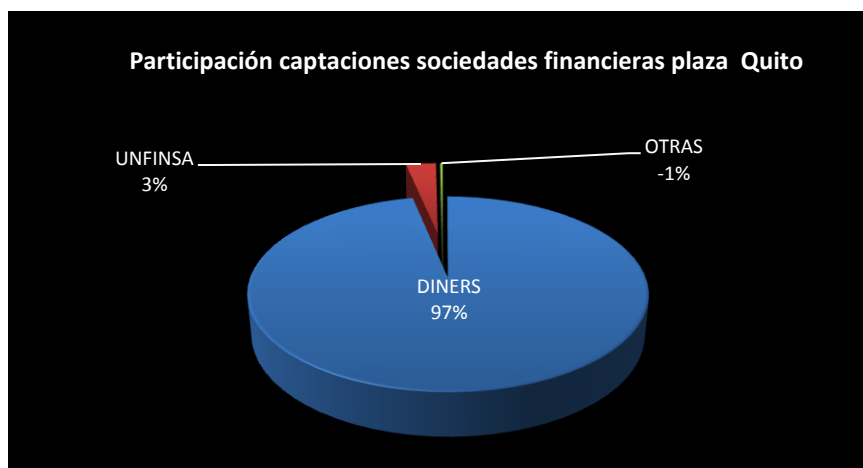
GRAFICO 13. PARTICIPACION CAPTACIONES BANCA PRIVADA



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Finalmente, en el gráfico 14 observaremos que, según los reportes de la Superintendencia de Bancos, las captaciones en las sociedades financieras manejadas en la plaza Quito, se concentran en Diners netamente en lo referente a inversiones, así, acapara el 97% de las captaciones, seguido por Unifinsa con el 3% y en porcentaje que no se acerca al uno por ciento Vazcorp y Leasingcorp.

GRAFICO 14. PARTICIPACION CAPTACIONES SOCIEDADES FINANCIERAS



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

## 2.2.1 Por tipo de depósito

En el gráfico 15, observaremos que en lo que respecta a captaciones en cuentas de ahorro, durante el período 2008- 2010 existe un crecimiento de 554.579,36 miles de dólares en todo el sistema financiero, correspondiéndole a la banca privada el 86% de captaciones en cuentas de ahorro, seguida por las cooperativas con el 8.13%; las mutualistas captan el 3.61% y la banca pública el 2.25%; en lo que respecta a las sociedades financieras no existe captación debido a que las mismas no ofrecen el producto de cuenta de ahorro en sus servicios. Así, en la plaza Quito, se evidencia que existe un gran margen de captación en cuentas de ahorro en la banca privada frente a las cooperativas.

GRAFICO 15. EVOLUCION CAPTACIONES CUENTAS AHORRO PLAZA QUITO



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En captaciones en cuentas corriente, durante el período 2008-2010 existe un crecimiento total de 884.285.51 (miles de dólares) siendo la banca privada el principal captador de recursos en cuentas corrientes con el 97.73% de dicho incremento, seguido por la banca pública que capta el 2.27%; éste marcado margen se debe a que las cuentas corrientes son un producto exclusivo de la banca pública y privada, esto lo podemos observar en el gráfico 16 presentado a continuación:

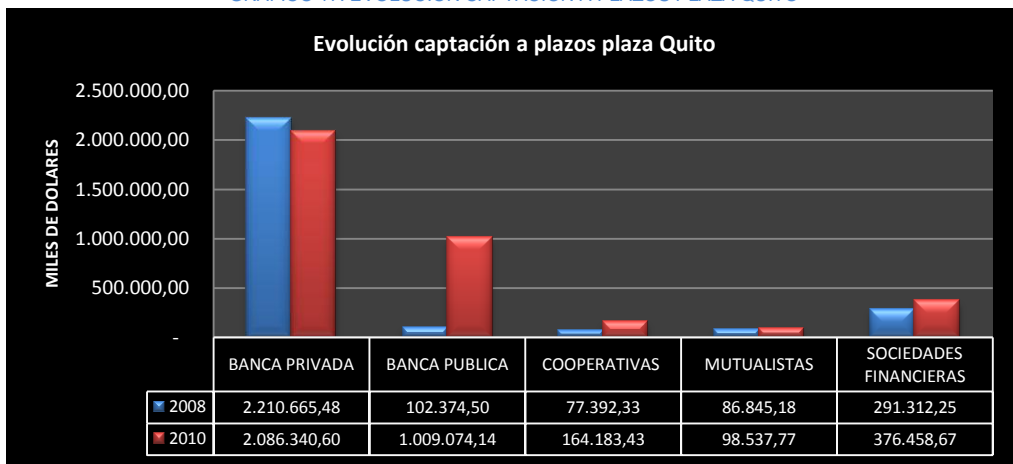
GRAFICO 16. EVOLUCION CAPTACIONES CUENTA CORRIENTE PLAZA QUITO



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En el gráfico 17 observamos que la evolución de captaciones a plazo en el período 2008-2010, presenta un crecimiento de 996.004,87 (miles de dólares), correspondiéndole el mayor porcentaje de captaciones a plazos a la banca pública con el 93.86%, seguido por las cooperativas que captan el 8.98%; cabe recalcar que se presenta una reducción del -12.87% en las captaciones a plazo por parte de la banca privada, mientras que las sociedades financieras experimentan un crecimiento en captaciones a plazos correspondiente al 8.81%.

GRAFICO 17. EVOLUCION CAPTACION A PLAZOS PLAZA QUITO



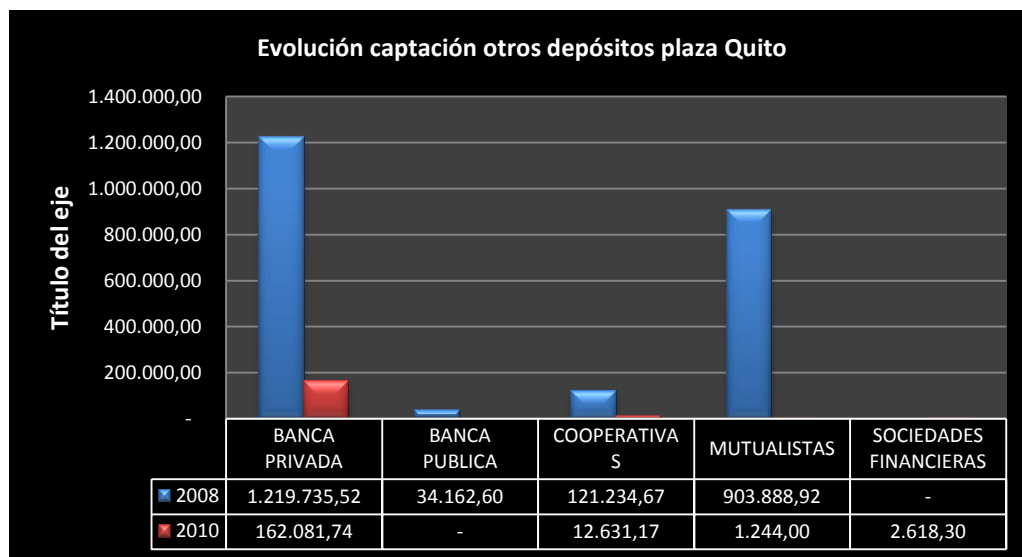
FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En la evolución de captaciones en otros depósitos, durante el período 2008- 2010 existe un decrecimiento de -2.100.896.50 (miles de dólares) que no necesariamente



afecta con la evolución del total de captaciones recibidas, puesto que los depósitos a la vista son el principal componente de la estructura financiera que le permiten respaldar al sistema los requerimientos de liquidez de sus depositantes, esto lo podemos observar a continuación, en el gráfico 18:

GRAFICO 18. EVOLUCION CAPTACION OTROS DEPOSITOS PLAZA QUITO

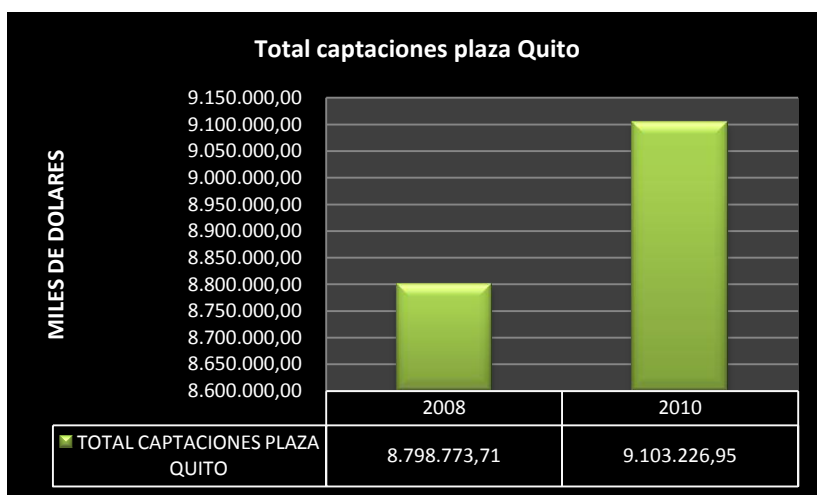


FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

## 2.2.2 Por subsistema

Durante el 2010 el total de captaciones realizadas por las instituciones financieras de la plaza Quito ascienden en 304.453.25 (miles de dólares) durante el período 2008-2010, como vemos en el gráfico 19 que presentamos a continuación:

GRAFICO 19. EVOLUCION CAPTACIONES PLAZA QUITO

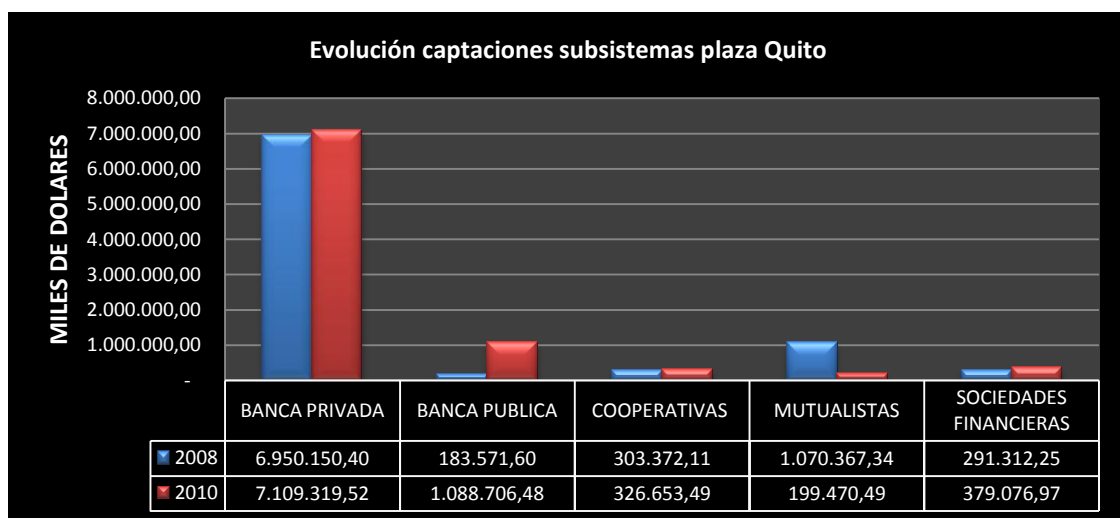


FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Se evidencia que la banca pública es el mayor subsistema que capta el 297.30% del total del porcentaje de captaciones mencionado, seguida por el subsistema de banca privada correspondiéndole el 52.28% de las captaciones; se observa además que en las sociedades financieras existe una captación superior correspondiente al 28.83% con respecto a las captaciones que realizan las cooperativas con el 7.65%; y finalmente, existe una disminución del -286.05% en las captaciones que realizan las mutualistas.

Según se observa en el gráfico 20, existe una recuperación paulatina de las colocaciones, derivada del crecimiento económico experimentado en el período 2008-2010, en el que la presencia de la banca pública empieza a ser significativa en la evolución de captaciones dentro de las instituciones financieras ecuatorianas.

GRAFICO 20. EVOLUCION CAPTACIONES SUBSISTEMAS PLAZA QUITO



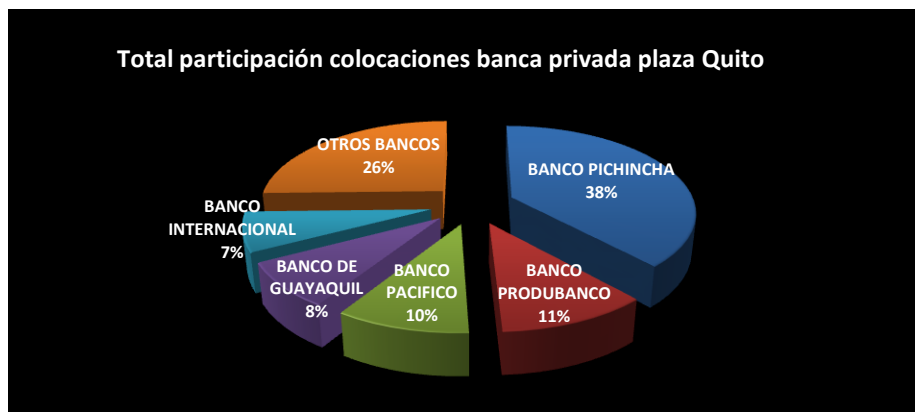
FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

### 2.3 Evolutivo de colocaciones

En el año 2010 la plaza Quito, experimenta un aumento en la cartera colocada, así, reporta 6'017.308 miles de dólares frente a 5'413.953 miles de dólares registrados el 2008, es decir se reporta un crecimiento del 11.14% en estos dos últimos años, esto debido al incremento del circulante que hace posible la reducción de morosidad generando confianza de las instituciones financieras en el otorgamiento de crédito a corto, mediano y largo plazo.

En el gráfico 21 observamos que el Banco Pichincha, institución de la banca privada coloca el 38% de sus fondos seguido por el 11% que coloca el Produbanco y el 10% el Banco del Pacífico, con esto vemos que el Banco Pichincha lidera el mercado en lo que respecta a las colocaciones en la plaza Quito.

GRAFICO 21. PARTICIPACION COLOCACIONES BANCA PRIVADA PLAZA QUITO



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En las cooperativas de ahorro y crédito de la plaza Quito, las colocaciones se concentran en un 30% en la Cooperativa Cooprogreso, seguida por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía con el 19% y por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Alianza del Valle con el 11% del total de colocaciones, esto lo podemos observar en el gráfico 22 presentado a continuación:

GRAFICO 22. PARTICIPACION COLOCACIONES COOPERATIVAS PLAZA QUITO



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En el gráfico 23 observamos que en las mutualistas existentes en la plaza Quito, la Mutualista Pichincha, coloca el 96% de sus fondos frente al 4% de la Mutualista Imbabura, según reportes de la Superintendencia de Bancos.

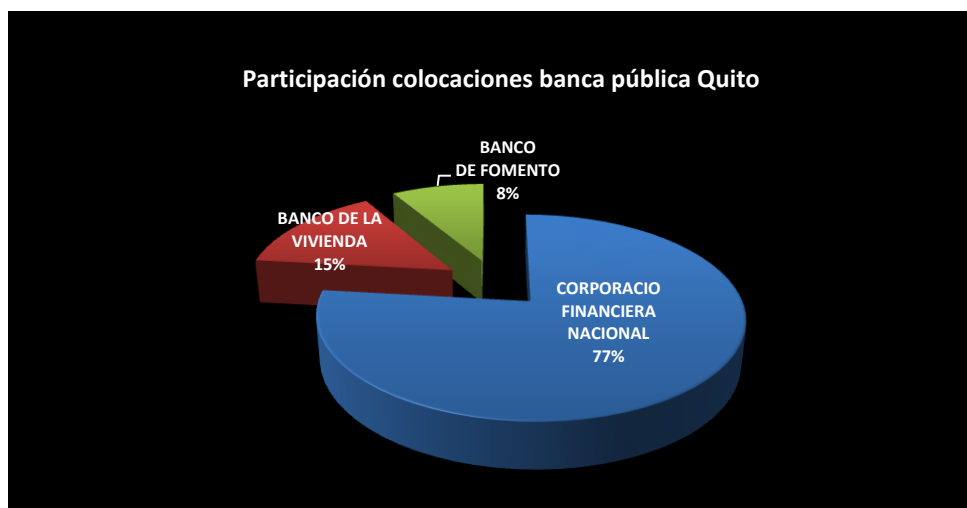
GRAFICO 23. PARTICIPACION COLOCACIONES MUTUALISTAS PLAZA QUITO



FUENTE: SUPERINTEDECENCIA DE BANCOS Y SEGUROS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En el gráfico 24 encontramos que la banca pública refleja la concentración de las colocaciones con el 77% en la Corporación Financiera Nacional, el Banco Nacional de la Vivienda coloca el 15% y el 8% lo hace el Banco Nacional de Fomento.

GRAFICO 24. PARTICIPACION COLOCACIONES BANCA PUBLICA PLAZA QUITO



FUENTE: SUPERINTEDECENCIA DE BANCOS Y SEGUROS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En las sociedades financieras de la plaza Quito, el 99% de las colocaciones la realiza Diners básicamente gracias a los crédito que coloca a nivel nacional e internacional con

su tarjeta de crédito; el 1% coloca Vazcorp y en menor cantidad, el resto de las sociedades financieras que operan en Quito, como podemos apreciar en el gráfico 25 presentado a continuación:

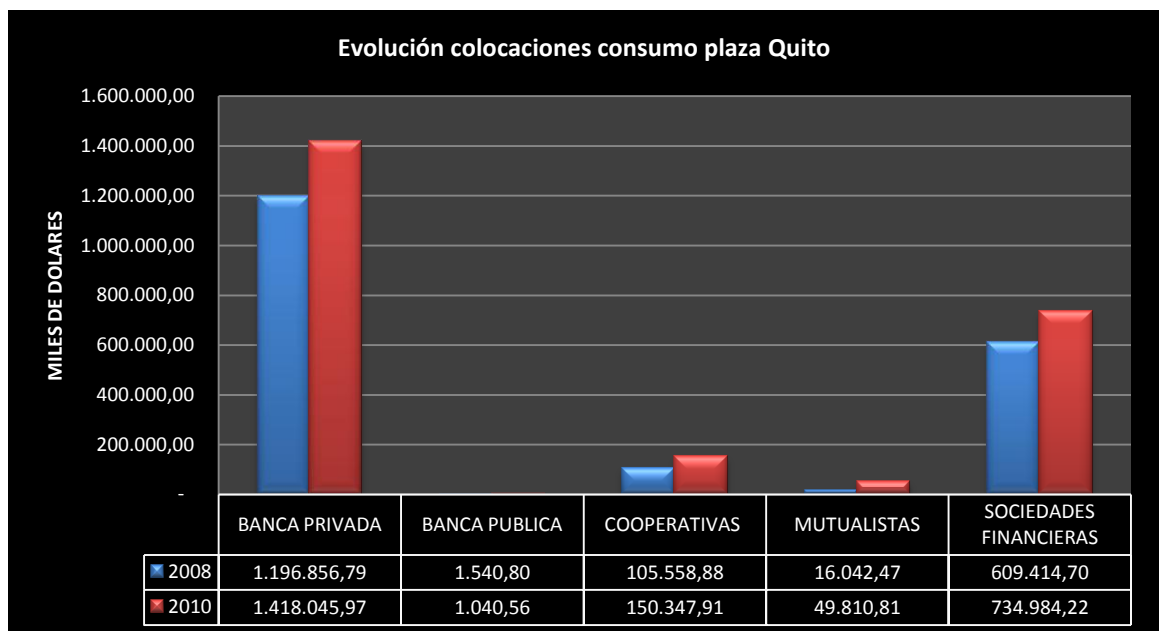
GRAFICO 25. PARTICIPACION COLOCACIONES BANCA PUBLICA PLAZA QUITO



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

### 2.3.1 Por tipo de cartera

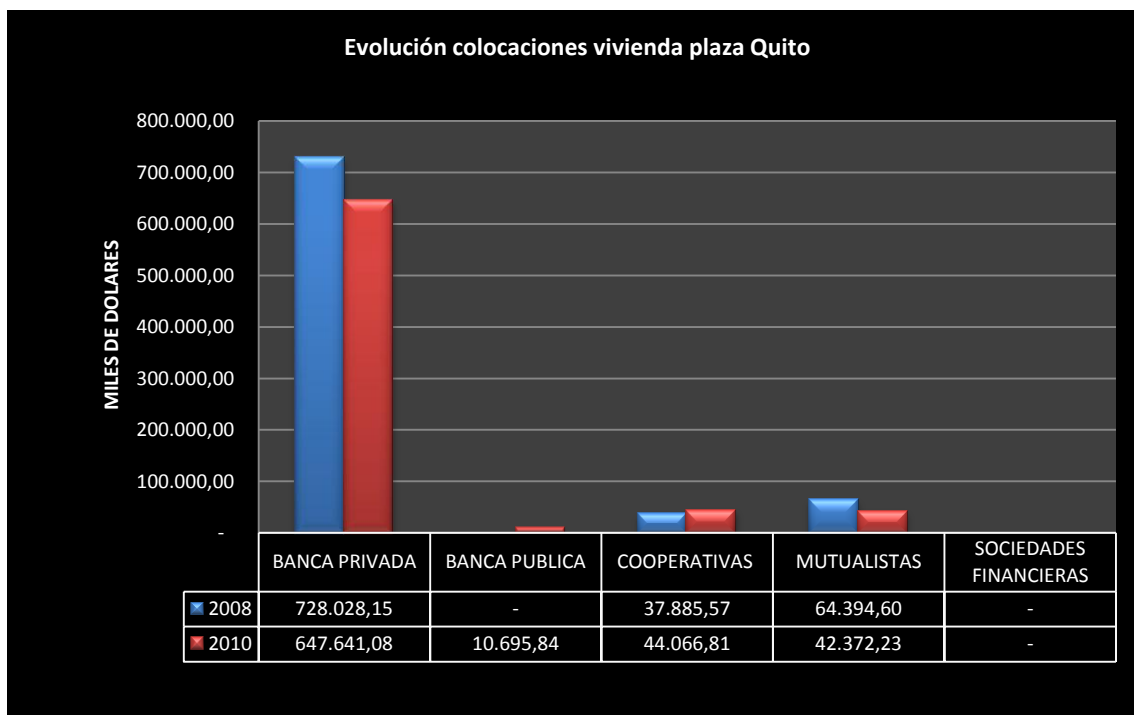
GRAFICO 26. EVOLUCION COLOCACIONES CONSUMO PLAZA QUITO



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En el gráfico 26 presentado, el total de colocaciones en créditos de consumo corresponde a un crecimiento 424.815.83 (miles de dólares); correspondiendo el 52.07% de las colocaciones de consumo a la banca privada seguida por el 29.56% de colocaciones de crédito de consumo que consiguen las sociedades financieras gracias a su producto especializado como son las de tarjetas de crédito, producto exclusivo de las sociedades financieras.

GRAFICO 27.EVOLUCION COLOCACIONES VIVIENDA PLAZA QUITO

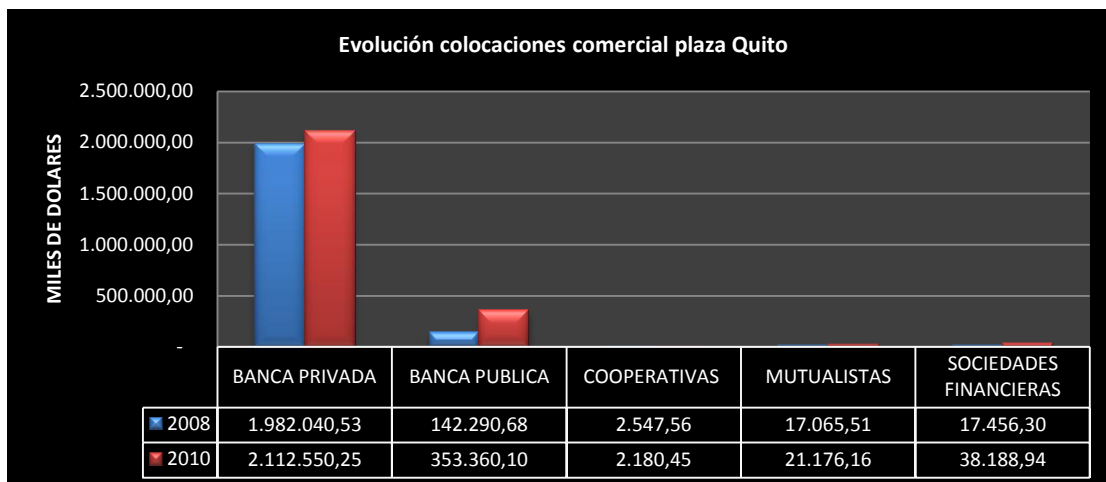


FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En el gráfico 27 que se observa, encontramos que con respecto al total de colocaciones en créditos de vivienda no se evidencia crecimiento, más bien existe una disminución de -85.532.36 (miles de dólares) en dichas colocaciones, todo esto debido a que las colocaciones del crédito de vivienda actualmente se ve acaparado por el recientemente creado Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (BIESS) que brinda mayores facilidades para la adquisición de vivienda a sus asegurados.

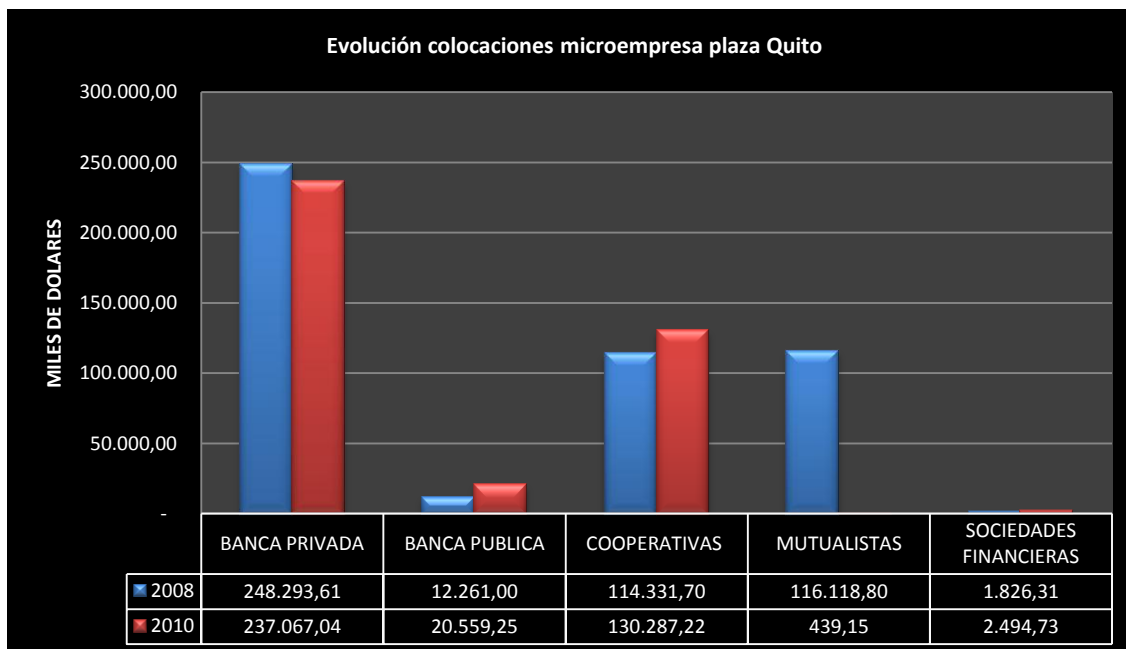
GRAFICO 28. EVOLUCION COLOCACIONES COMERCIAL PLAZA QUITO



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Las colocaciones en créditos comerciales en el período 2008-2010, son de 366.055.32 (miles de dólares), correspondiéndole a la banca pública la colocación del 57.66% en créditos comerciales, seguida por la banca privada que coloca el 35.65%, en tanto que las sociedades financieras lo hacen con el 5.66% y las mutualistas con el 1.12%; en tanto que las cooperativas experimentan una disminución en la colocación del crédito de consumo del 0.10%. (Gráfico 28)

GRAFICO 29. EVOLUCION COLOCACIONES MICROEMPRESA PLAZA QUITO



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En el gráfico 29 observamos que las colocaciones en microempresa durante el período 2008-2010 experimentan una disminución de colocaciones de -101.984.03 (miles de dólares); la banca privada deja de colocar el 11.01% de créditos de microempresa, mientras que las mutualistas disminuyen el 113.43%, las sociedades financieras colocan créditos de microempresa un total de 0.66%, la banca pública coloca el 8.14% y las cooperativas consiguen colocar el 15.65% en microcréditos. Como se observa, el producto de microcrédito durante el período 2008-2010 fue colocado por las cooperativas, sociedades financieras y la banca pública, apoyando la iniciativa para la creación de microempresas, que impulsen paulatinamente el desarrollo de la economía del país.

### 2.3.2 Por subsistema

Durante el período 2008-2010, las colocaciones en la plaza Quito se incrementan en 603.354,79 (miles de dólares), es decir un 10.03%, como lo podemos ver en el gráfico 30.

GRAFICO 30. TOTAL COLOCACIONES PLAZA QUITO



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

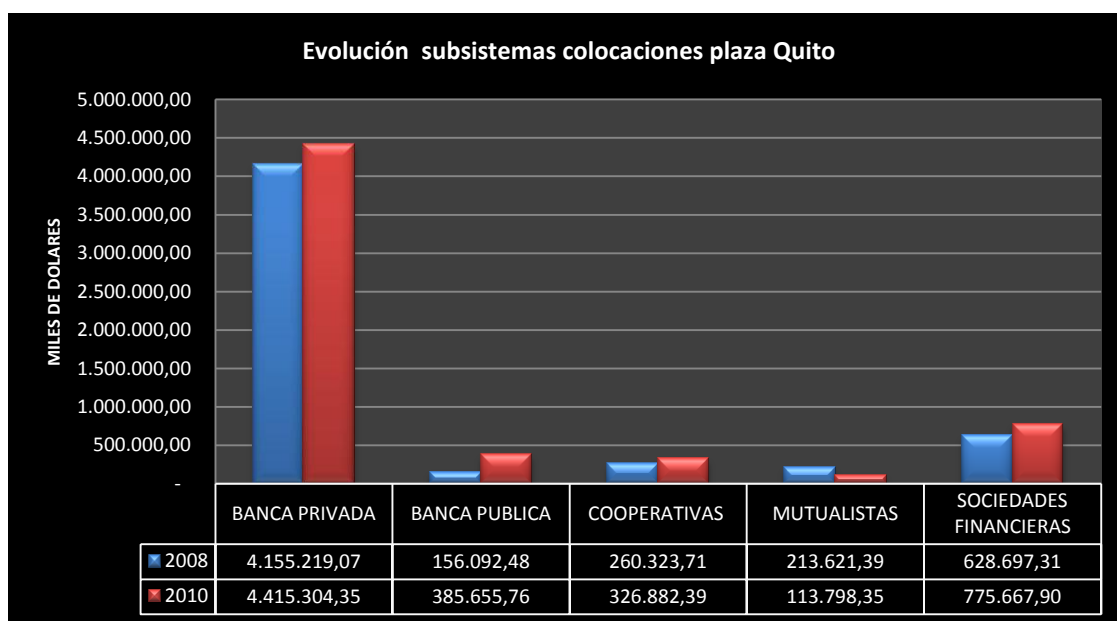
Así, la banca privada de la plaza Quito, coloca el 43,11% en créditos, seguida por las sociedades financieras con el 24.36%, mientras que la banca pública lo hace con el



38.05% frente al 11.03% de colocaciones en créditos que consiguen las cooperativas; se evidencia una disminución del 16.54% en la colocación de créditos por parte de las mutualistas.

En resumen, la evolución de la colocación de cartera ha sido positiva y se ha notado una reducción de la morosidad gracias a la reactivación económica presentada en el 2010, haciendo posible que se reactive la demanda del crédito a corto, mediano y largo plazo. Esto lo podemos evidenciar en el gráfico 31 presentado a continuación:

GRAFICO 31. EVOLUCION SUBSISTEMAS COLOCACIONES PLAZA QUITO



FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

## 2.4 Productos y servicios financieros. Tipos y costos

Según el anexo B, el 12 de junio del 2009, por parte de la Junta Bancaria se aprueba el tarifario de servicios financieros, el mismo controlará la observancia de las tarifas máximas establecidas y aplicará si el caso lo requiere, las sanciones que correspondan. La Junta Bancaria podrá reformar sus disposiciones en cualquier tiempo y determinará trimestralmente tanto el listado de transacciones básicas (gratuitas) como las que serán sujetas a tarifas máximas establecidas.

Cabe recalcar que las Instituciones cobran por los servicios financieros que brindan a sus clientes, mas no por los productos ofertados; eso sí, cada institución, establece

ciertos requisitos para acceder a sus diversos productos, pero en lo que respecta a sus servicios, en su mayoría, tienen costos justificados básicamente en el uso de tecnología y recursos que cada institución utiliza para dar un mejor servicio al cliente.

#### **2.4.1 Por institución financiera**

A continuación se detallan los costos de los servicios financieros básicos y los de tarifa máxima establecidos por la Junta Bancaria que rigen para todo el sistema financiero nacional.

Según se aprecia, las diferentes instituciones financieras mantienen una similitud en lo que respecta al cobro de servicios financieros y se apegan básicamente al cobro máximo establecido según el tarifario aprobado por la Junta Bancaria.

Los valores difieren en muy pocas instituciones, usualmente se observa que varían en los servicios ofertados por las cooperativas, mas sin embargo, la disminución de costos en los servicios no es significativa.

En lo referente a costos de la banca pública, no se evidencia información, puesto que los servicios que prestan se basan en asesorías, pero si existen servicios cuyo tarifario netamente se rige al tarifario establecido y aprobado por la Junta Bancaria.

En las tablas 5, 6, 7 y 8 presentadas a continuación, encontraremos la información detallada del costo de los servicios financieros que mantienen las instituciones financieras reguladas de la plaza Quito actualmente:

TABLA 5. COSTOS SERVICIOS FINANCIEROS BANCA PRIVADA

COSTOS DE SERVICIOS QUE OFERTA LA BANCA PRIVADA																											
INSTITUCION	CHEQUE					RETIROS CAJEROS ATM		ENTREGA ESTADOS DE CUENTA			TRANSFERENCIAS						TARJETA DE DEBITO			TARJETA DE CREDITO					VARIOS		
	UN CHEQUE	DEVUELTO	CERTIFICADO	DE GERENCIA	DEVOLUCION CHEQUE DEL EXTERIOR	RETIRO OTRA ENTIDAD EN CAJERO DE LA ENTIDAD	RETIRO EN CAJEROS DE OTRA ENTIDAD	A DOMICILIO	EN OFICINA	CORTE ESTADO DE CTA	INTERBANCARIAS SPI RECIBIDAS	INTERBANCARIAS SPI ENVIADAS	INTERBANCARIAS ENVIADAS INTERNET	NACIONALES OTRAS OFC.	RECIBIDAS DESDE EL EXTERIOR	AL EXTERIOR EN OFICINA	EMISION	RENOVACION	REPOSICION	VOUCHER LOCAL	VOUCHER DEL EXTERIOR	CORTE ESTADO DE CUENTA	COSTO TARJETA TITULAR	COSTO TARJ. ADICIONAL	REFERENCIA BANCARIA	COSTO REPOSICION LIBRETA/CARTOLA	
AMAZONAS	0,30	2,79	2,00	2,50	3,24	0,50	5,00	1,66	0,30	1,83	0,30	2,15	0,28	2,00	10,00	55,59	5,15	1,85	4,94	2,00	10,00	1,83	30,00	5,00	2,65	1,00	
BOLIVARIANO	0,30	2,79	2,00	2,50	3,24	0,50	0,50	1,66	0,30	1,83	0,30	2,00	0,30	2,00	10,00	50,00	5,15	1,84	4,94	2,00	10,00	1,83	50,00	5,00	2,65	0,00	
CAPITAL	0,30	2,79	2,00	2,50	N/A	0,50	0,50	1,66	0,30	1,83	0,30	0,50	0,50	1,93	10,00	35,00	5,00	1,85	4,94	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2,50	1,00	
CITIBANK	0,30	2,79	2,00	2,50	N/A	N/A	N/A	1,66	0,30	1,83	0,30	0,50	S/I	2,00	10,00	55,00	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2,65	N/A	
COFIEC	0,30	2,50	N/A	2,50	N/A	N/A	N/A	1,50	0,30	1,50	0,30	2,15	0,00	2,00	10,00	55,00	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2,50	1,00	
DEL BANK	0,30	2,79	2,00	2,50	0,30	0,50	0,20	1,66	0,30	1,83	0,00	0,50	0,00	2,00	10,00	55,00	5,15	1,85	4,94	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2,65	1,00	
FINCA	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	
RUMIÑAHUI	0,30	2,79	2,00	2,50	3,25	0,50	0,50	1,66	0,30	1,83	0,30	2,50	0,00	2,00	10,00	45,00	5,15	1,85	4,84	2,00	10,00	0,5	S/I	S/I	2,65	1,00	
GUAYAQUIL	0,30	2,79	2,00	2,50	3,24	0,50	0,50	1,66	0,30	0,50	0,30	0,50	0,50	2,00	10,00	55,49	5,15	1,85	4,94	2,00	10,00	1,83	25,00	5,00	2,65	1,00	
INTERNACIONAL	0,54	2,79	2,00	2,50	3,24	0,50	0,50	1,66	0,30	1,83	0,30	0,50	0,00	2,00	10,00	55,49	5,15	1,85	4,94	2,00	10,00	1,83	36,00	10,00	2,65	1,00	
LITORAL	0,30	2,79	2,00	2,50	N/A	N/A	N/A	1,66	N/A	1,83	0,30	N/A	0,00	2,00	10,00	55,00	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2,65	1,00	
LOJA	0,30	2,79	2,00	2,50	3,24	0,50	0,50	1,66	0,30	0,50	0,30	2,15	0,28	2,00	10,00	50,00	5,15	1,85	4,94	2,00	10,00	0,50	S/I	S/I	2,65	1,00	
MACHALA	N/A	2,79	N/A	2,50	3,24	0,50	0,50	1,66	0,30	1,83	0,30	2,15	0,50	2,00	10,00	55,49	5,15	1,85	4,94	2,00	10,00	0,50	25,00	10,00	2,65	0,00	
PACIFICO	0,30	2,79	2,00	2,50	3,24	0,50	5,00	1,66	0,30	1,83	0,30	0,50	0,50	2,00	10,00	55,49	5,15	1,85	4,94	2,00	10,00	1,83	25,00	5,00	2,65	0,00	
PICHINCHA	0,30	2,79	2,00	2,50	3,24	0,50	0,50	1,66	0,30	1,83	0,30	2,15	0,50	2,00	8,00	55,49	5,15	1,85	4,94	2,00	10,00	0,50	30,00	10,00	S/I	1,00	
PROCREDIT	N/A	1,00	N/A	N/A	N/A	S/I	S/I	1,66	0,30	0,30	0,30	S/I	0,50	S/I	S/I	30,00	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2,65	1,00	
PRODUBANCO	0,30	2,79	2,00	2,50	3,24	0,50	0,50	1,66	0,00	1,83	0,30	0,50	0,50	2,00	10,00	55,49	5,14	1,85	4,94	2,00	10,00	0,50	25,00	5,00	2,65	1,00	
PROAMERICA	0,30	2,79	2,00	N/A	3,24	0,50	N/A	1,66	0,30	1,83	0,00	2,15	0,50	2,00	10,00	45,00	5,14	1,85	4,94	2,00	10,00	0,50	25,00	5,00	2,65	1,00	
SOLIDARIO	0,30	2,75	2,00	2,50	3,24	0,50	0,50	1,65	0,30	1,50	0,25	2,15	S/I	S/I	10,00	50,00	S/I	S/I	S/I	2,00	S/I	N/A	N/A	N/A	2,65	1,00	
SUDAMERICANO	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I
UNIBANCO	0,30	2,79	2,00	2,50	3,24	0,50	0,50	1,66	0,30	1,50	0,30	2,15	0,50	2,00	10,00	55,00	5,14	1,85	4,94	2,00	10,00	0,50	30,00	10,00	2,65	1,00	

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

TABLA 6. COSTOS SERVICIOS FINANCIEROS COOPERATIVAS

COSTOS SERVICIOS FINANCIEROS COOPERATIVAS																				
COOPERATIVA	CHEQUES				CONSULTAS		RETIROS CAJEROS ATM		ENTREGA ESTADOS DE CUENTA		TRANSFERENCIAS						TARJETA DE DEBITO			VIARIOS
	DEVUELTO	CERTIFICADO	DE GERENCIA	DEVOLUCION CHEQUE DEL EXTERIOR	CORTE ESTADO DE CUENTA	BANDA TELEFONICA	RETIRO OTROS CLIENTES EN CAJERO DE LA ENTIDAD	RETIRO OTROS CLIENTES EN CAJEROS DE OTRA ENTIDAD	CORTE ESTADO DE CUENTA	REFERENCIA BANCARIA	INTERBANCARIAS SPI RECIBIDAS	INTERBANCARIAS SPI ENVIADAS	INTERBANCARIAS ENVIADAS INTERNET	NACIONALES OTRAS OFICINA	RECIBIDAS DESDE EL EXTERIOR	AL EXTERIOR EN OFICINA	EMISION	RENOVACION	REPOSICION	COSTO REPOSICION LIBRETA/CARTOLA
23 DE JULIO	2,79	N/A	2,50	N/A	S/I	0,00	0,50	0,50	S/I	1,00	0,00	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5,14	1,85	4,94	1,00
29 DE OCTUBRE	2,79	N/A	2,00	N/A	S/I	0,00	0,50	0,50	S/I	2,50	0,30	2,00	0,50	N/A	N/A	S/I	5,14	1,85	4,94	1,00
ALIANZA VALLE	2,79	N/A	S/I	N/A	S/I	0,00	S/I	S/I	S/I	2,65	0,30	2,15	S/I	S/I	S/I	S/I	5,14	1,85	4,94	1,00
ANDALUCIA	2,79	0,00	0,30	N/A	1,83	0,00	0,50	0,50	1,83	2,00	0,30	2,15	S/I	S/I	10,00	S/I	5,15	1,85	4,94	1,00
ATUNTAQUI	S/I	S/I	S/I	N/A	S/I	0,00	0,35	0,50	S/I	2,00	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	5,15	1,85	4,94	1,00
CACPECO	S/I	S/I	S/I	N/A	S/I	S/I	0,50	0,50	S/I	1,00	0,30	S/I	S/I	2,00	1,00	S/I	5,00	1,85	3,00	1,00
CAMARA DE COMERCIO DE AMBATO	2,79	S/I	S/I	N/A	S/I	0,00	0,50	5,00	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I
CODESARROLLO	S/I	S/I	S/I	N/A	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I
COOPAD	2,79	S/I	S/I	N/A	1,83	0,00	0,50	S/I	1,83	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	5,15	S/I	S/I	S/I
COOPCCP	1,40	S/I	S/I	2,50	1,50	0,00	0,50	0,50	1,50	1,50	0,30	2,00	S/I	S/I	10,00	50,00	5,00	3,80	4,90	1,00
COTOCOLLAO	S/I	S/I	S/I	N/A	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I
COOPROGRESO	S/I	S/I	S/I	N/A	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I
EL SAGRARIO	S/I	S/I	S/I	N/A	S/I	S/I	0,50	0,50	S/I	S/I	0,30	0,00	0,50	S/I	S/I	S/I	5,00	1,85	4,00	0,00
PABLO MUÑOZ VEGA	2,79	S/I	S/I	N/A	1,50	0,00	0,50	0,50	1,50	2,00	0,20	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	5,15	1,85	4,94	0,00
PROGRESO	2,79	S/I	1,00	3,24	1,83	0,00	0,50	0,50	1,83	2,50	0,30	0,00	0,00	2,00	0,00	0,00	4,00	1,85	4,00	1,00
RIOBAMBA	S/I	S/I	S/I	N/A	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I
SAN FRANCISCO ASIS	2,79	N/A	0,00	N/A	1,00	N/A	N/A	N/A	1,00	2,00	0,25	2,00	N/A	2,00	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0,00
TULCAN	2,70	N/A	N/A	N/A	1,80	0,00	0,50	0,50	1,80	2,00	0,00	2,00	N/A	0,00	0,00	N/A	5,00	1,80	4,90	0,00

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

TABLA 7. COSTOS SERVICIOS FINANCIEROS MUTUALISTAS

COSTOS SERVICIOS FINANCIEROS MUTUALISTAS																						
MUTUALISTAS	CHEQUE			CONSULTAS		RETIRO CAJERO ATM		ENTREGA ESTADOS DE CUENTA		TRANSFERENCIAS							VARIOS	TARJETA DE DEBITO			TARJETA DE CREDITO	
	DEVUELTO	CERTIFICADO	DE GERENCIA	DEVOLUCION CHEQUE DEL EXTERIOR	CORTE ESTADO DE CUENTA	REFERENCIA BANCARIA	RETIRO OTROS CLIENTES EN ATM DE LA ENTIDAD	RETIRO EN CAJEROS DE OTRA ENTIDAD	A DOMICILIO	EN OFICINA	INTERBANCARIAS SPI RECIBIDAS	INTERBANCARIAS SPI ENVIADAS	INTERBANCARIAS ENVIADAS INTERNET	NACIONALES OTRAS OFICINA	RECIBIDAS DESDE EL EXTERIOR	AL EXTERIOR EN OFICINA	COSTO REPOSICION LIBRETA/CARTOLA	EMISION	RENOVACION	REPOSICION	COSTO TARJETA TITULAR	COSTO TARJETA ADICIONAL
IMBABURA	2,79	2,00	2,50	3,24	1,83	2,65	0,50	0,50	1,66	0,30	0,30	2,15	0,50	2,00	10,00	55,49	1,00	5,15	1,85	4,90	N/A	N/A
PICHINCHA	2,79	N/A	2,50	3,24	1,83	2,65	0,50	0,50	1,66	S/I	2,00	2,00	0,50	S/I	S/I	S/I	0,00	5,15	1,85	4,94	20,00	10,00

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

TABLA 8. COSTOS SERVICIOS FINANCIEROS DE LAS SOCIEDADES FINANCIERAS

COSTOS SERVICIOS DE LAS SOCIEDADES FINANCIERAS														
SOCIEDADES FINANCIERAS	CHEQUE			CONSULTAS		ENTREGA ESTADOS DE CUENTA		TARJETA DE CREDITO						
	DEVUELTO	DE GERENCIA	DEVOLUCION CHEQUE DEL EXTERIOR	CORTE ESTADO DE CUENTA	REFERENCIA BANCARIA	A DOMICILIO	EN OFICINA	VOUCHER LOCAL	VOUCHER DEL EXTERIOR	CONSUMO GASOLINERAS	CORTE ESTADO DE CUENTA	COSTO TARJETA TITULAR	COSTO TARJETA ADICIONAL	
DINERS	2,79	N/A	3,24	0,50	2,00	1,66	N/A	2,00	7,00	0,26	0,00	60,00	15,00	
LEASINGCORP	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	
UNIFISA	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	
VAZCORP	2,79	2,50	3,24	S/I	2,50	0,30	1,66	2,00	10,00	0,26	0,50	40,00	10,00	

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

## **2.4.2 Por subsistema**

### **2.4.2.1 Costos financieros banca privada**

Los costos que cada institución de la banca privada cobra a sus clientes por el uso de servicios bancarios, se rigen básicamente, mediante las tarifas establecidas en la resolución JB-2010-1725, manteniendo entre todas las instituciones casi los mismos valores y sobretodo cobrando, en su mayoría, los valores máximos establecidos, por ejemplo, un cliente al recibir sus estados de cuenta en su domicilio pagará el valor de 1.66 dólares, mientras que si decide que sean entregados en las oficinas de la institución pagará 0.30 centavos de dólar; dichos valores son los máximos establecidos en la resolución citada de la Junta Bancaria.

Los servicios que usualmente poseen tarifa gratuita son el mantenimiento de la cuenta, consultas por banca electrónica, por internet, consulta banca celular, uso del cajero propio de la institución para retiro de efectivo y consulta visual de saldos, entre otros.

Las transferencias nacionales recibidas mantienen un costo de 0.30 centavos de dólar mientras que las transferencias internacionales varían según el banco corresponsal, mas sin embargo la tarifa máxima cobrada por este servicio es de 55.49 dólares; los bancos que cobran una tarifa menor son: el Banco Procredit (30 dólares), Capital (35 dólares), Rumiñahui y Proamérica (45 dólares) y Solidario (50 dólares).

El valor de un cheque es de 0.30 centavos de dólar; por cada cheque devuelto se cobra 2.79 dólares si este es nacional y 3.24 si el cheque devuelto es del exterior; el valor de la certificación de un cheque es de 2 dólares.

En lo que respecta a la emisión de tarjetas de débito la mayoría de bancos cobran 5.15 dólares y unos pocos 5.14 dólares; el costo por la reposición de la tarjeta de débito varía entre 1.85 y 1.84 dólares, mientras que el costo de la reposición es de 4.94 dólares.

A continuación, presentamos en la tabla 9 la recopilación de los costos de los servicios más usuales que ofertan las diferentes instituciones bancarias:

**TABLA 9. SERVICIOS QUE OFERTA LA BANCA PRIVADA PLAZA QUITO**

SERVICIOS QUE OFERTA LA BANCA PRIVADA (PLAZA QUITO)			COSTOS
TRANSFERENCIAS	Entre cuentas		SIN COSTO
	Interbancarias		0,30
	Nacionales		2,00
	Internacionales		DE 35 A 55,49
PAGOS	De servicios básicos	Agua, luz, teléfono	0,50
	De tarjetas de crédito	De la institución y otras instituciones	0,50
	De servicios públicos	Sri, matriculación vehicular, cae, ctg,	0,50
TARJETAS DE DEBITO	Retiro cajeros automáticos en cajeros que no son de la institución		0,50
	Retiro de clientes de otra entidad en cajeros de la entidad		DE 0,45 A 0,50
	Consulta de saldos		SIN COSTO
	Administración de claves		SIN COSTO
	Emisión de tarjeta de debito		DE 5.14 A 5,15
	Renovación de tarjeta de debito		DE 1.84 A1,85
	Reposición de tarjeta de debito		4,94
CONSULTAS	De saldos	Cuentas corrientes y ahorros	SIN COSTO
CHEQUES	Un cheque		0,30
	Cheque certificado		2,00
	De gerencia		2,50
	Devueltos	Nacionales	2,79
		Del exterior	3,24
ESTADO DE CUENTAS	Cortes de estado de cuenta	De ahorro y corrientes	SIN COSTO
	Entrega de estados de cuenta	En oficina	0,30
		A Domicilio	1,66
BANCA ELECTRONICA	Actualización de datos, cambios de clave, consulta de saldos, pago de servicios, ayuda en línea		SIN COSTO
BANCA TELEFONICA	Reclamos, consultas, actualización de datos		SIN COSTO

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

#### **2.4.2.2 Costos financieros cooperativas**

Los costos operativos que mantienen las cooperativas, varían según los servicios que ofrecen, sin embargo, así como establece el tarifario aprobado por la Junta Bancaria, el mantenimiento de las cuentas no tiene costo, al igual que el uso de cajeros automáticos propios de la institución y el uso de la banca telefónica ó banca celular.

El costo de los cortes de cuentas oscilan entre 1.00 y 1.83 dólares, y es la Cooperativa Pablo Muñoz Vega quien cobra el rubro más bajo por este concepto, es decir, un dólar.

El valor máximo cobrado por cheque depositado y devuelto nacional es de 2.79 dólares, pero la Cooperativa de Ahorro y Crédito COOPPCCP cobra a sus clientes 1.40 dólares por este servicio, mientras que el cheque depositado y devuelto del exterior es de 3.24; el costo por la entrega de un cheque de gerencia va de 2 a 2.50 dólares.

La Cooperativa Cacpeco y 23 de Julio, cobran un dólar por concepto de referencia, en tanto que la Cooperativa Alianza del Valle cobra el valor máximo establecido, esto es, 2.65 dólares.

Es necesario recalcar que las cooperativas no ofertan cuentas corrientes, razón por la cual no se cobran servicios de entrega de estados de cuenta, así como tampoco la emisión de un cheque.

La cooperativa que cobra el menor costo en la emisión de tarjeta de débito es la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cooprogreso.

En resumen, la mayoría de las cooperativas, para mantener una competencia en costos, no cobran netamente el máximo de las tarifas establecidas en la resolución de la Junta Bancaria sino que los costos en ciertos casos son más bajos según lo establecido.

A continuación, presentamos en la tabla 10 un detalle de los costos en los servicios más usuales que mantienen las Cooperativas de Ahorro y Crédito que al momento operan en la plaza Quito.



**TABLA 10.SERVICIOS QUE OFERTAN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO PLAZA QUITO**

COSTOS EN SERVICIOS QUE OFERTAN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO (PLAZA QUITO)			COSTOS
TRANSFERENCIAS	Entre cuentas		SIN COSTO
	Interbancarias		DE 0,20 A0,30
	Nacionales		2,00
PAGOS	De servicios básicos	Agua, luz, teléfono	0,50
	De tarjetas de crédito	De la institución y otras instituciones	0,50
	De servicios públicos	Sri, matriculación vehicular, cae, ctg,	0,50
TARJETAS DE DEBITO	Retiro cajeros automáticos en cajeros que no son de la institución		0,50
	Retiro de clientes de otra entidad en cajeros de la entidad		DE 0,45 A 0,50
	Consulta de saldos		SIN COSTO
	Administración de claves		SIN COSTO
	Emisión de tarjeta de debito		5,15
	Renovación de tarjeta de debito		1,85
	Reposición de tarjeta de debito		4,94
CONSULTAS	De saldos	Cuentas corrientes y ahorros	SIN COSTO
CHEQUES	Cheque certificado		2,00
	De gerencia		DE 2,00 A 2,50
	Devueltos	Nacionales	2,79
		DEL EXTERIOR	3,24
ESTADO DE CUENTAS	Cortes de estado de cuenta	Ctas. de ahorro	1,50 A 1,83
	Referencias bancarias		1 A 2,65
BANCA ELECTRONICA	Actualización de datos, cambios de clave, consulta de saldos, pago de servicios, ayuda en línea		SIN COSTO
BANCA TELEFONICA	Reclamos, consultas, actualización de datos		SIN COSTO

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

### 2.4.2.3 Costos servicios financieros mutualistas

En las dos mutualistas que operan en la Plaza Quito, no se evidencia una diferencia abismal en lo correspondiente a costos en los servicios que ofertan, básicamente se rigen a las tarifas máximas establecidas por la resolución establecida por la Junta Bancaria.

A continuación, en la tabla 11 presentamos el tarifario de costos de los servicios ofertados por las mutualistas existentes en Quito:

**TABLA 11.SERVICIOS QUE OFERTA LAS MUTUALISTAS PLAZA QUITO**

COSTOS EN SERVICIOS QUE OFERTAN LAS MUTUALISTAS PLAZA QUITO		COSTOS		
TRANSFERENCIAS	Entre cuentas		SIN COSTO	
	Interbancarias		0,30	
	Nacionales		2,00	
PAGOS	De servicios básicos	Agua, luz, teléfono	DE 0,25 A 0,30	
TARJETAS DE DEBITO	Retiro cajeros automáticos en cajeros que no son de la institución		SIN COSTO	
	Retiro de clientes de otra entidad en cajeros de la entidad		0,50	
	Consulta de saldos		SIN COSTO	
	Emisión de tarjeta de debito		5,15	
	Renovación de tarjeta de debito		1,85	
	Reposición de tarjeta de debito		4,94	
CONSULTAS	De saldos	Cuentas corrientes y ahorros	SIN COSTO	
CHEQUES	Cheque certificado		2,00	
	De gerencia		2,50	
	Devueltoss	Nacionales		2,79
		DEL EXTERIOR		DE 3 A 3,24
ESTADO DE CUENTAS	Cortes de estado de cuenta	Ctas. de ahorro	1,83	
	Referencias bancarias		2,65	
BANCA ELECTRONICA	Actualización de datos, cambios de clave, consulta de saldos, pago de servicios, ayuda en línea		SIN COSTO	
BANCA TELEFONICA	Reclamos, consultas, actualización de datos		SIN COSTO	

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

#### 2.4.2.4 Costos financieros banca pública

Los costos de los servicios que oferta la banca pública no se evidencian, debido a que sus productos y servicios son especializados netamente para la producción nacional, mas sin embargo, en las Instituciones que correspondan y que brinden los servicios bancarios, igual se registrarán en el tarifario establecido y aprobado por la Junta Bancaria.

Como se observa en la tabla 12, los servicios usuales que se presentan para todo el sistema financiero, la banca pública no los aplica, pues como indicamos anteriormente

en mayor parte, sus productos y servicios son especializados y enfocados netamente al sector productivo del país.

**TABLA 12.SERVICIOS QUE OFERTA LA BANCA PUBLICA PLAZA QUITO**

<b>COSTOS EN LOS SERVICIOS QUE OFERTA LAS BANCA PUBLICA (PLAZA QUITO)</b>		
<b>IFIS</b>	<b>SERVICIOS</b>	<b>COSTOS</b>
<b>BEDE</b>	Asistencia técnica, preinversión e inversión	Los establecidos según la asistencia prestada
<b>BNF</b>	Tarjeta de debito, certificados bancarios, cheques certificados, transferencias interbancarias, pagos de servicios básicos, pagos de cartera	Para los servicios financieros universales se aplican las tarifas establecidas en el tarifario aprobado por la junta bancaria.
<b>CFN</b>	Asistencia técnica, atención al cliente	Los establecidos según la asistencia prestada
<b>BEV</b>	Cancelación de hipotecas, levantamiento de patrimonio familiar	Para los servicios financieros universales se aplican las tarifas establecidas en el tarifario aprobado por la junta bancaria.

**FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS**

#### **2.4.2.5 Costos servicios financieros sociedades financieras**

Las sociedades financieras, básicamente mantienen costos de cortes de estados de cuenta, referencias bancarias, cheques devueltos nacionales y del exterior, solicitud de copias de Boucher en lo que respecta a tarjetas de crédito (aplica a Diners y Vazcorp que cuentan con tarjetas de crédito) y entregas de estados de cuenta.

A continuación en la tabla 13, se detallan los costos y servicios que ofertan las sociedades financieras de la plaza Quito:

**TABLA 13. SERVICIOS QUE OFERTAN LAS SOCIEDADES FINANCIERAS PLAZA QUITO**

COSTOS EN SERVICIOS QUE OFERTAN LAS SOCIEDADES FINANCIERAS PLAZA QUITO			COSTOS
COPIAS VOUCHERS	Nacionales		2,00
	Internacionales		DE 7 A 10
CHEQUES	Cheque certificado		2,00
	De gerencia		2,50
	Devueltos	Nacionales	2,79
		Del exterior	DE 3 A 3,24
ESTADO DE CUENTAS	Entrega	A domicilio	1,66
		En oficina	0,30
	Referencias bancarias		DE 2 A 2,50
BANCA ELECTRONICA	Actualización de datos, cambios de clave, consulta de saldos, ayuda en línea		SIN COSTO
BANCA TELEFONICA	Reclamos, consultas, actualización de datos		SIN COSTO

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

# **CAPITULO III**

## **Capítulo III: Acceso y preferencia de productos y servicios financieros. Una perspectiva desde la demanda.**

### **Introducción**

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía, creada el 18 de Octubre de 1989, que cuenta con una trayectoria de 38 años en el sistema financiero nacional, ha logrado posicionarse como una entidad financiera sólida y confiable, consolidándose gracias a la confianza de sus socios y la eficiencia administrativa con la que ha sido manejada, manteniendo la mística del cooperativismo y constituyéndose en una institución de servicio dirigida a las clases más necesitadas.

El mercado objetivo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía se dirige hacia el pequeño y mediano inversionista, comerciantes, microempresarios y público en general; su oficina matriz se encuentra ubicada en la plaza Quito y cuenta con cuatro agencias distribuidas a lo largo de la ciudad.

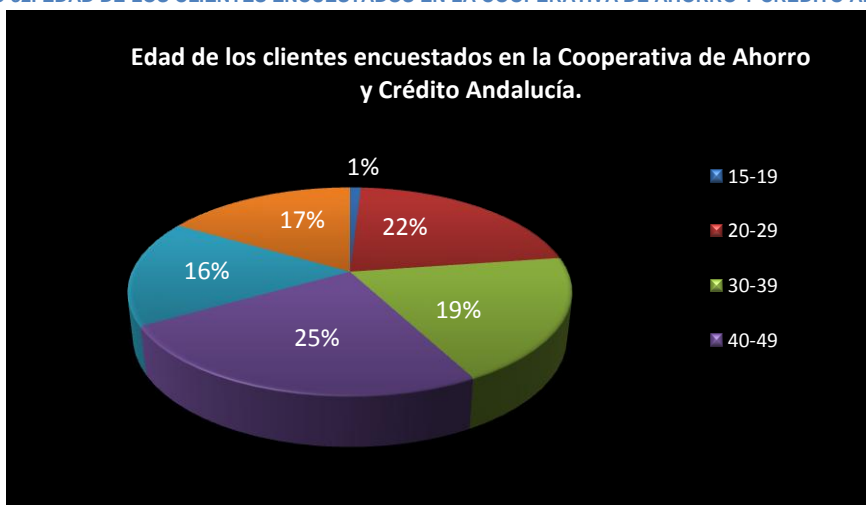
En el presente análisis, mediante 211 encuestas (anexo C) realizadas a los clientes de dicha institución financiera, se determinará, las preferencias y razones principales por las que los clientes han llegado a confiar en los servicios y productos que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía les brinda.

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

De acuerdo a los resultados obtenidos al encuestar a 211 personas que poseen cuenta en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía, observamos que el 24.64% de sus clientes se encuentran entre los 40 a 49 años de edad, seguidos por un 21.80% de clientes que tienen de 20 a 29 años y por un 19.43% de clientes que poseen de 30 a 39 años; en tanto que los clientes que tienen 50 a 59 años al igual que los que superan los 60 años de edad, poseen porcentajes de 16.58% cada uno; es decir, que los clientes que se encuentran en edad económicamente activa, poseen una cuenta en alguna institución financiera, misma que se va manteniendo con el pasar de los años; en tanto que solamente 2 clientes de edades comprendidas entre 15 y 19 años y que corresponden al 0.94% del total de encuestados manejan algún producto financiero, es decir, que netamente, las personas al ser un ente económicamente activo pasan a ser

parte del sistema financiero nacional. Esto lo podemos observar en el gráfico 32, que presentamos a continuación:

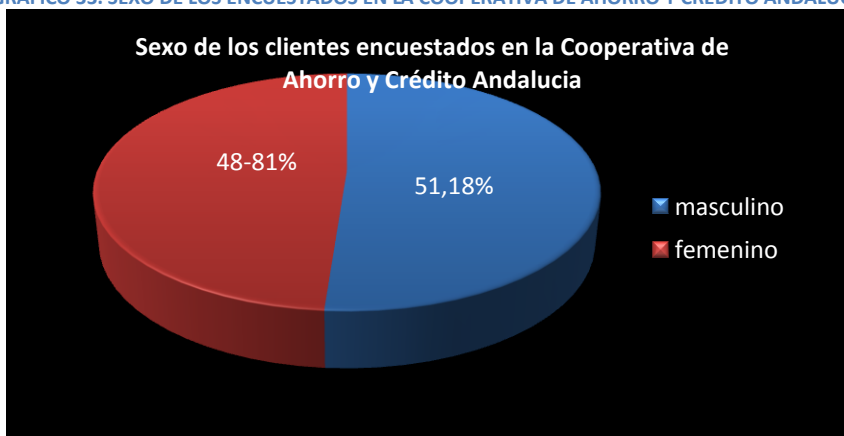
GRAFICO 32. EDAD DE LOS CLIENTES ENCUESTADOS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA  
ELABORACION: LAS AUTORAS

Según el gráfico 33 presentado a continuación, en lo que concierne a género, las encuestas realizadas, nos indican que el 51.48% de sus clientes pertenecen al sexo masculino mientras que el 48.81% son de sexo femenino, es decir, tanto los hombres como las mujeres confían y participan casi equitativamente dentro del sistema financiero nacional, es decir el género no es un factor significativo para éste análisis.

GRAFICO 33. SEXO DE LOS ENCUESTADOS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA

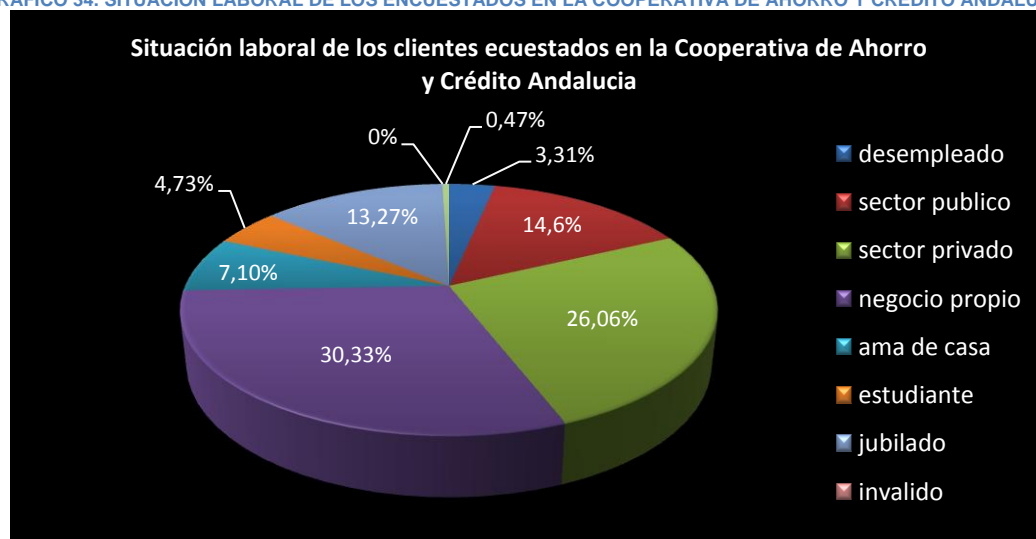


FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA  
ELABORACION: LAS AUTORAS

Con respecto a la situación laboral, en el gráfico 34 observamos que de las 211 personas encuestadas en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía, sesenta y

cuatro personas tienen negocio propio, correspondiendo al 30.33% de los encuestados y son parte del sistema financiero nacional, en tanto que el 26.06% de empleados privados superan como clientes de las Instituciones Financieras (IFIS) a los empleados del sector público con el 14.69%; los jubilados son parte del sistema financiero nacional en un 13.27% superando a las amas de casa que también forman parte de las instituciones financieras con el 7.10%; en un 4.73% se hacen presentes en las IFIS los estudiantes y el 3.31% de participación en las IFIS corresponde a los desempleados; lo que sí se puede definir es que las personas inválidas y discapacitadas no forman parte, según estas encuestas, de clientes del sistema financiero nacional, esto debido a que durante la realización de dichas encuestas no se observó personas con deficiencias físicas, mas sin embargo, creemos que en un número reducido, el sistema financiero nacional si cuenta con clientes discapacitados pero por su condición es difícil detectar cuántos de ellos participan activamente en un ente financiero.

GRAFICO 34. SITUACION LABORAL DE LOS ENCUESTADOS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA  
ELABORACION: LAS AUTORAS

En lo que concierne a empleo de correo electrónico por parte de los clientes encuestados en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía, se observa en los gráficos 35 y 36 que el 52,13% de encuestados disponen de este medio de comunicación y lo emplean como una herramienta de trabajo tan solo el 53.64% de los 52.13% que poseen este medio de comunicación.

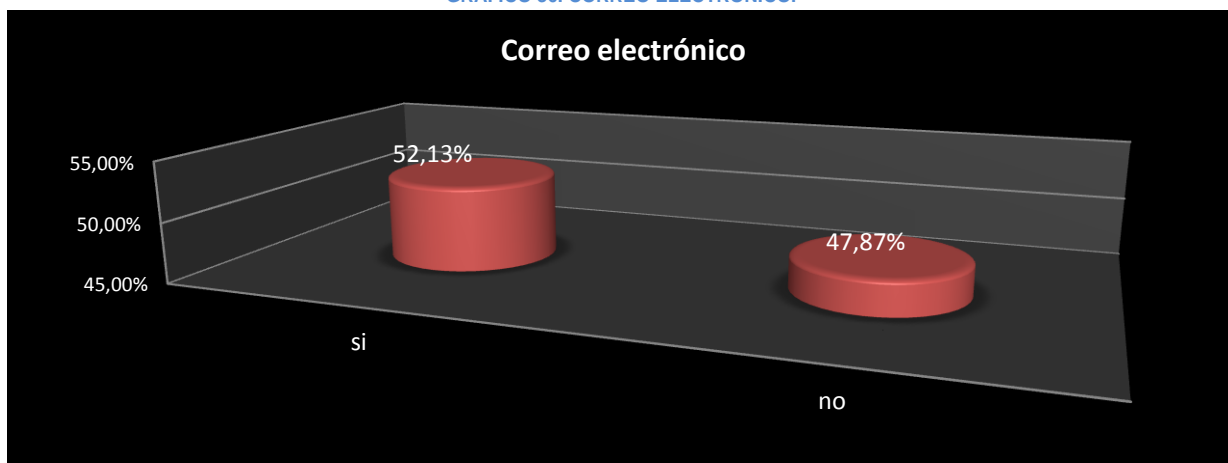


GRAFICO 35. SITUACIÓN LABORAL ENCUESTADOS



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

GRAFICO 36. CORREO ELECTRÓNICO.



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

### 3.1.1 Estudio comparativo entre tipos de Ifis.

Para iniciar el estudio comparativo entre tipos de IFIS, inicialmente realizaremos un análisis entre las preferencias de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía con el resto de cooperativas preferentes, para a continuación realizar un análisis total entre todas las instituciones financieras involucradas en el presente estudio.

De los 211 encuestados, el 97.63% , es decir 206 clientes mantienen como primera opción a los productos ofertados por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía y tan solo 5 clientes que corresponden en total al 2.47% nos indican que su preferencia principal difiere y se deciden por otras cooperativas como primera opción, entre estas Cooperativas se encuentran: 2 clientes en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Coodesarrollo, 2 clientes en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cooprogreso; y 1 cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco de Asis.

Con respecto a la segunda opción de preferencia en lo correspondiente a Cooperativas de Ahorro y Crédito, de los datos obtenidos se observa que existen 10 clientes que poseen un producto adicional en otras cooperativas, así, cooperativas como la 23 de Julio, Cámara de Comercio de Ambato, Cooprogreso y Cotocollao son parte de la segunda alternativa de 5 clientes, cabe recalcar además que para 5 personas de las 211 encuestadas, la cooperativa Andalucía es parte de su segunda elección al momento de elegir entre una cooperativa y otra, es decir, que a pesar de tener un producto en la Cooperativa Andalucía, ésta no es de su mayor preferencia mas sin embargo, mantienen la Cooperativa Andalucía como alternativa entre sus preferencias; evidenciamos lo anteriormente escrito en la tabla 14 detallada a continuación:

**TABLA.14 OPCIONES DE REFERENCIA DE COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO**

<b>OPCIONES DE PREFERENCIA DE COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO SEGÚN ENCUESTAS REALIZADAS A CLIENTES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA</b>		
<b>COOPERATIVA</b>	<b>PRIMERA OPCION (NUM. DE CLIENTES)</b>	<b>SEGUNDA OPCION (NUM. DE CLIENTES)</b>
ANDALUCIA	206	5
COODESARROLLO	2	-
COOPROGRESO	2	1
SAN FRANCISCO DE ASIS	1	-
23 DE JULIO	-	2
CAMARA DE COMERCIO DE AMBATO	-	1
COTOCOLLAO	-	1

**FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA**

**ELABORACIÓN: LAS AUTORAS**

De los 211 clientes encuestados que mantienen uno ó varios productos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía, 111 clientes, es decir, el 52.35% posee

además un producto influyente en la Banca Privada y 16 clientes, que representan el 7.58% también mantienen como segunda opción de preferencia productos en la banca privada en la plaza Quito.

Entre los bancos privados mas seleccionados como principal alternativa de los clientes encuestados y que mantienen una cuenta de ahorro en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía se encuentra el Banco Pichincha que cuenta con 48 clientes de este estudio, es decir el 22.75%; el Banco de Guayaquil posee 26 clientes, o sea, el 12.33% y los Bancos Produbanco e Internacional 11 clientes cada uno correspondiéndoles el 12.32% respectivamente; el resto de bancos ( Austro, Bolivariano, Rumiñahui, Pacífico, Solidario y Unibanco) comparten un total de 17 clientes que representa el 8.05% de los encuestados y que pertenecen a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía.

En lo referente a la opción dos de preferencia en productos de la banca privada, plaza Quito y, que son clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía, se observa que el Banco Pichincha mantiene 6 clientes de dicha cooperativa, correspondiente al 2.84% de clientes encuestados, seguido por el Banco del Pacífico con 3 clientes y con un porcentaje de 1.42% y, los Bancos de Guayaquil y Unibanco con 2 clientes que es el 0.95%; el resto de bancos (Capital, Produbanco y Proamérica) comparten 3 clientes, siendo el 1.42% de clientes que también poseen un producto y servicio financiero con la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía.

Como podemos observar de la información detallada anteriormente, la situación se define en secuencia de preferencias bancarias de los clientes encuestados en la tabla número 15 presentada a continuación:

**TABLA 15. PREFERENCIA DE BANCA PRIVADA SEGUN ENCUESTAS REALIZADAS A CLIENTES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA**

PREFERENCIA DE BANCA PRIVADA SEGÚN ENCUESTAS REALIZADAS A CLIENTES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA		
BANCA PRIVADA	PRIMERA OPCION (NUM DE CLIENTES)	SEGUNDA OPCION (NUM. DE CLIENTES)
PICHINCHA	48	6
GUAYAQUIL	26	2
INTERNACIONAL	11	0
PRODUBANCO	11	1
PACIFICO	8	3
BOLIVARIANO	2	0
RUMIÑAHUI	2	0
AUSTRO	1	0
SOLIDARIO	1	0
UNIBANCO	1	2
CAPITAL	0	1
PROAMERICA	0	1

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA  
ELABORACION: LAS AUTORAS

Con las respuestas de las 211 personas encuestadas y que son clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía se puede observar que 4 de ellos, o sea el 1.90% de los clientes, utilizan los productos y servicios que brindan las Mutualistas de la Plaza Quito, en este caso específico es la Mutualista Pichincha quien comparte aunque no en gran número, los clientes con la Cooperativa Andalucía.

De la banca pública en cambio, son 3 los clientes que comparten conjuntamente con la Cooperativa Andalucía, de los cuales, 2 clientes pertenecen al Banco Ecuatoriano de la Vivienda y 1 cliente pertenece al Banco de Fomento; esto, representado en porcentajes corresponde al 1.42%, 0.95% y 0.47% respectivamente de los clientes analizados.

Con respecto a las Cooperativas de Ahorro y Crédito no reguladas, existen 3 personas encuestadas que siendo clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía, también mantienen preferencias en este sector financiero, siendo estas: la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ilaló, la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro de Taboada y

la Cooperativa Fundavid. Esto se evidencia en la tabla 16 que se detalla a continuación:

**TABLA 16. PREFERENCIA DE MUTUALISTAS, BANCA PUBLICA Y COOPERATIVAS NO REGULADAS SEGUN ENCUESTAS REALIZADAS A CLIENTES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA**

PREFERENCIA DE MUTUALISTAS, BANCA PUBLICA Y COOPERATIVAS NO REGULADAS SEGÚN ENCUESTAS REALIZADAS A CLIENTES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA	
INSTITUCIONES FINANCIERAS	CLIENTES
<b>MUTUALISTAS</b>	<b>NUM. DE CLIENTES</b>
MUTUALISTA PICHINCHA	4
<b>BANCA PUBLICA</b>	<b>NUM. DE CLIENTES</b>
BANCO ECUATORIANO DE LA VIVIENDA	2
BANCO DE FOMENTO	1
<b>COOPERATIVAS NO REGULADAS</b>	<b>NUM. DE CLIENTES</b>
COOPERATIVA ILALO	1
COOPERATIVA SAN PEDRO DE TABOADA	1
COOPERATIVA FUNDAVID	1

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA

ELABORACION: LAS AUTORAS

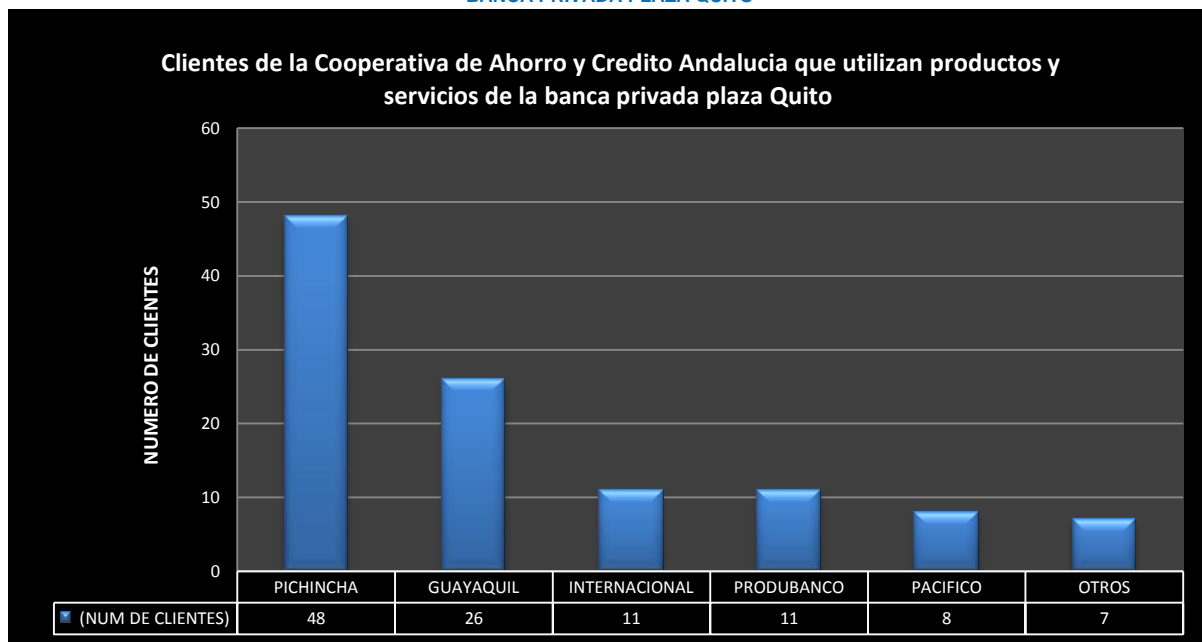
Se puede definir que la mayor parte de concentración de clientes, encuentran como una buena opción mantener productos y servicios en la banca privada, netamente en el Banco Pichincha, puesto que de los 111 clientes, que la banca privada comparte con la Cooperativa Andalucía, el 43.24% mantienen un producto ó mas en dicho banco; en segundo lugar, con 26 clientes que representan el 23.42% se encuentran clientes del Banco de Guayaquil que son también clientes de la Cooperativa Andalucía; 11 clientes del Banco Internacional y 11 clientes del Banco Produbanco, mantienen el tercer lugar de preferencia que tienen los clientes de la Cooperativa Andalucía y, representan cada uno el 9.90%; finalmente, otros bancos privados, encabezados por el Banco del Pacífico, se encuentran como bancos privados menos requeridos por los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía para mantener productos y servicios financieros requeridos.

Los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía, toman a los bancos: Pichincha, de Guayaquil y el banco Internacional como preferentes gracias a la solvencia, tradición y prestigio que dichas instituciones financieras han demostrado en

su trayectoria a lo largo del tiempo, razón por la cual, los clientes encuestados han dado suma importancia a mencionados factores como elementos fundamentales al momento de su elección.

Además de los factores anteriores, otro elemento fundamental que influye en la selección de una institución financiera, es la diversidad de servicios que ésta puede brindar a sus clientes, en este caso específico, la banca privada, posee una diversidad de opciones que cumplen eficientemente con las expectativas financieras requeridas por los clientes, además la banca privada, se encuentra provista de tecnología de punta, integrada a las necesidades actuales que hoy día son parte de un proceso de desarrollo integral a nivel mundial. Esto lo podemos observar en el gráfico 37 presentado a continuación:

**GRAFICO 37. CLIENTES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA QUE UTILIZAN PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA BANCA PRIVADA PLAZA QUITO**

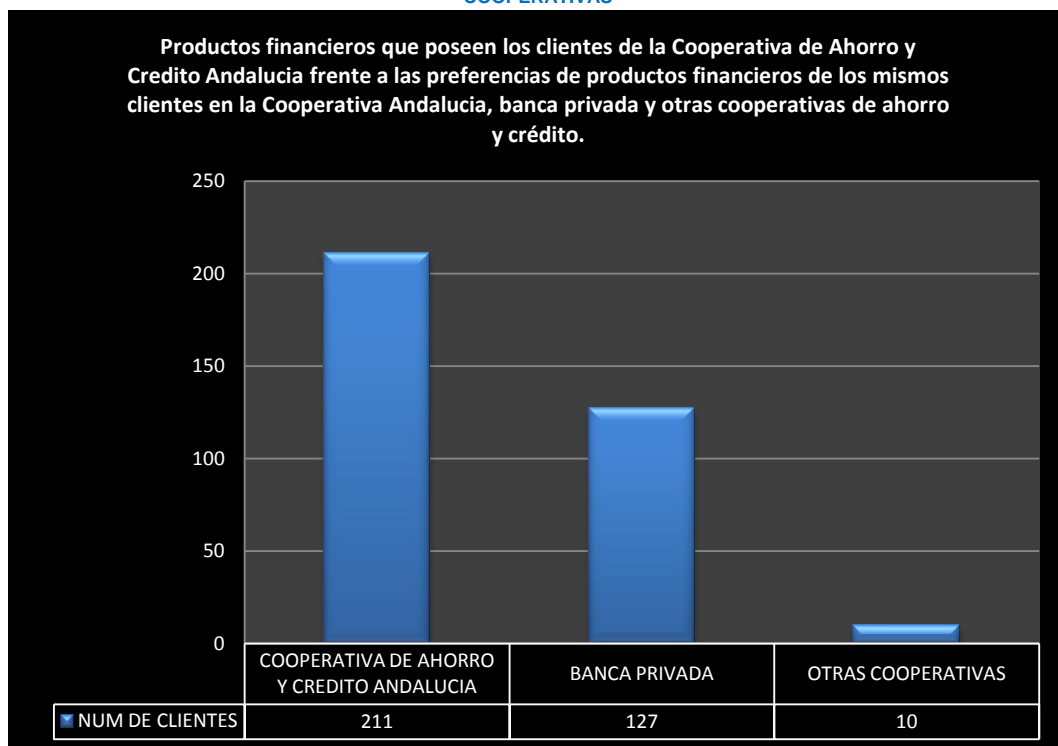


FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA  
ELABORACION: LAS AUTORAS

Las 211 personas encuestadas, en su totalidad son clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía y, en un número reducido, o sea 10 personas, son clientes de otras Cooperativas de Ahorro y Crédito; es decir, que comparado con los 127 clientes que poseen uno ó varios productos en la banca privada, indistintamente de la opción de preferencias, se puede observar que existe una gran aceptación por

obtener un producto y servicio dentro de la banca privada antes que en otra institución financiera, esto debido a que la banca privada, invierte grandes sumas de dinero en la mejora de su tecnología, manteniendo los servicios, sistemas, información y comunicaciones debidamente actualizados al más alto nivel competitivo, lo que hace posible una interrelación entre cualquier usuario ó cliente de manera fácil y accesible por medio de la banca electrónica; esta es la razón para que exista una gran diferencia en la elección entre los una cooperativa u otra institución financiera contra los productos y servicios que ofrece un banco privado. Esta información la encontramos resumida en el gráfico 38:

**GRAFICO 38. PRODUCTOS FINANCIEROS QUE POSEEN LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA FRENTE A LAS PREFERENCIAS DE PRODUCTOS FINANCIEROS DE LOS MISMOS CLIENTES EN LA BANCA PRIVADA Y EN OTRAS COOPERATIVAS**

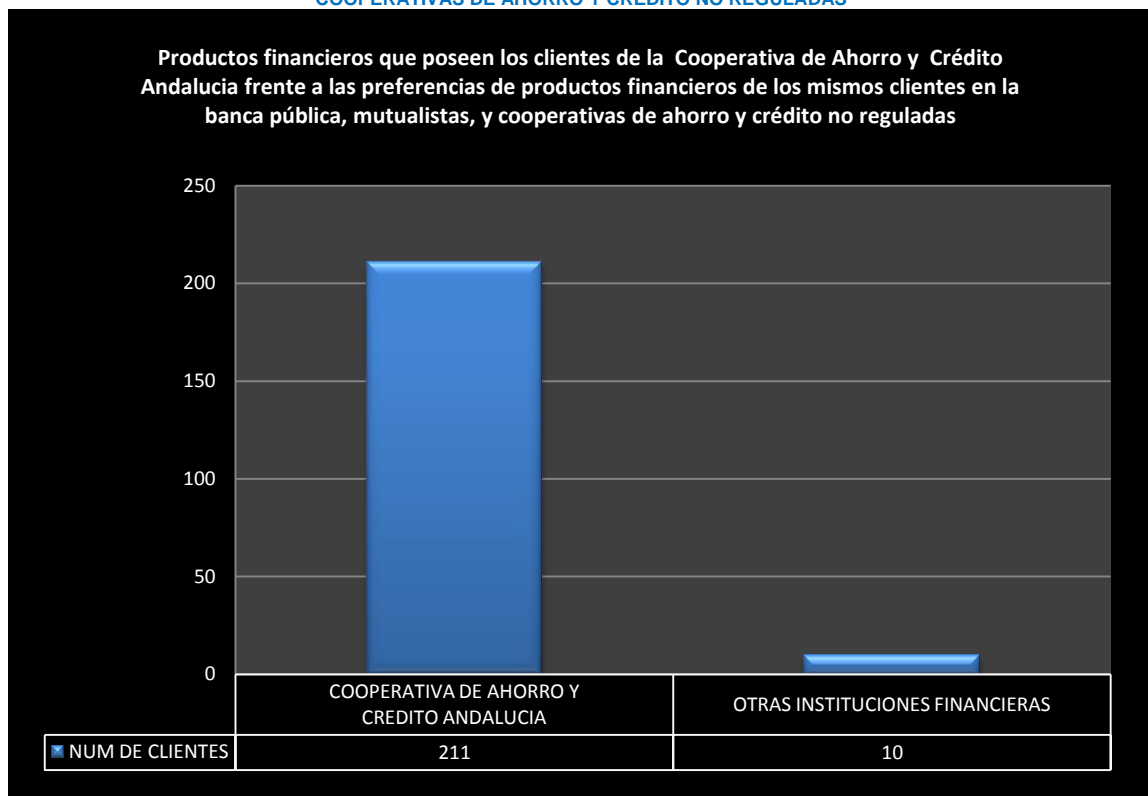


FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA  
ELABORACION: LAS AUTORAS

Se observa en el gráfico 39, que en el mercado financiero, existen propuestas de productos y servicios ofertados por las mutualistas, la banca pública, las sociedades financieras y las cooperativas de ahorro y crédito no reguladas; en las encuestas realizadas a los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía, se obtuvo que el número de clientes que utiliza los productos y servicios de las instituciones

financieras mencionadas es muy reducido, es decir, son pocas las personas que a más de tener un producto en la Cooperativa Andalucía, mantienen un producto ya sea en mutualistas, banca pública ó cooperativa no regulada; así, se tiene que 10 personas de las 211 clientes encuestados, manifiestan su participación activa en dichas instituciones debido a intereses personales y por requerimientos específicos que brindan estas instituciones a sus clientes, por lo cual es necesario pertenecer a la Institución como cliente para acceder a un producto financiero específico en estas entidades; de las 10 personas que son clientes de estas instituciones, existen 4 clientes que forman parte de la Mutualista Pichincha; en la Banca Pública se reportan: 2 clientes en el Banco Ecuatoriano de la Vivienda y 1 cliente en el Banco de Fomento; y, finalmente, las cooperativas de ahorro y crédito no reguladas: Ilaló; San Pedro de Taboada y Fundavid, con 3 clientes activos.

**GRAFICO 39. PRODUCTOS FINANCIEROS QUE POSEEN LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA FRENTE A LAS PREFERENCIAS DE PRODUCTOS FINANCIEROS DE LOS MISMOS CLIENTES EN LA BANCA PUBLICA, MUTUALISTAS Y COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO NO REGULADAS**



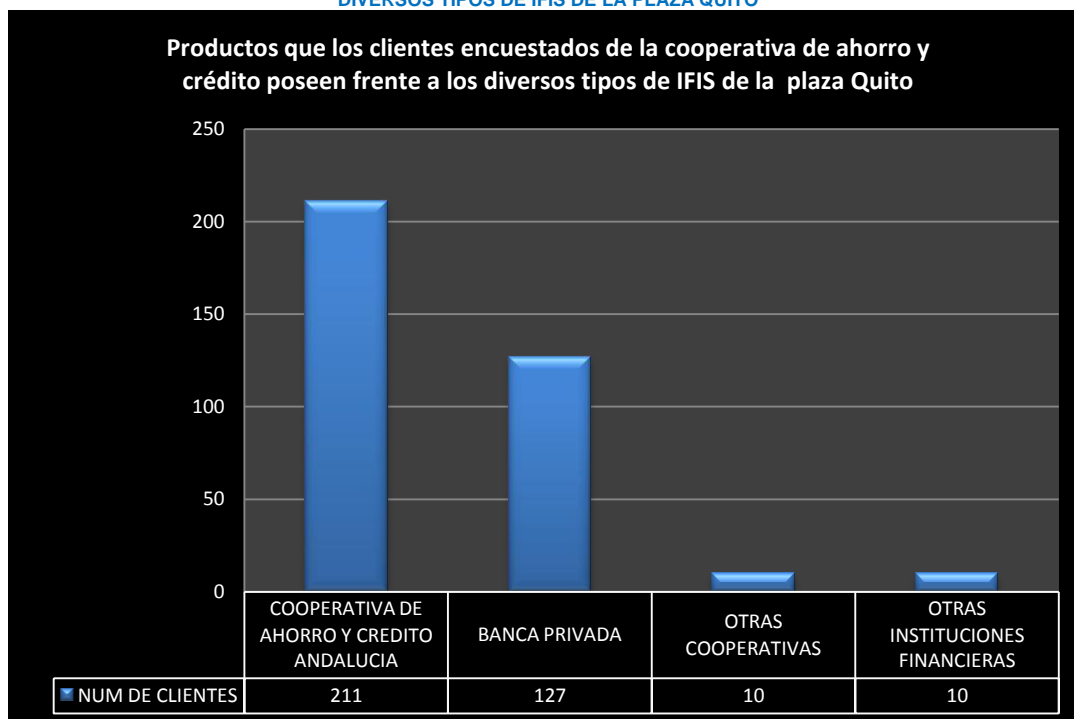
FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA  
ELABORACION: LAS AUTORAS

En resumen, las 211 personas encuestadas, son clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía, de los cuales, 147 personas, que pertenecen al 69.67%, a su vez,



son clientes de otras instituciones financieras como bancos privados, mutualistas, cooperativas de ahorro y crédito, banca pública y cooperativas de ahorro y crédito no reguladas; en tanto que el 30,33%, o sea, 64 personas solo mantienen los productos y servicios financieros que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía brinda. Podemos observar dicha información en el gráfico 40, presentado a continuación:

**GRAFICO 40. PRODUCTOS QUE LOS CLIENTES ENCUESTADOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO POSEEN FRENTE A LOS DIVERSOS TIPOS DE IFIS DE LA PLAZA QUITO**



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA  
ELABORACION: LAS AUTORAS

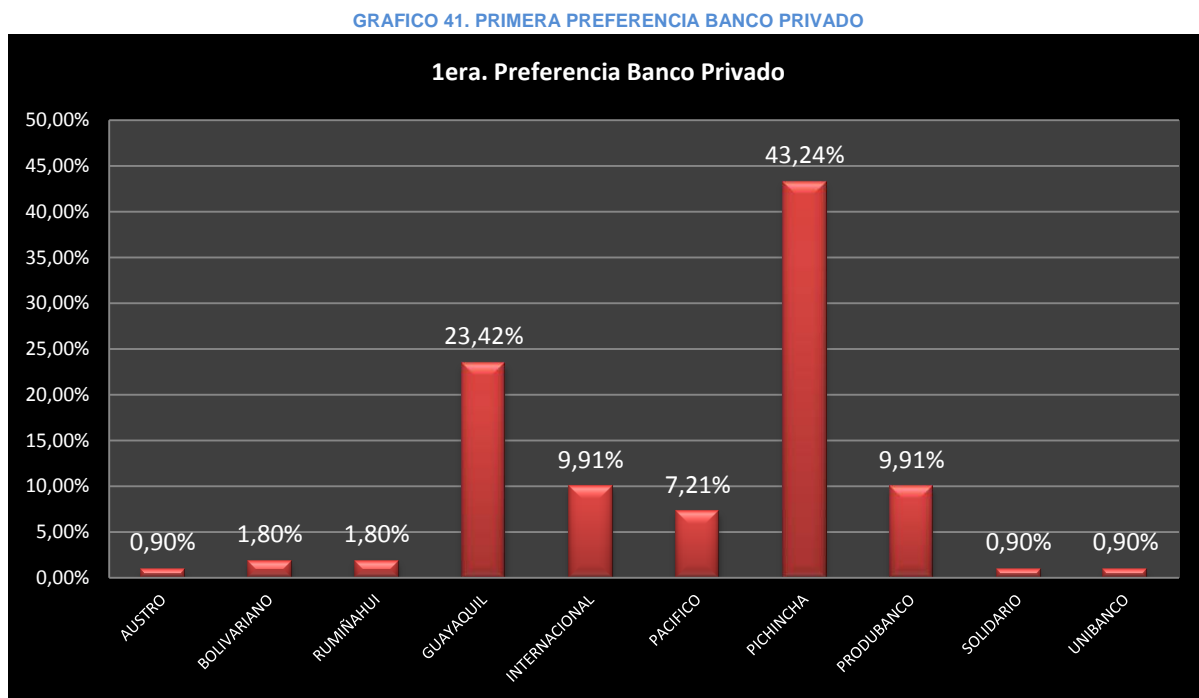
### 3.1.2 Estudio comparativo entre productos y servicios

En el siguiente análisis vamos a encontrar que el producto de mayor preferencia en los usuarios de las instituciones financieras ecuatorianas son las cuentas de ahorro, esto se da principalmente ya que para acceder a otros productos que ofrece la misma institución es necesario, usualmente, contar con una cuenta, y al ser la cuenta de ahorros la de mayor accesibilidad a la clientela, debido a la simplicidad de requisitos solicitados para obtenerla y al bajo monto de apertura al momento de realizar el depósito inicial, es comprensible que dicha cuenta mantenga un alto grado de aceptación entre los usuarios de las instituciones financieras ecuatorianas.

Antes de analizar la preferencia de productos y servicios por los usuarios de la IFIS en el mercado financiero ecuatoriano, debemos aclarar que los gráficos que a continuación observaremos se basan en la información levantada en la parrilla de las encuestas realizadas en la Cooperativa Andalucía.

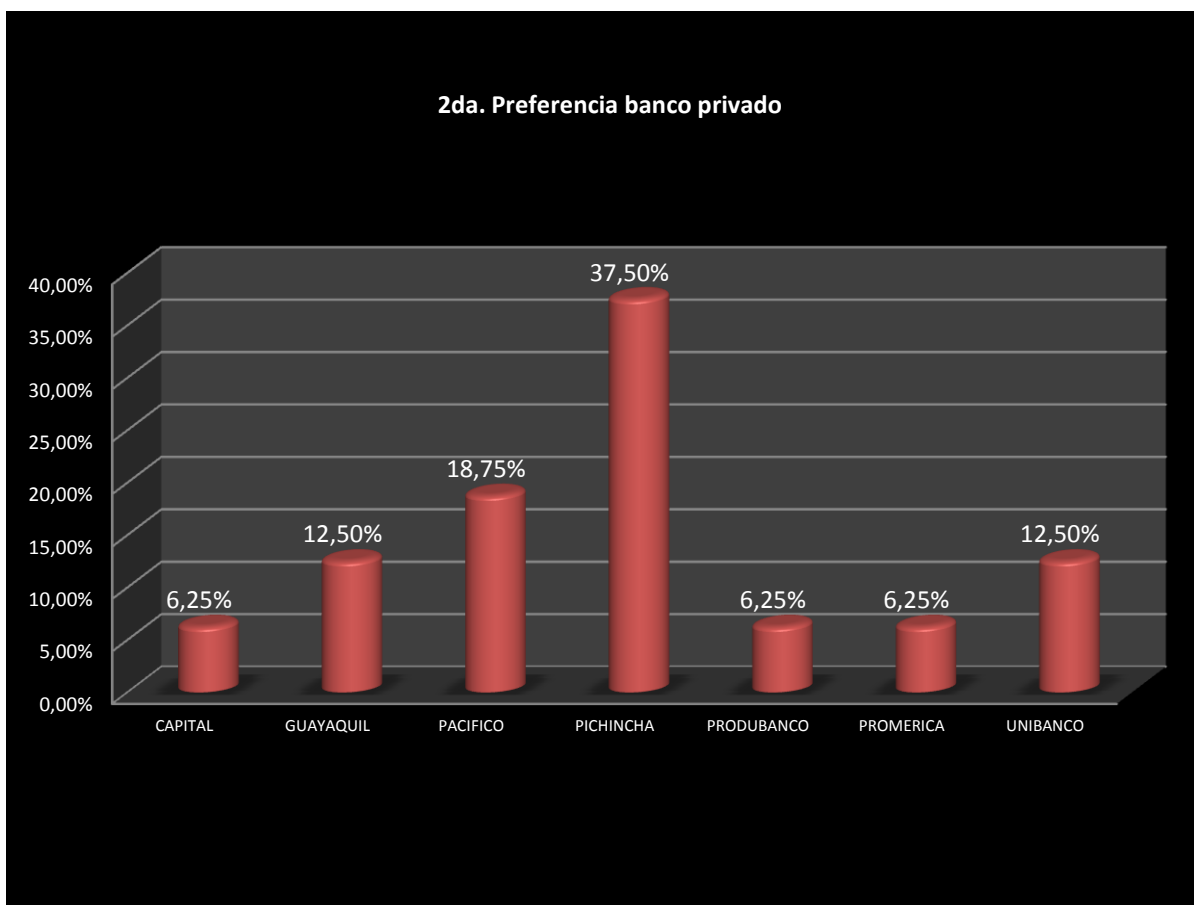
### 3.1.2.1 Análisis preferencia productos y servicios bancos privados

Debemos mencionar que de un universo de 211 encuestados solo 111 usuarios son clientes de Bancos Privados de los cuales 16 manifiestan que tienen como una segunda alternativa a los bancos, de tal manera que contamos con un total de 127 respuestas de clientes que poseen entre sus preferencias principales y alternas a los bancos privados de la plaza Quito.



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En el gráfico 41 presentado anteriormente podemos ver que como primera opción el banco de mayor preferencia es el Banco Pichincha, con un 43,24% en base a los 111 encuestados que manifestaron ser clientes de un banco privados. El Banco de Guayaquil le sigue con un 23,42% de preferencia por los usuarios.

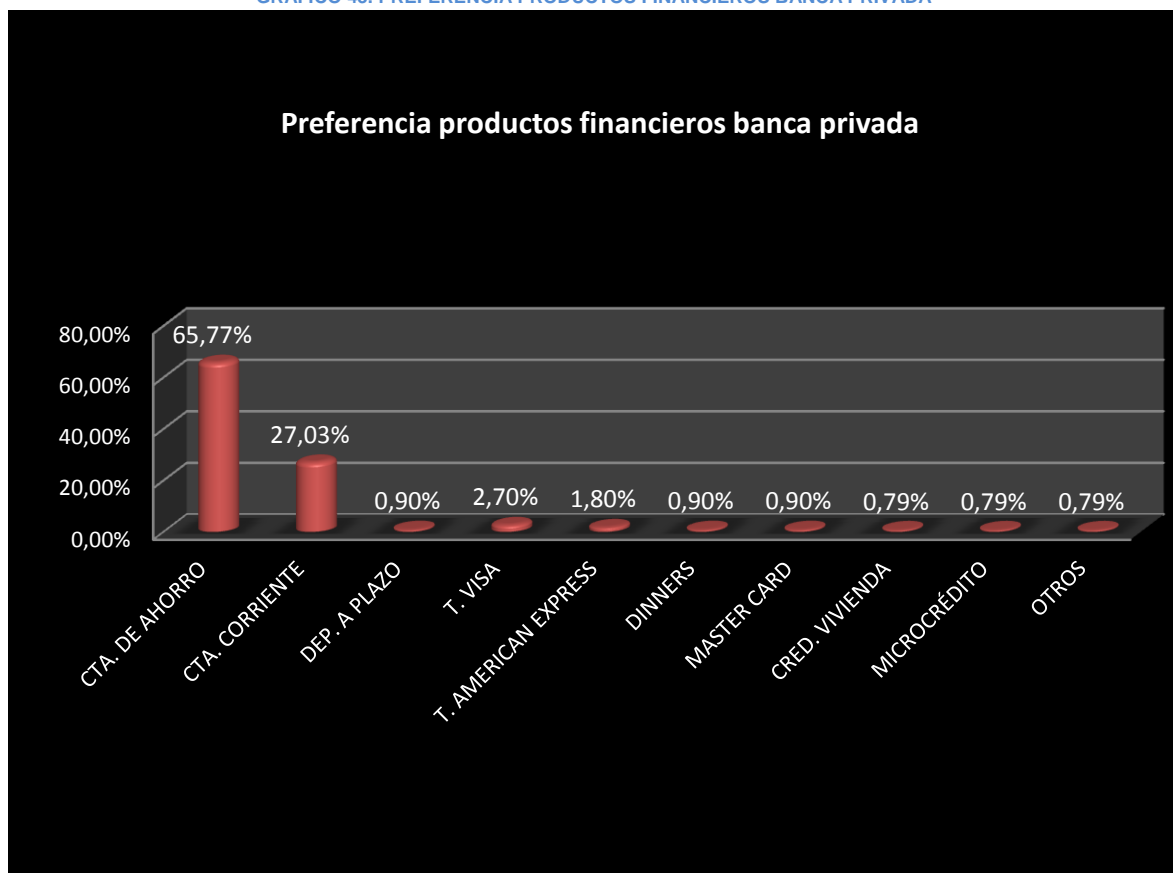


FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En el gráfico 42 se distingue que en la segunda opción el banco privado de mayor preferencia sigue siendo el Banco de Pichincha, con un 37,50%, seguido por el Banco del Pacífico con un 18,75% de preferencia.

Para poder analizar la preferencia de productos y servicios en la banca privada uniremos las dos opciones de preferencia en bancos privados indicados por nuestros encuestados, lo que nos dará un universo de 127 respuestas de clientes que poseen entre sus preferencias principales y alternas a los bancos privados de la plaza Quito.

GRAFICO 43. PREFERENCIA PRODUCTOS FINANCIEROS BANCA PRIVADA

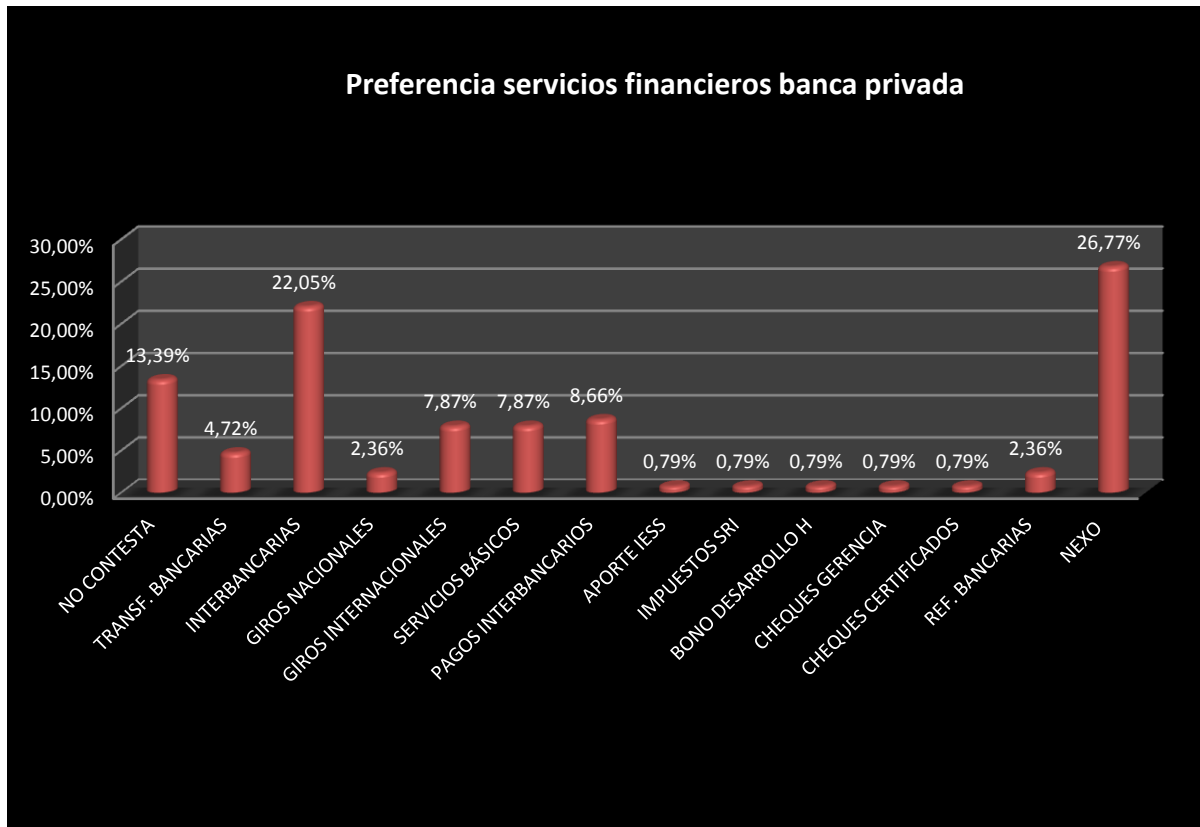


FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Como podemos observar en el gráfico 43, en los bancos privados, según nuestra investigación, se ratifica la aceptación del usuario por las cuentas de ahorros; sobre un universo de 127 usuarios de la banca privada, el 63,78% prefiere la cuenta de ahorros en los productos ofrecidos por este sector del mercado financiero; seguido con un gran margen de diferencia por la cuenta corriente que representa el 27,03%. Adicionalmente podemos observar que también existe preferencia por las tarjetas de crédito, de las cuales las más usada son las tarjetas Máster Card y American Express con un 3.15% cada una.

Los créditos fueron los menos mencionados como preferentes en la banca privada, esto puede darse debido a los requisitos y al difícil acceso que presenta este sector del mercado financiero en esta clase de productos, así como también al elevado costo de intereses cobrados al otorgar un crédito en este sector.

GRAFICO 44. PREFERENCIA SERVICIOS FINANCIEROS BANCA PRIVADA



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En cuanto a la preferencia en los servicios financieros observamos en el gráfico 44 que, tomando en cuenta el mismo universo de 127 usuarios de la banca privada encuestados, podemos observar que el servicio de mayor preferencia es la tarjeta de debito (nexo) con un 26,77% de aceptación, esto se debe a que obteniendo cualquier cuenta en un banco privado se tiene acceso a una tarjeta de debito, la cual es muy útil para contar con retiros de dinero sin la necesidad de realizar las colas de un banco, ni llenar papeletas, ni contar con la libreta. Este es un servicio que se ha fortalecido, ya que ahora es posible acceder a crédito inmediato en un gran número de establecimientos con solo presentar la tarjeta de debito, cabe indicar que no todas las tarjetas de débito presentan este servicio y con las nuevas políticas gubernamentales el mismo ha reducido sus costos.

Otro servicio de mayor preferencia son las transferencias interbancarias, con un 22,05%. Este servicio es frecuentemente utilizado por los usuarios de bancos privados, ya que permite optimizar tiempos y costos. Con este producto se permite al usuario

hacer sus transferencias interbancarias desde cualquier parte a usuarios de otras instituciones financieras en corto periodo de tiempo.

### 3.1.2.2 Análisis preferencia productos y servicios cooperativas de ahorro y crédito.

Del universo de 211 encuestados en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía casi todos pertenecen a la misma puesto que el estudio y levantamiento de la información, se llevó a cabo en las instalaciones de dicha cooperativa.



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Como podemos observar en el gráfico 45, de los 211 encuestados que manifestaron ser clientes de una cooperativa de ahorro y crédito en el mercado financiero ecuatoriano el 97,63% optan como opción uno a la Cooperativa Andalucía, seguido con un gran margen de diferencia por las Cooperativa Codesarrollo y Cooprogreso.

Dentro de los 211 encuestados que manifestaron ser clientes de una cooperativa de ahorro y crédito en el mercado financiero ecuatoriano 10 manifestaron tener una

segunda alternativa de cooperativa, siendo su preferencia la detallada en el gráfico presentado a continuación:

GRAFICO 46.SEGUNDA PREFERENCIA COOPERATIVAS



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Como podemos observar en el gráfico 46, como segunda opción la preferencia de los clientes de las cooperativas de ahorro crédito se inclinan hacia la Cooperativa Andalucía en un 50%, seguido por la Cooperativa 23 de Julio con un 20% de preferencia; el 10% de preferencia.

Al igual que en los bancos privados procederemos a unir la opción 1 y la opción 2 de las preferencias por las cooperativas, lo cual nos da un total de 221 preferencias; para poder hacer un análisis en productos financieros en las cooperativas de ahorro y crédito del mercado financiero ecuatoriano, dando relevancia a quien ocupe el más alto nivel de aceptación.

GRAFICO 47. PREFERENCIA PRODUCTOS FINANCIEROS COOPERATIVAS



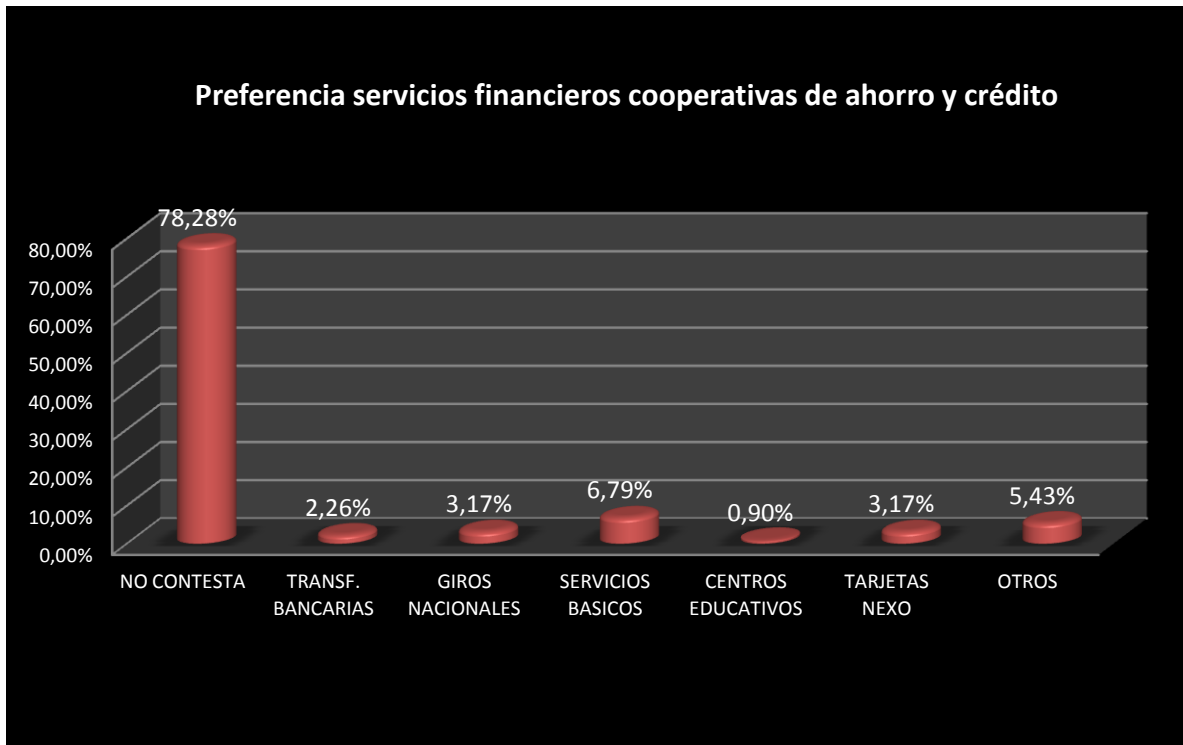
FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En el gráfico 47 podemos ver que la cuenta de ahorro y crédito es el producto de mayor preferencia por clientes de cooperativas de ahorro y crédito, en un 52,94% de aceptación del total de productos ofrecidos por estas cooperativas. Esto se debe a que, como habíamos indicado, para poder acceder a un servicio o producto ofrecido por una institución financiera, por lo general es necesario obtener una cuenta, en este caso de ahorros, ya que en las cooperativas de ahorro y crédito no existen las cuentas corrientes.

Podemos observar que otro de los productos preferidos por los clientes de las cooperativas de ahorro y crédito es el producto crediticio, siendo el predilecto el crédito de consumo en un 20,36% de preferencia del total de productos ofrecidos por las cooperativas de ahorro y crédito, seguido por el crédito de vivienda en un 14,93%.



GRAFICO 48. PREFERENCIA SERVICIOS FINANCIEROS COOPERATIVAS



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En el gráfico 48, un 78,28% de clientes encuestados prefirió no contestar acerca de los servicios financieros que manejaba en la cooperativa. Tomando en cuenta esto, veremos que el 6,79% utiliza el servicio pago de servicios básicos, esto puede darse ya que, como veremos más adelante la mayoría de usuarios de la cooperativa de ahorro y crédito, son personas de un nivel social, medio a bajo, los cuales no tienen la necesidad de usar otros servicios. El porcentaje de “otros servicios” corresponde al 5.43%, en los que se puede encontrar servicios más específicos de cada institución. Los giros internacionales se ubican en un 5.43%, este seguido por los de tarjetas de débito y giros nacionales en un 3,17% cada uno..

### 3.1.2.3 Análisis preferencia productos y servicios mutualistas

En la información levantada para la investigación, de nuestro universo de 211 encuestados encontramos que solo el 2% de los mismos son clientes de una mutualista del sistema financiero ecuatoriano como lo vamos a ver a continuación.

GRAFICO 49. PREFERENCIA MUTUALISTAS

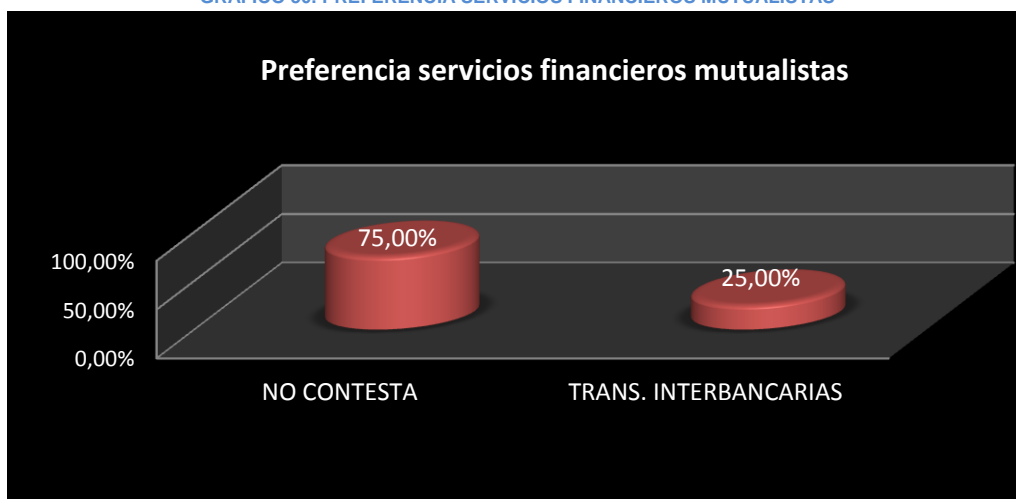


FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Como se observa en el gráfico 49, éste 2% de usuarios mantienen a las mutualistas como opción secundaria y la única mutualista mencionada por nuestros encuestados fue la Mutualista Pichincha; el producto que manejan primordialmente es la cuenta de ahorros.

Los clientes de una mutualista, al poseer una cuenta de ahorros, logran acceder a productos específicos como créditos para adquisición de vehículos y viviendas.

GRAFICO 50. PREFERENCIA SERVICIOS FINANCIEROS MUTUALISTAS

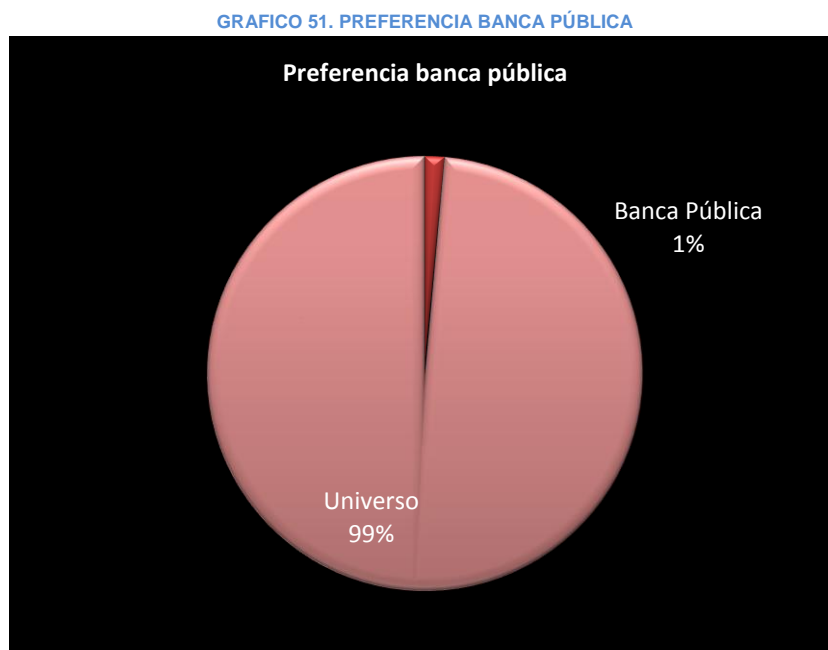


FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Según se observa en el gráfico 50, en cuanto a los servicios financieros que ofrece este sector, el 75% del universo de encuestados que indicaron ser clientes de una mutualista prefirieron no contestar y el 25% manifestaron usar las transferencias interinstitucionales.

### 3.1.2.4 Análisis preferencia productos y servicios banca pública

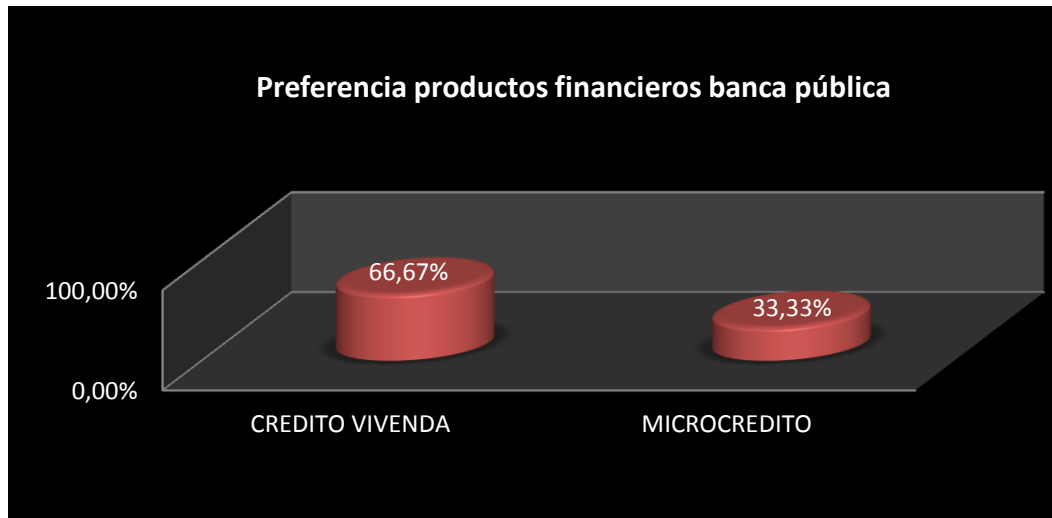
En la información levantada para la investigación, de nuestro universo de 211 encuestados encontramos que solo el 1% de los mismos son clientes de la banca pública como se expone en el gráfico 51 a continuación.



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Este 1% de usuarios que es cliente de una banca pública la consideran como una opción secundaria y se debe mencionar que ese 1% son clientes del Banco de la Vivienda y del Banco Nacional de Fomento. Esto lo podemos observar en el gráfico 52 que presentamos a continuación:

GRAFICO 52. PREFERENCIA PRODUCTOS FINANCIEROS BANCA PUBLICA

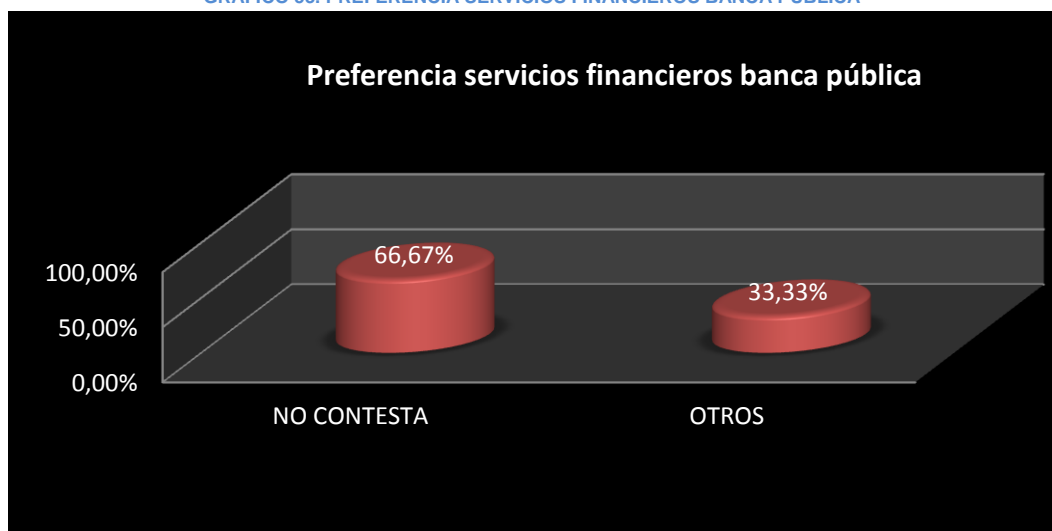


FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Los productos de mayor preferencia de los clientes de la banca pública son crédito de vivienda en un 66.67%, seguido con un gran margen de diferencia por el microcrédito con un 33,33% de preferencia.

Cabe mencionar que la banca pública ofrece productos específicos, y casi siempre son créditos o financiamiento para el crecimiento social y económico.

GRAFICO 53. PREFERENCIA SERVICIOS FINANCIEROS BANCA PÚBLICA



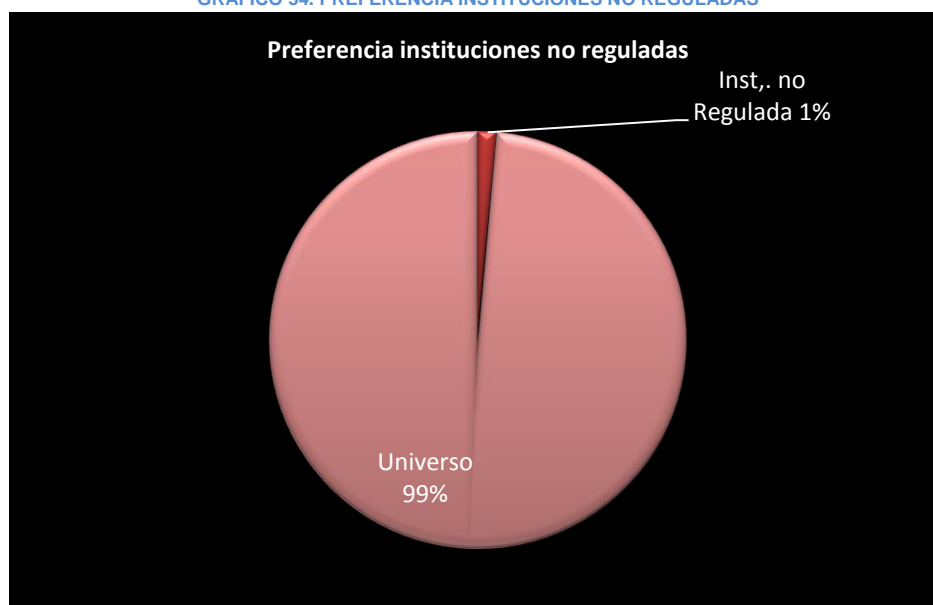
FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Como podemos observar en el gráfico anterior número 53, en cuanto a la preferencia en los servicios financieros en la banca pública los clientes encuestados utilizan servicios no especificados en la encuesta en un 33.33% y el 66,67% de los clientes de la banca privada encuestados no contestaron.

### 3.1.2.5 Análisis preferencia productos y servicios institución no regulada.

Por lo general las instituciones financieras no reguladas son cooperativas de sindicatos, cajas de ahorro etc.

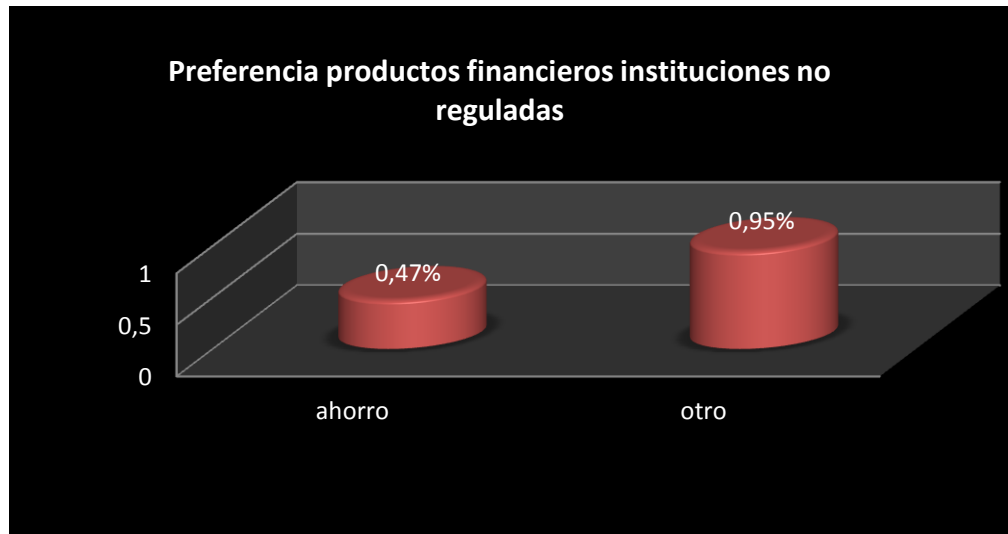
GRAFICO 54. PREFERENCIA INSTITUCIONES NO REGULADAS



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Como observamos en el gráfico anterior número 54, estas instituciones según la información levantada en la Cooperativa Andalucía representan el 1% del universo encuestado.

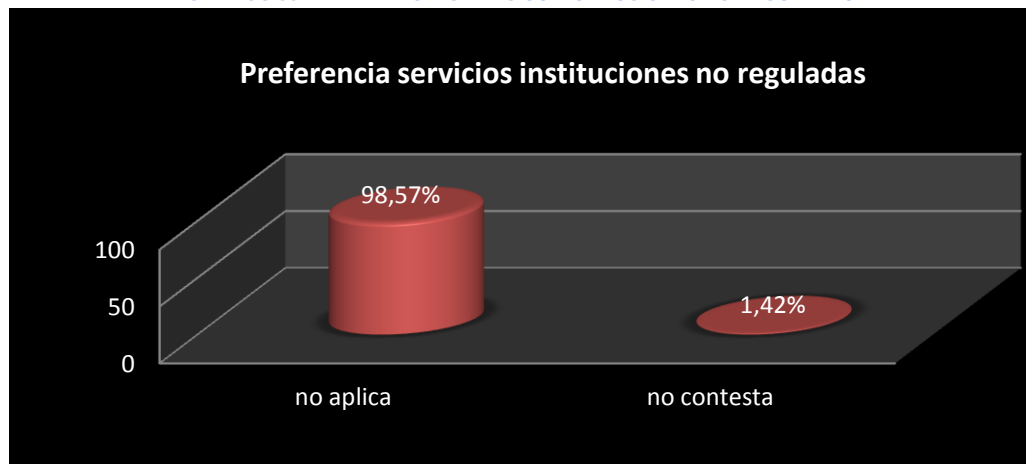
GRAFICO 55. PREFERENCIA PRODUCTOS FINANCIEROS INSTITUCIONES NO REGULADAS



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Como se observa en el gráfico 55, los clientes de las Instituciones no Reguladas prefieren las cuentas de ahorros y otros productos no especificados en la encuesta.

GRAFICO 56. PREFERENCIA SERVICIOS INSTITUCIONES NO REGULADAS



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Según se observa en el gráfico 56, en cuanto a los servicios, los clientes encuestados prefirieron no responder al respecto.

## **3.2 La comunicación con el cliente y servicio al cliente**

### **3.2.1 Comunicación con el cliente**

Los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía encuestados, realizan el contacto con su institución financiera utilizando diferentes canales de comunicación, dependiendo las facilidades que brinda para el efecto la Institución de la cual son clientes.

Dentro de la encuesta presentada para el presente estudio, se plantearon diversos canales de comunicación que generalmente son utilizados por las instituciones financieras:

- El cliente va a la institución financiera
- Un oficial de la institución visita al cliente
- Por medio del teléfono
- Banca virtual
- Red social
- Email
- Medios escritos; y,
- Otros

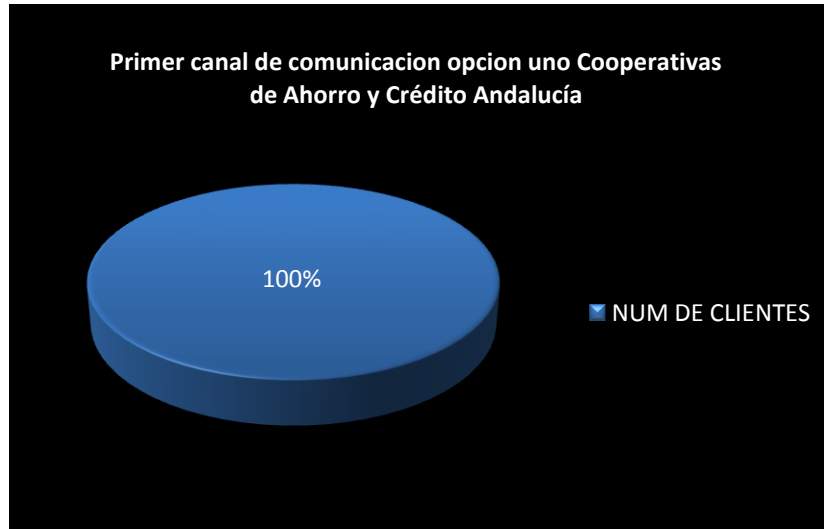
Dependiendo de la institución financiera al que pertenece el cliente, este requerimiento solicitado fue parcial debido al tipo de institución financiera designada para el estudio analítico requerido.

Los canales de comunicación que existen dentro de una cooperativa son limitados, debido a que no se requiere mantener una tecnología avanzada para brindar los servicios que ofrece dicha institución y la inversión no es mayor para este efecto.

Como resultado de lo expresado, se puede apreciar que de los 211 clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía, utilizan como primer y único canal de comunicación, la visita directa a la institución financiera para realizar las transacciones, requerimientos y contactos con el personal de la Cooperativa.

A continuación, en el gráfico 57 se observa el primer canal neto de comunicación de los clientes encuestados:

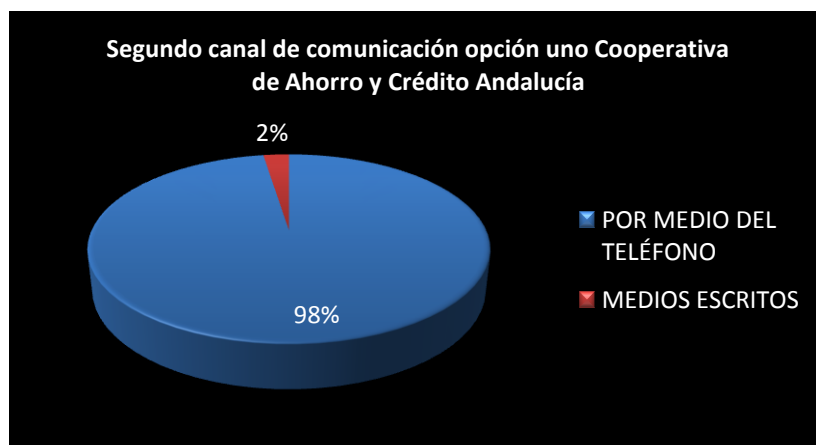
GRAFICO 57.PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN OPCIÓN UNO COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En el gráfico 58 podemos observar que como segundo canal de comunicación empleado, los clientes encuestados de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía, utilizan el teléfono y en menor cantidad los medios escritos para mantener el contacto con la Institución financiera.

GRAFICO 58.SEGUNDO CANAL DE COMUNICACIÓN OPCIÓN UNO COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA

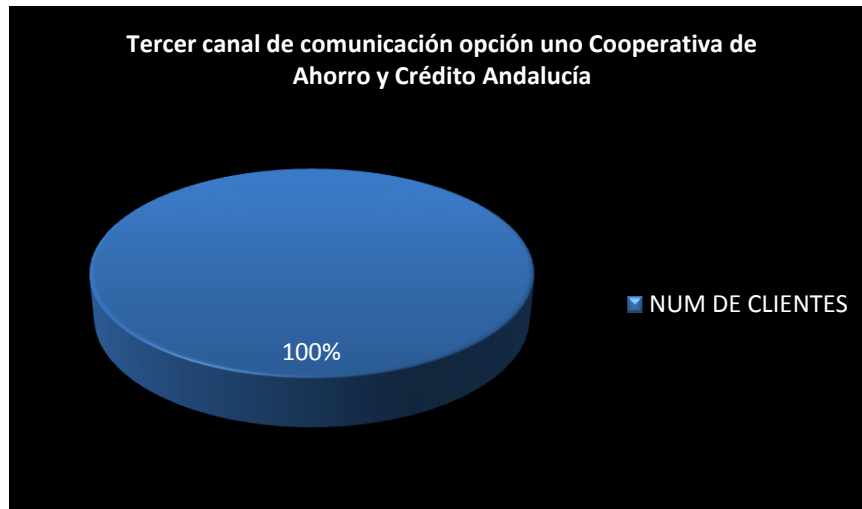


FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS



A continuación, en el gráfico 59, se observa que como tercer canal de comunicación, los clientes de la Cooperativa Andalucía, expresan el uso de medios escritos:

GRAFICO 59. TERCER CANAL DE COMUNICACIÓN OPCIÓN UNO COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Existen 10 clientes de la Cooperativa Andalucía que mantienen servicios en otras Cooperativas y que emplean como primer medio de comunicación el asistir personalmente a la cooperativa para mantener el contacto con dichas entidades. Esto podemos observar en el gráfico 60 presentado a continuación:

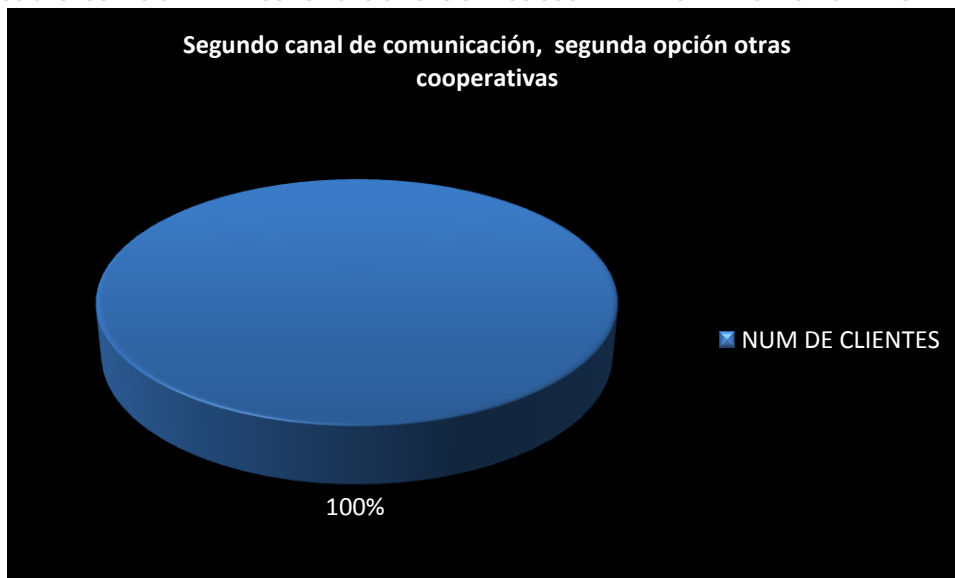
GRAFICO 60.PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN OPCIÓN DOS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Como segundo canal de comunicación, emplean el teléfono como un medio para mantener un acercamiento con su entidad financiera; y, como tercer canal de comunicación, los clientes no contestan, puesto que no ven viable la comunicación con otro medio de los descritos. Se presenta dicha información en el siguiente gráfico número 61:

GRAFICO 61.SEGUNDO CANAL DE COMUNICACIÓN OPCIÓN DOS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA

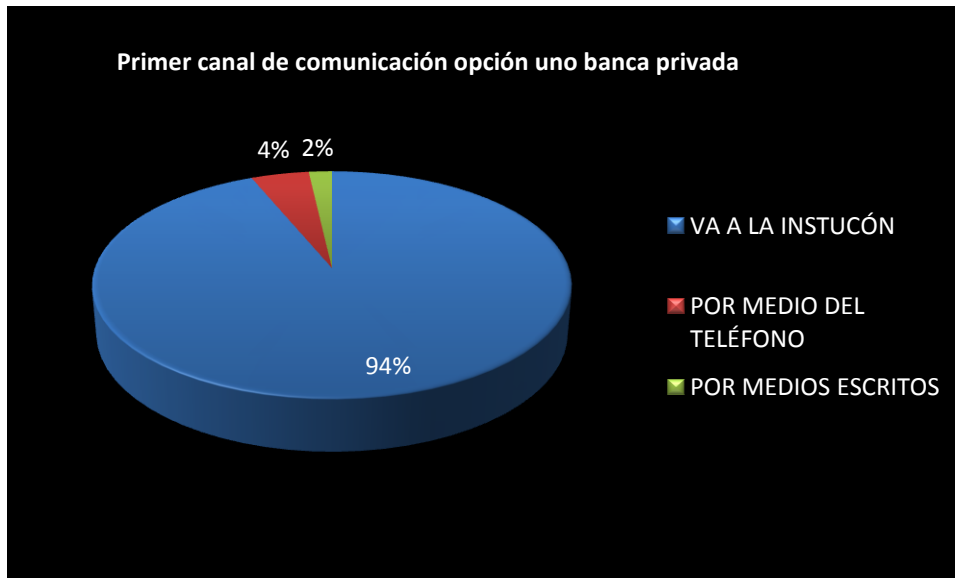


FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

De las encuestas realizadas, existen 127 clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía que mantienen productos y servicios financieros dentro de la banca privada los que mantienen 264 maneras de contacto con sus instituciones financieras, esto demuestra que la banca privada, ofrece una mayor variedad de comunicación con sus usuarios.

Como primer canal de comunicación dentro de la banca privada, se aprecia en el gráfico 62, que 104 clientes asisten personalmente al banco privado para solventar sus requerimientos de servicios financieros; 5 clientes lo hacen por medio telefónico y 2 clientes emplean medios escritos.

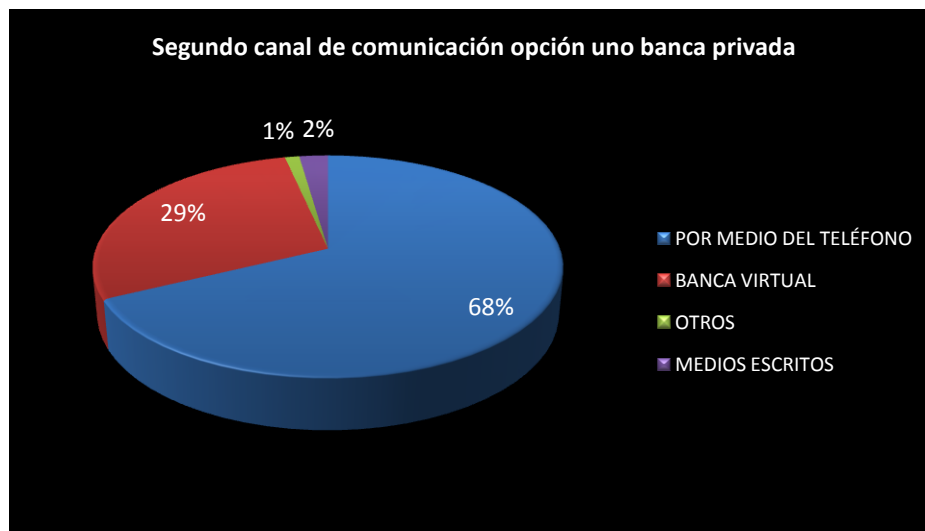
GRAFICO 62.PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN OPCIÓN UNO BANCA PRIVADA



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

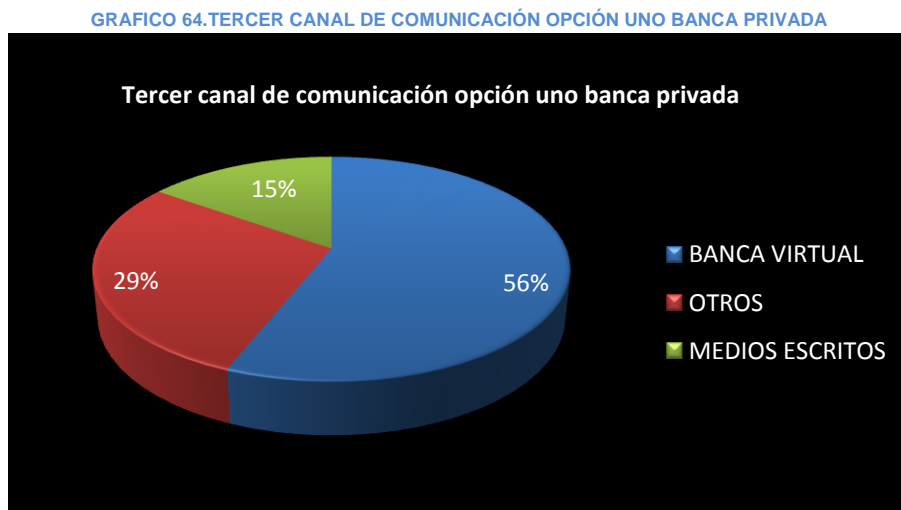
En el segundo canal de comunicación empleado por los clientes en la banca privada, 59 personas realizan su contacto a través del teléfono; 25 clientes emplean la banca virtual; 1 persona se comunica utilizando otros medios no descritos y, 2 clientes lo hacen por medios escritos. Esta información se resume en el gráfico 63, presentado a continuación:

GRAFICO 63.SEGUNDO CANAL DE COMUNICACIÓN OPCIÓN UNO BANCA PRIVADA



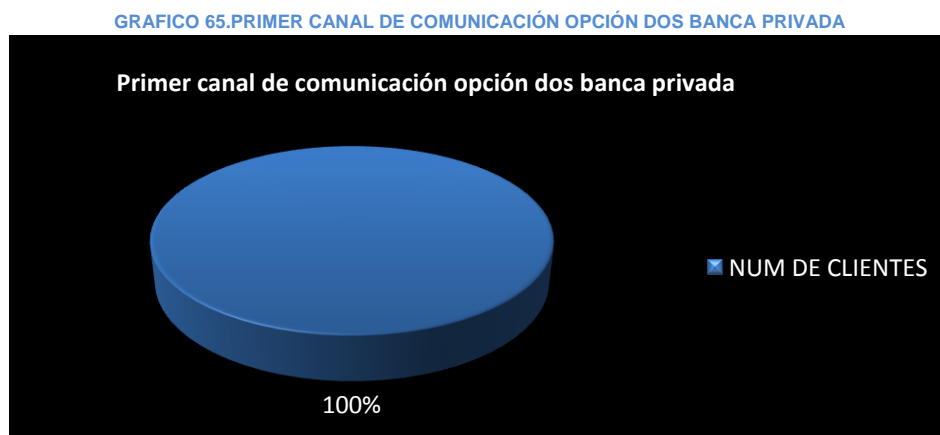
FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Y como tercer canal de comunicación, observamos en el gráfico 64, que, 37 clientes emplean la banca virtual para su comunicación directa con la banca privada; 19 clientes emplean otros medios no descritos; y 10 personas lo hacen a través de medios escritos.



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

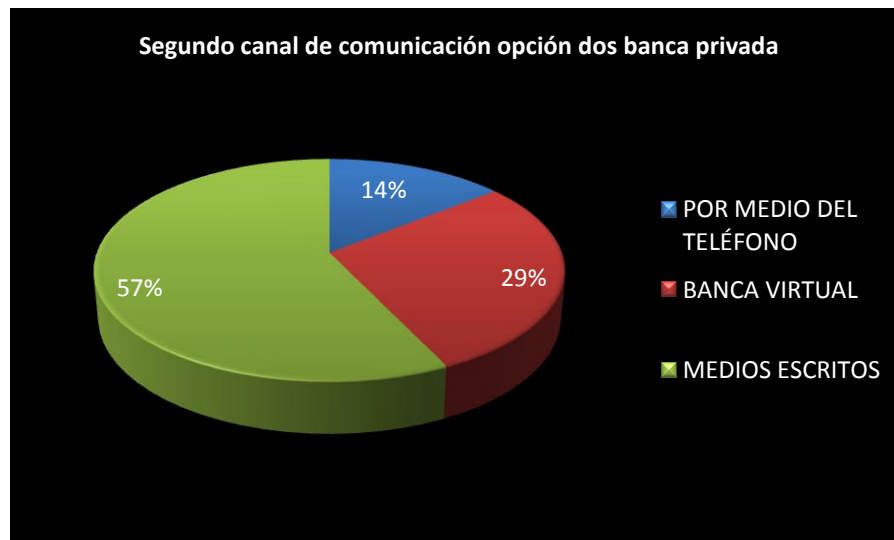
En lo referente a los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía que mantienen como segunda opción productos y servicios de la banca privada, 16 clientes manifiestan que su primer canal de comunicación con la institución es asistiendo personalmente a las oficinas del banco para realizar sus trámites financieros. Se puede observar en el siguiente gráfico número 65:



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Como segundo canal de comunicación, en el gráfico 66 observamos que, 1 persona indica que se comunica a través del teléfono; 2 clientes manifiestan que lo hacen por medio de la banca virtual y 4 a través de medios escritos.

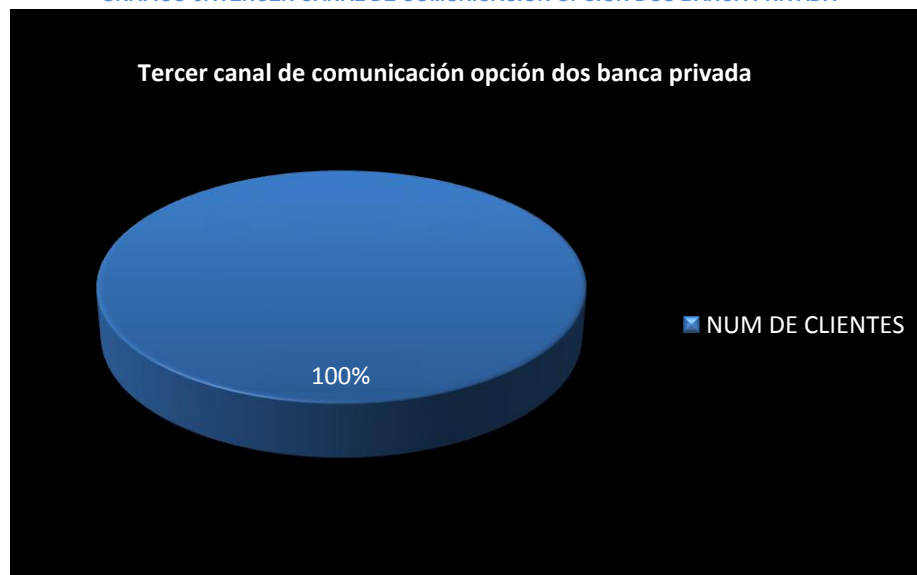
GRAFICO 66.SEGUNDO CANAL DE COMUNICACIÓN OPCIÓN DOS BANCA PRIVADA



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En el tercer canal de comunicación, 2 clientes emplean los medios escritos. Podemos observar el gráfico 67 presentado a continuación:

GRAFICO 67.TERCER CANAL DE COMUNICACIÓN OPCIÓN DOS BANCA PRIVADA



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En lo referente a los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía que mantienen los servicios financieros en las mutualistas, se hace evidente que como primer canal de comunicación, los clientes asisten personalmente a la institución financiera. Esto podemos observar en el gráfico 68 presentado a continuación:

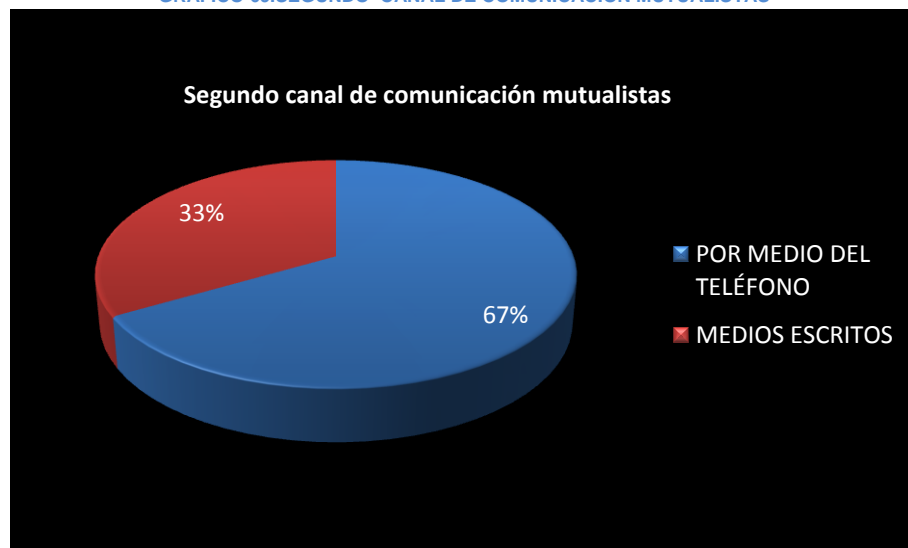
GRAFICO 68.PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN MUTUALISTAS



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En el gráfico 69 encontramos que el segundo canal de comunicación que los clientes emplean para comunicarse con su mutualista es a través de medios telefónicos y medios escritos.

GRAFICO 69.SEGUNDO CANAL DE COMUNICACIÓN MUTUALISTAS



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En el gráfico 70 observamos que el tercer canal de comunicación empleado por los clientes de las mutualistas lo realizan a través de medios escritos.

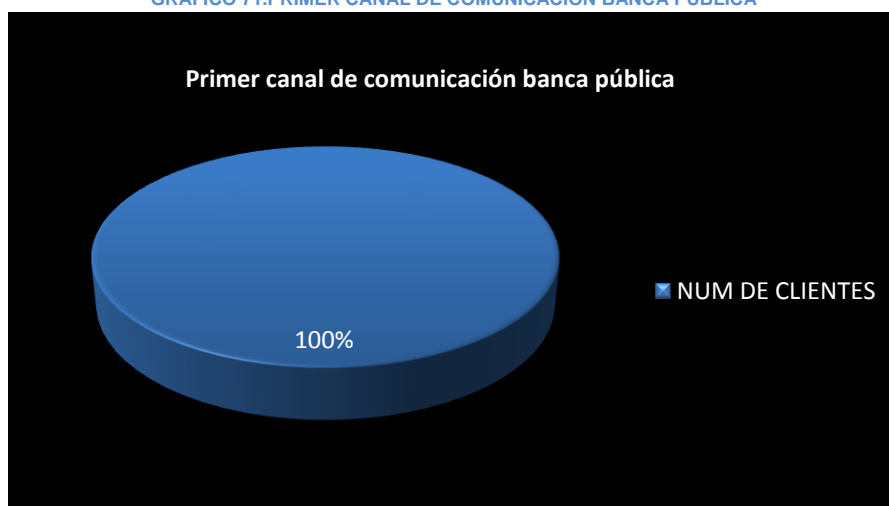
GRAFICO 70.TERCER CANAL DE COMUNICACIÓN MUTUALISTAS



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía que mantienen productos y servicios dentro de la banca pública, expresan que su primer canal de comunicación con la misma es el asistir personalmente a la Institución con el fin de realizar sus trámites financieros.(gráfico 71)

GRAFICO 71.PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN BANCA PUBLICA



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Cabe recalcar, según las personas encuestadas, que el único medio para comunicarse con la banca pública es la asistencia personal a la entidad financiera, ya que no se obtienen más respuestas al respecto.

La comunicación que los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía que mantienen productos y servicios con cooperativas de ahorro y crédito no reguladas se realizan únicamente asistiendo directamente a las oficinas de las cooperativas. Esto podemos evidenciar en el gráfico 72 presentado a continuación:

GRAFICO 72.PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO NO REGULADAS



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Como resultado de este análisis se puede determinar que la mayoría de clientes de las entidades financieras se comunican con su Institución financiera asistiendo personalmente a sus oficinas para realizar diversos trámites y transacciones financieras; en segundo lugar lo hacen por teléfono y en tercer lugar por medios escritos; en cuarto lugar se encuentra la comunicación realizada por medio de la banca virtual, que en la actualidad, todavía no es explotada al 100% por los clientes involucrados en esta encuesta.

Los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía prefieren asistir personalmente a la Entidad, esto les brinda mayor seguridad al momento de realizar sus trámites y transacciones, cabe recalcar que los clientes de dicha entidad, son



personas de nivel medio, medio – bajo que carecen de capacidad económica para realizar sus comunicaciones con las entidades financieras por medios más sofisticados.

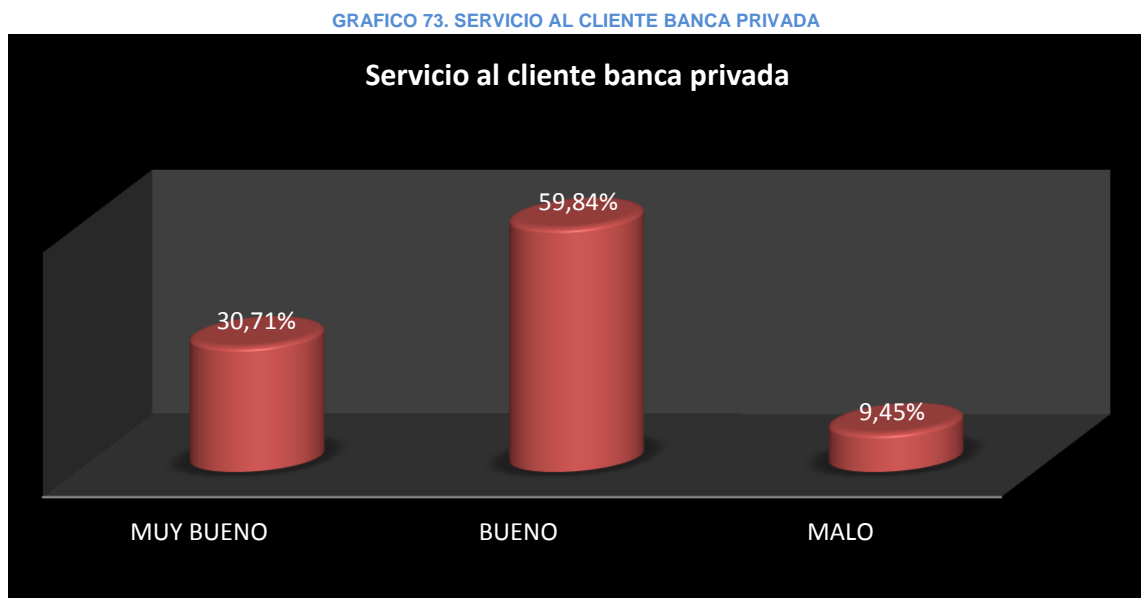
### 3.2.2 Servicio al Cliente

A continuación analizaremos como califica el servicio al cliente los usuarios de las IFIS, en base a la información levantada en las encuestas realizadas en la Cooperativa Andalucía.

#### 3.2.2.1 Análisis Servicio al Cliente Banca Privada

En la banca privada podemos observar que el servicio al cliente, ante la percepción de los usuarios de este sector es buena con un 59,84%, pero puede mejorar.

En el gráfico número 73 presentado a continuación observamos que los clientes de la banca privada encuestados se sienten desconformes básicamente por los tiempos de espera, por lo complicidad en la ejecución de trámites, por los requisitos solicitados para un crédito y por la atención al cliente por parte de los funcionarios.



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

### 3.2.2.2 Análisis Servicio al Cliente Cooperativas de Ahorro y Crédito.

En el siguiente gráfico (No. 74) observamos que la calificación en cuanto al servicio al cliente que le dan a las cooperativas de ahorro y crédito es bueno en un 57,01%. Generalmente los clientes de cooperativas, especialmente de la Cooperativa Andalucía se sienten cómodos con la atención al cliente recibida, sin embargo sienten que se debería implementar mejoras en tecnología, así como en cantidad de personal para ser atendidos.

También se pudo observar, en el gráfico 74, que los usuarios preferían las cooperativas de ahorro y crédito al momento de solicitar un crédito, esto debido a los bajos costos de interés, a la agilidad en los trámites y a los interesantes programas crediticios.

GRAFICO 74. SERVICIO AL CLIENTE COOPERATIVAS

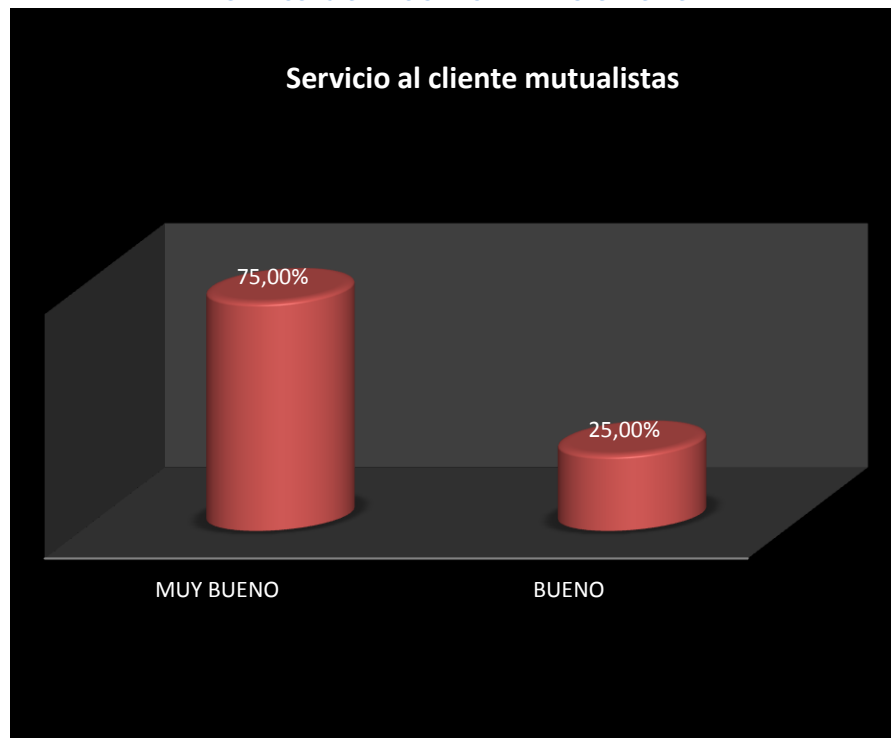


FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En el gráfico No. 75 observamos que la aceptación en cuanto al servicio al cliente en una mutualista es muy bueno en un 75%. Se debe tomar en cuenta que cuando un usuario del sistema financiero se dirige a una mutualista es específicamente para acceder a algún crédito otorgado por la misma y por lo general son planes de financiamiento para la adquisición de vehículos y vivienda, lo cual nos sugiere una atención más personalizada, esto genera que el cliente se sienta satisfecho en sus necesidades, ya que los trámites para los cuales se dirige a una mutualista son puntuales.

También se debe tomar en cuenta que el número de clientes encuestados, de una mutualista es reducido, así este análisis se hizo en base a tres personas encuestadas.

GRAFICO 75. SERVICIO AL CLIENTE MUTUALISTAS

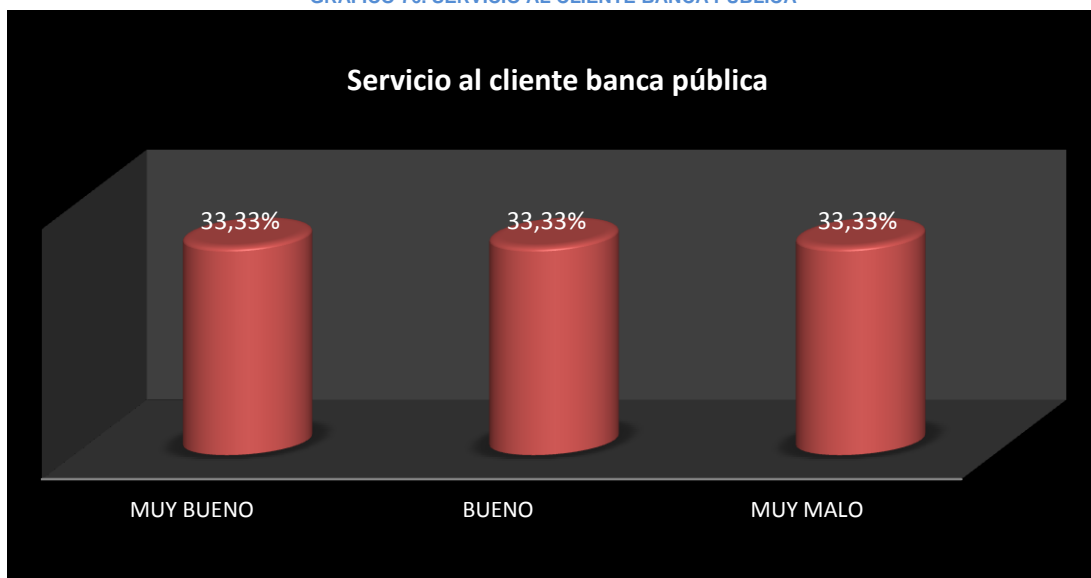


FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En la banca pública, como veremos a continuación en el gráfico 76, ocurre una uniformidad en cuanto a la calificación del servicio al cliente por parte de los usuarios. Partiendo del dato que tenemos 3 encuestados que manifestaron ser clientes de la banca pública debemos decir que las opiniones en cuanto al servicio al cliente se dividieron uniformemente entre muy bueno, bueno y muy malo.

Esto puede darse ya que, al igual que en las mutualistas, la banca pública tiene productos específicos, y cada una de las instituciones que conforman este sector del mercado se especializa en un tipo de producto, lo cual nos sugiere una atención personalizada al cliente. Sin embargo por la mala imagen que ha tenido desde siempre la atención en los organismos públicos, se puede observar que también existe el otro extremo de disconformidad y se orienta en igual porcentaje de calificación a muy malo.

GRAFICO 76. SERVICIO AL CLIENTE BANCA PÚBLICA



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

El cliente de la IFI no regulada como presentamos en el gráfico 77, considera que el servicio al cliente es bueno en un 67% pero puede mejorar. En cuanto a las IFIS no reguladas tendremos que generalizar, ya que pueden ser cajas de ahorros, cooperativas organizadas por asociaciones, sindicatos de empleados o fondos de inversión creados por grupos de personas que decidieron unirse indistintamente.

GRAFICO 77. SERVICIO AL CLIENTE IFIS NO REGULADAS

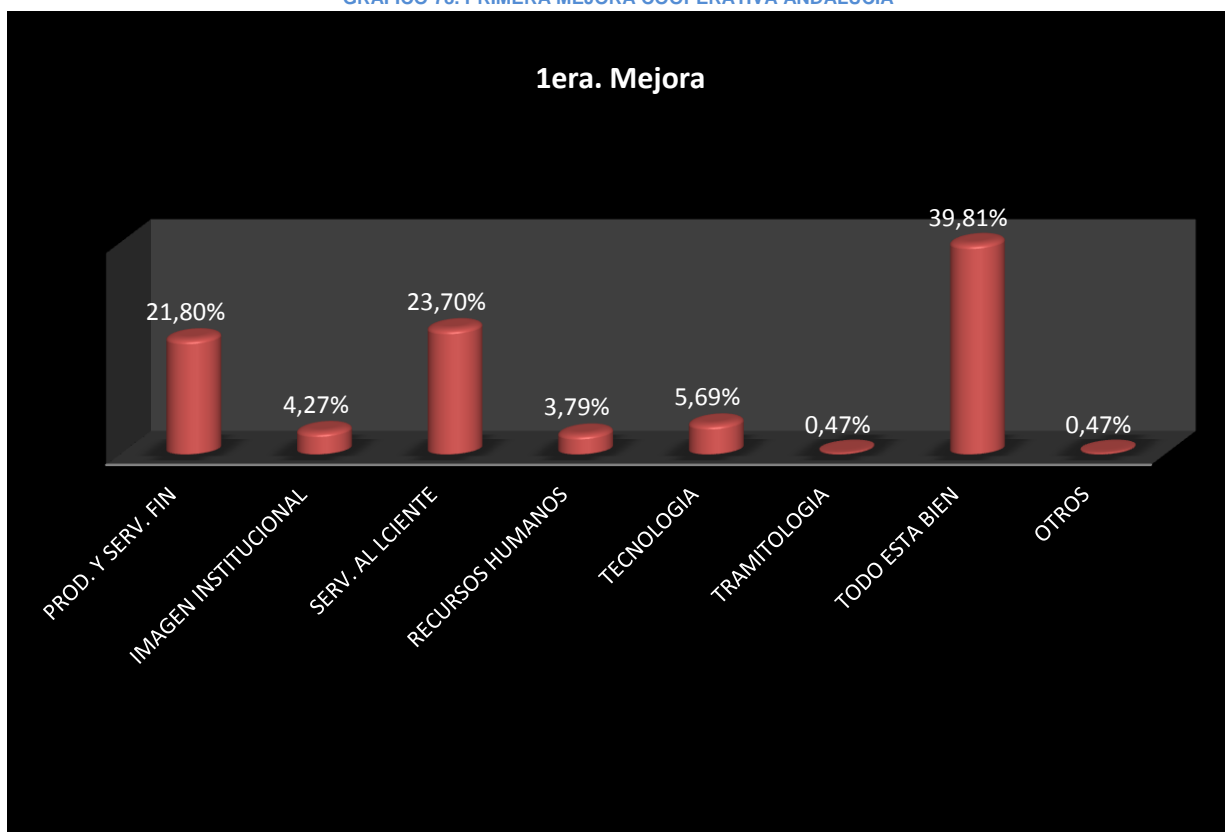


FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

A continuación, se evidenciará las sugerencias de los usuarios del mercado financiero ecuatoriano encuestado de la Cooperativa Andalucía, en cuanto a las mejoras que se pueden hacer en las IFIS.

Se realizará un análisis revisando las mejoras sugeridas en primero, en segundo y en tercer lugar, después se encontrará un análisis más general, en el cual excluirémos las respuestas “todo está bien”, y las no contestadas, esto para que el análisis sea más limpio y concreto

GRAFICO 78. PRIMERA MEJORA COOPERATIVA ANDALUCIA

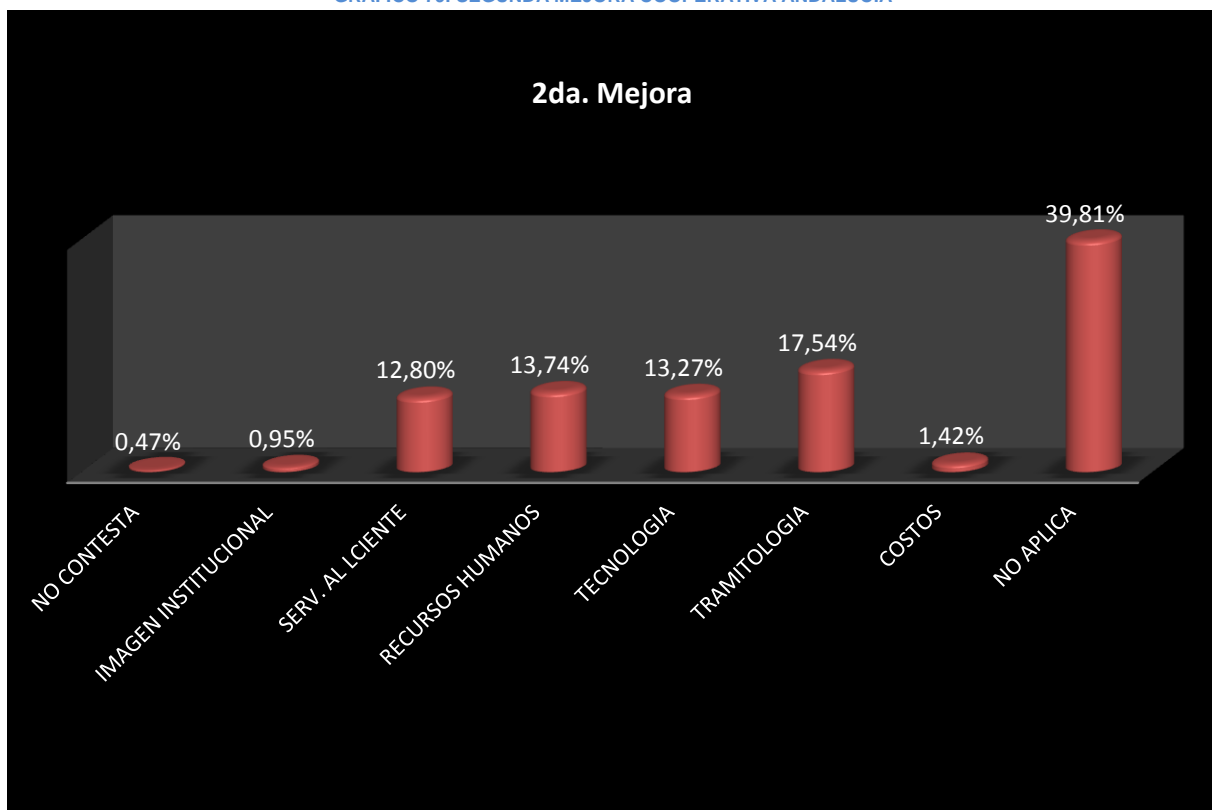


FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Como se puede observar en el gráfico 78, exponemos la primera opción de mejora escogida por el cliente y vemos que la mayoría indica que todo está bien en un 39,81%, se siente una conformidad en general con el sistema financiero. Seguido a esto encontramos la mejora al servicio al cliente en un 23,70%, a pesar de que el servicio en cliente en promedio fue aceptado como bueno, se tiene un margen en el cual se puede

mejorar y es lo que los clientes sugieren, una mejora en el servicio al cliente para sentirse completamente satisfechos.

GRAFICO 79. SEGUNDA MEJORA COOPERATIVA ANDALUCIA



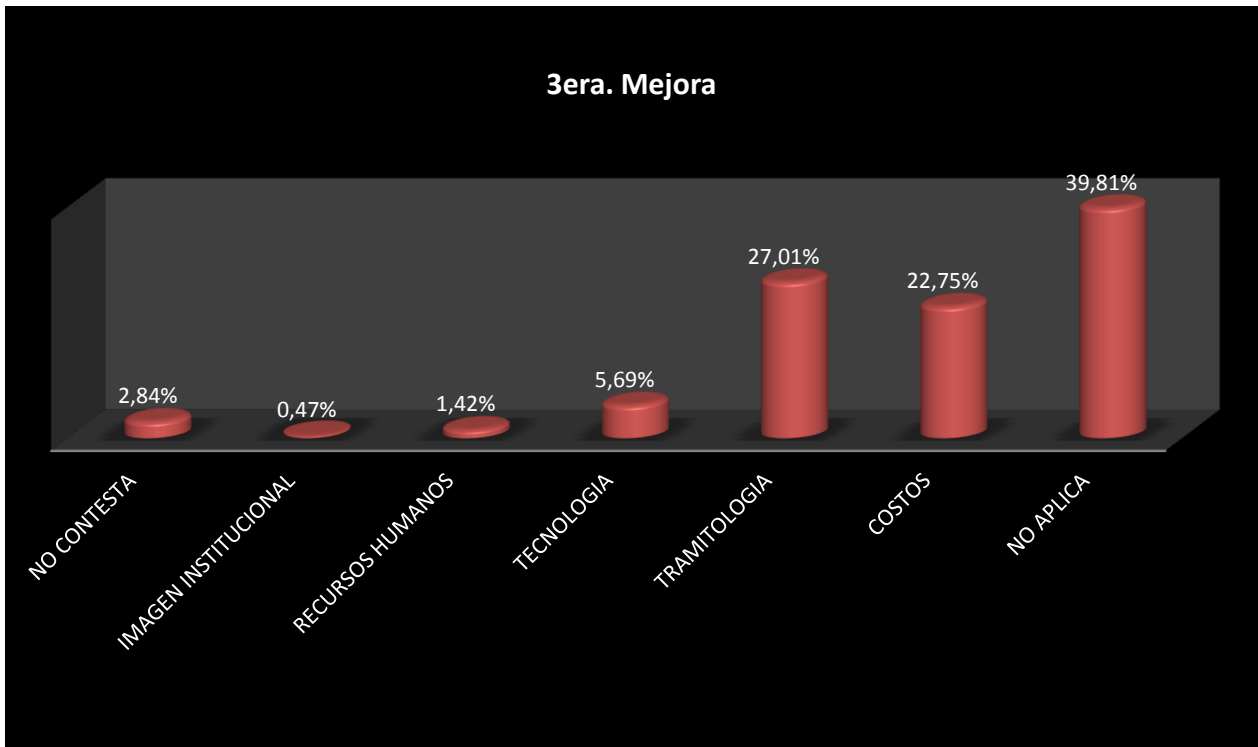
FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En el gráfico 79, como segunda opción, los clientes no contestan o no aplica debido a que en la primera opción manifestaron que todo estaba bien.

Sin embargo se puede observar que la mejora de mayor sugerencia es en tramitología en un 17,54%. Esto se puede dar debido a que los clientes en general se sienten desconformes con las trabas que, en su percepción ponen las IFIS para acceder a algún producto ofrecido, especialmente en los créditos.

También se encuentra que sugieren mejoras en recursos humanos en un 13,74% y en tecnología en un 13,27%. Esto puede ir relacionado con lo anterior, ya que la complejidad en la tramitología puede darse por ineficiencia del personal o por falta de éste, así como también por la falta de tecnología de punta que minimice tiempos y otorgue un mejor servicio.

GRAFICO 80. TERCERA MEJORA COOPERATIVA ANDALUCIA



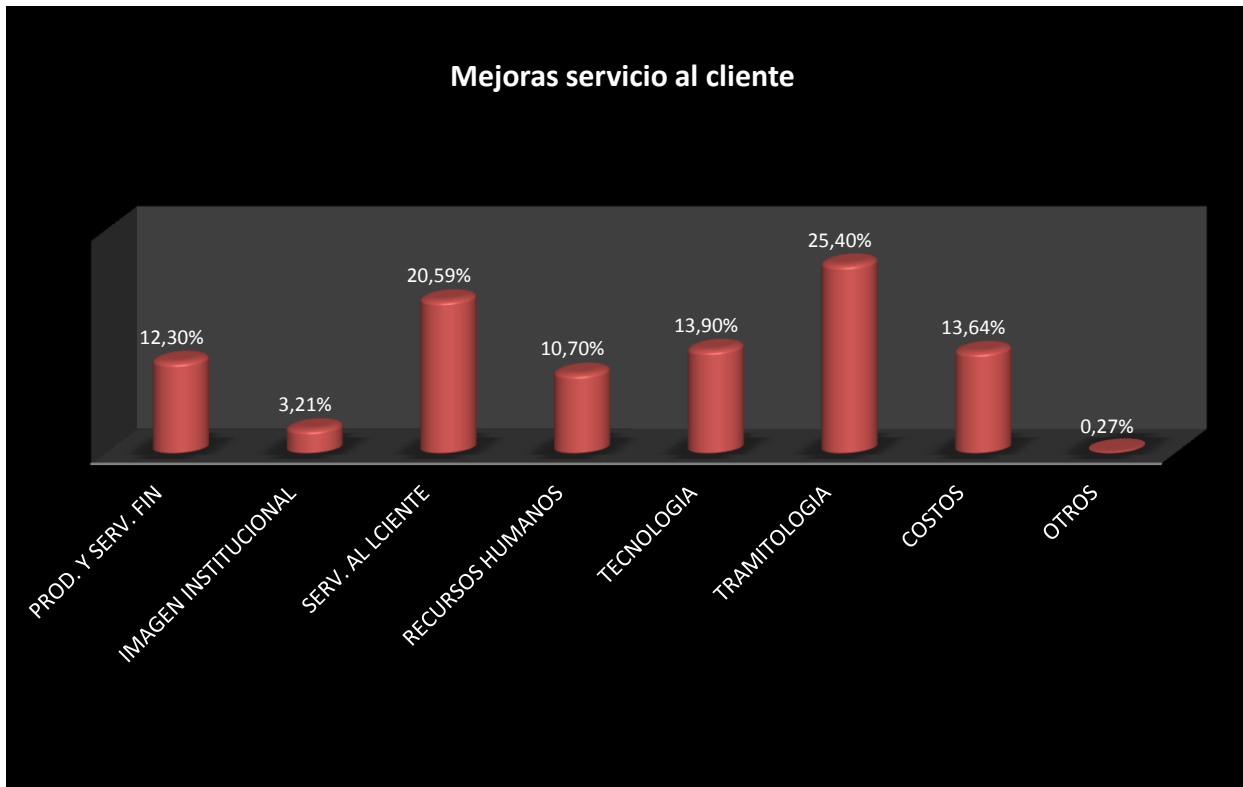
FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

En el gráfico 80, como tercera sugerencia de mejora se puede ver al igual que en la anterior el mayor porcentaje no aplica, debido a que en la primera opción un gran porcentaje indica que todo estaba bien.

Sin embargo se puede evidenciar que continuamos con la tendencia de sugerir mejoras en tramitología y aquí se ve también que se sugiere una mejora en costos. Otra de las grandes disconformidades de los clientes del mercado financiero ecuatoriano es los altos costos que cobran las IFIS por los productos y servicios ofrecidos, los cuales en estos últimos tiempos está mejorando en base a políticas de control gubernamentales establecidas que impuso un tope en cuanto a costos de productos y servicios para todas las IFIS. A pesar de esto, los clientes siguen con la percepción de que los costos son bastante elevados y que se podría hacer una mejora adicional en esto.

A continuación veremos un gráfico con información consolidada en cuanto a las mejoras que el cliente sugiere:

GRAFICO 81.MEJORAS COOPERATIVA ANDALUCIA



FUENTE: ENCUESTAS COOPERATIVA ANDALUCIA  
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Como podemos ver en el gráfico 81 solo se tomó en cuenta las mejoras sugeridas, evitando las opciones no aplica, todo está bien y no contesta.

En este gráfico se puede observar que la tramitología sigue estando marcada la sugerencia del cliente como mejoras que pueden hacer las IFIS en un 25,40%, seguido muy de cerca por el servicio al cliente en un 20,59%. Esto muestra que la tendencia se mantiene, lo más importante para el usuario del mercado financiero ecuatoriano es mejorar en el proceso de los trámites, lo cual desencadena la percepción de que el servicio al cliente es bueno, pero no óptimo.

También vemos la sugerencia en “costos” y en “productos y servicios” en un 13,64% y 12,30%, respectivamente. El cliente siente que se pueden ofrecer mejores productos y servicios, más innovadores y útiles, pero que al mismo tiempo se pueden abaratar los costos.



# **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## Conclusiones:

- La mayoría de encuestados superan los 40 años, esto nos da una idea de que son personas que se encuentran condicionadas al servicio financiero que su institución le brindó cuando abrió su cuenta, de tal manera que aunque existan ciertas mejoras les es difícil adaptarse a los cambios, tanto en tecnología como en productos y servicios actuales.
- Es importante conocer que del universo de 211 encuestados el mayor número de ellos oscilan entre las edades de 40-49 años, su nivel de instrucción corresponde al tercer nivel de instrucción y poseen negocio propio. También cabe indicar que la mayoría de los encuestados disponen de una cuenta de correo electrónico, pero no todos pertenecen a una cuenta de red social.
- La edad promedio de los encuestados nos sugiere que dichos clientes cuentan con un producto financiero por un tiempo considerable y pueden tener una percepción de cómo el mercado financiero ha ido evolucionando en tecnología, costos y alcances.
- El nivel cultural de los encuestados se percibe como bueno debido a que la mayoría tienen estudios superiores de tercer nivel, por ende, poseen otra visión del avance y del alcance tecnológico actual de las instituciones financieras.
- La tendencia hacia el cooperativismo se evidencia como resultado de las facilidades que brindan las cooperativas en el otorgamiento de créditos de consumo, comerciales, microcrédito etc., lo cual es muy útil para las personas que poseen su negocio propio o desean establecerlo.
- En lo que concierne a utilización de correo electrónico por parte de los clientes encuestados, se observa que la gran mayoría de éstos dispone de este medio de comunicación y lo emplean como una herramienta de trabajo mas no como un medio de comunicación con la institución financiera.

- El total de los encuestados prefieren asistir personalmente a la institución financiera para realizar sus trámites debido a que no poseen una capacidad económica apropiada para acceder a otros medios de comunicación.
- La banca virtual en su uso, está orientada hacia un grupo selecto de clientes los cuales tienen acceso económico para mantener este tipo de comunicación.
- Los clientes de las instituciones financieras manifiestan su insatisfacción por los tiempos de espera, complejidad en la ejecución de trámites, por la cantidad de requisitos para obtener un crédito y por la atención y trato al cliente del que son sujetos por parte de los funcionarios financieros.
- Para la obtención de un crédito, las instituciones mas ocionadas por los clientes son las cooperativas de ahorro y crédito debido a los bajos costos de intereses, agilidad en los trámites y facilidad para acceder a los mismos.
- Los usuarios de las instituciones financieras, según la necesidad de obtener un producto específico, se dirigen a una Institución especializada para el efecto de obtener el producto requerido con el asesoramiento debido.
- La banca pública, posee poca aceptación por parte de los clientes debido a la mala imagen, mal trato al cliente y a la burocracia existente históricamente en dichas instituciones, mas sin embargo, un cierto grupo de clientes acceden a este tipo de instituciones por la especialización de sus productos y los bajos intereses que ofrece con respecto a financiamiento.
- Los clientes para la selección de las instituciones financieras se basan en ciertos factores como la ubicación geográfica, la variedad de productos y servicios y en base a esto son clientes de más de una Institución Financiera que satisfaga sus requerimientos.
- En el formato de encuesta que fue aplicada, no se asignaron códigos para todos los tipos de opciones que presentaba la encuesta, razón por la cual, esta información se unificó en la opción “otros”.

- Dependiendo del nivel socioeconómico y sociocultural de los clientes, la edad es un factor predominante para la aceptación ó negación de cualquier cambio en la variedad de servicios ofertados por las Instituciones Financieras existentes.

### **Recomendaciones:**

- Las instituciones financieras, deben desarrollar mejores sistemas de comunicación que sean fáciles de manejar y permitan una interrelación efectiva entre el cliente y la institución financiera.
- Las instituciones financieras debe informar a sus clientes sobre los avances, alcances e innovaciones tecnológicas, de una forma amigable por medio de islas de información computarizada dentro de las instituciones, que permita capacitarlos sobre el manejo de los productos y servicios.
- Las instituciones financieras deben receptar sugerencias y comentarios de sus clientes con el fin de hacer mejoras en los productos y servicios desde la perspectiva del usuario.
- Se debe flexibilizar el otorgamiento de los créditos en la banca privada en cuanto a tramitología, tiempo y requisitos para la obtención de éstos.
- Las instituciones financieras deben facilitar un equipo computarizado que permita el acceso a la banca virtual a sus clientes, fuera de hora laborables y permitir que cualquier cliente de indistinto estrato social y económico tenga acceso a estos servicios.
- Las instituciones financieras deben hacer un análisis periódico e invertir en capacitación de atención y servicio al cliente además de incrementar, en muchos casos, el personal necesario que satisfaga la demanda de sus clientes.
- La banca pública debe mejorar su imagen institucional ante sus usuarios y brindar mayor información permanente sobre sus mejoras ya incorporadas.

- Se sugiere que en futuros proyectos a ser desarrollados por la universidad, se realice un análisis y estudio exhaustivo de los formatos que tanto preguntas como códigos a asignarse posean una concordancia.

## BIBLIOGRAFIA

1. GESTIOPOLIS 2005, El sistema financiero, autor Sabino Ayala Villegas, [versión electrónica] <http://www.gestiopolis.com/canales5/fin/sistefinan.htm>
2. SUPERINTENDENCIA DE BANCOS 2010, [versión electrónica] <http://www.superban.gov.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/Reglamento%20Ley%20de%20Inst.%20Financieras.pdf>
3. BANCO CENTRAL DEL ECUADOR 2011, [versión electrónica] [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec) [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
4. LEY GENERAL DE INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO, CODIFICACION. Página 62 esilec Profesional, [versión electrónica] [www.lexis.com.ec](http://www.lexis.com.ec)
5. SUPERINTENDENCIA DE BANCOS 2010, [versión electrónica] <http://www.superban.gov.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/Reglamento%20Ley%20de%20Inst.%20Financieras.pdf>
6. BANCO CENTRAL DEL ECUADOR 2011, Base legal, [versión electrónica] <http://www.bce.fin.ec/contenido.php?CNT=ARB0000872>
7. DICCIONARIO DEFINICION ORG, [versión electrónica], [www.definicion.org/banca-privada](http://www.definicion.org/banca-privada)
8. Reporte Gerencial a Marzo del 2011, [versión electrónica] ([www.sbs.gob.ec/practg/sbs\\_index?vp\\_art\\_id=477&vp\\_tip=2&vp\\_buscr=41](http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=477&vp_tip=2&vp_buscr=41))
9. GESTIOPOLIS 2005, Herramientas para emprendedores, Diana Fontanez, [versión electrónica] <http://www.gestiopolis.com/canales5/comerciohispano/116.htm>
10. Valdiviezo Aguirre Gonzalo, Guía Didáctica Legislación Monetaria y Bancaria, UTPL, Edición 1 pag. 42- 43
11. AIFE, Asociaciones y mutualistas de ahorro y crédito, [versión electrónica] <http://www.aife.com.ec/hts/quienes.htm>
12. DICCIONARIO MIMI HU, [versión electrónica] [http://es.mimi.hu/economia/banca\\_publica.html](http://es.mimi.hu/economia/banca_publica.html)
13. ANDES 2010, Banca pública, [versión electrónica] <http://andes.info.ec/economia/banca-publica-entrego-4309-millones-para-credito-productivo-y-vivienda-16690.html>/BANCO DEL ESTADO

# **ANEXOS**

ANEXO A

ESPECIAL

EVOLUCIÓN DE LOS ACTIVOS COOPERATIVAS (MILES DE DÓLARES)

COOPERATIVAS	dic/2007	dic/2008	dic/2009	Variación dic/2008 a dic/2009	dic/2010	Variación dic/2009 a dic/2010	Part. A dic/2010
TOTAL SISTEMA	1.342.959,08	1.642.032,97	1.970.680,59	20,01%	2.509.098,76	27,32%	100,00%
JUVENTUD ECUATORIANA PROGRESISTA	101.750,15	142.217,43	195.227,75	37,27%	285.045,82	46,01%	11,36%
JARDIN AZUAYO	90.622,36	119.081,59	146.829,40	23,30%	189.880,42	29,32%	7,57%
29 DE OCTUBRE	85.079,23	114.036,15	138.572,33	21,52%	177.608,14	28,17%	7,08%
PROGRESO	81.817,33	93.196,93	110.715,66	18,80%	144.065,11	30,12%	5,74%
MEGO	94.630,28	106.999,71	118.432,83	10,69%	137.518,49	16,12%	5,48%
RIOBAMBA	68.890,10	86.493,88	106.547,63	23,19%	128.470,54	20,58%	5,12%
NACIONAL	87.517,18	99.572,03	108.049,00	8,51%	123.510,65	14,31%	4,92%
OSCUS	66.135,04	84.162,69	95.891,94	13,94%	122.217,54	27,45%	4,87%
SAN FRANCISCO	42.193,60	53.284,62	67.805,42	27,25%	100.570,35	48,32%	4,01%
CACPECO	49.253,30	61.544,26	69.842,07	13,48%	87.668,57	25,52%	3,49%
ANDALUCIA	45.478,61	51.679,44	60.132,35	16,36%	77.445,88	28,79%	3,09%
15 DE ABRIL	43.621,24	54.440,01	54.502,52	0,11%	69.334,20	27,21%	2,76%
EL SAGRARIO	37.046,94	45.695,91	51.204,35	12,05%	66.100,81	29,09%	2,63%
23 DE JULIO	43.463,40	50.543,40	52.800,46	4,47%	65.721,70	24,47%	2,62%
CODESARROLLO	31.340,26	37.951,85	43.277,25	14,03%	58.994,27	36,32%	2,35%
ATUNTAQUI	42.578,11	45.595,56	51.754,30	13,51%	58.699,15	13,42%	2,34%
ALIANZA DEL VALLE	30.146,01	37.572,79	47.823,73	27,28%	57.465,18	20,16%	2,29%
CAMARA DE COMERCIO DE AMBATO			40.168,71		51.158,31	27,36%	2,04%
SANTA ROSA	30.531,17	36.982,25	41.317,47	11,72%	47.823,72	15,75%	1,91%
PABLO MUÑOZ VEGA	29.258,88	35.285,85	39.184,36	11,05%	47.751,60	21,86%	1,90%
CAMARA DE COMERCIO DE QUITO	22.825,86	27.756,11	32.814,75	18,23%	45.045,43	37,27%	1,80%
TULCAN	23.294,78	28.709,48	32.328,43	12,61%	42.513,69	31,51%	1,69%
CACPE BIBLIAN	18.018,24	22.112,02	30.205,60	36,60%	41.198,88	36,39%	1,64%
SAN JOSE	19.535,38	23.878,95	29.010,63	21,49%	39.202,90	35,13%	1,56%
CACPE PASTAZA	17.224,49	22.733,79	28.551,46	25,59%	39.163,87	37,17%	1,56%
PADRE JULIAN LORENTE	21.734,70	24.497,34	23.419,13	-4,40%	26.693,85	13,98%	1,06%
COMERCIO	16.529,63	23.477,49	20.068,01	-14,52%	22.750,91	13,37%	0,91%
CHONE	13.838,63	16.146,46	19.466,30	20,56%	22.573,70	15,96%	0,90%
SAN FRANCISCO DE ASIS	11.352,63	11.912,41	13.418,70	12,64%	15.805,18	17,78%	0,63%
GUARANDA	6.704,60	9.317,06	10.780,21	15,70%	14.438,65	33,94%	0,58%
11 DE JUNIO	8.060,54	10.521,00	11.404,38	8,40%	14.222,33	24,71%	0,57%
COTACOLLAO	10.043,73	12.843,94	13.871,84	8,00%	13.567,53	-2,19%	0,54%
LA DOLOROSA	8.024,04	8.121,54	8.594,09	5,82%	9.054,16	5,35%	0,36%
PREVISION AHORRO Y DESARROLLO	6.203,59	6.028,60	6.064,03	0,59%	8.458,96	39,49%	0,34%
CALCETA	5.053,46	5.875,74	6.332,53	7,77%	7.670,00	21,12%	0,31%
9 DE OCTUBRE	5.812,76	6.162,35	6.831,73	10,86%	7.562,77	10,70%	0,30%
SANTA ANA	2.535,25	3.192,45	3.550,75	11,22%	4.887,14	37,64%	0,19%

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros



## ANEXO B

Junta Bancaria del Ecuador

### RESOLUCIÓN No. JB-2010-1725

#### LA JUNTA BANCARIA

#### CONSIDERANDO:

Que el primer inciso del artículo 52 de la Constitución de la República del Ecuador, publicada en el Registro Oficial No. 449 de 20 de octubre del 2008, establece que las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características;

Que los numerales 2, 4 y 5 del artículo 4; así como el artículo 14 y, el literal a) del artículo 15 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, publicada en el suplemento del Registro Oficial No. 116 de 10 de julio del 2000, señalan como derechos fundamentales del consumidor que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos de óptima calidad y a elegirlos con libertad; a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar; y, a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;

Que el primero y segundo incisos del artículo 201 de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, reformado con el artículo 11 de la Ley de Creación de la Red de Seguridad Financiera, publicada en el tercer suplemento del Registro Oficial No. 498 de 31 de diciembre del 2008, disponen que los servicios activos, pasivos o de cualquier otra naturaleza que presten las instituciones financieras deberán sujetarse a las tarifas máximas que serán segmentadas por la naturaleza de cada institución financiera y determinadas trimestralmente por la Junta Bancaria y publicadas en las páginas web y oficinas de la Superintendencia de Bancos y Seguros y de las instituciones financieras conforme a la normativa expedida para el efecto por la Junta Bancaria; que la Superintendencia de Bancos y Seguros autorizará previamente los servicios a ser libremente aceptados y recibidos por los clientes y usuarios y determinará las actividades propias del giro del negocio que no constituyen servicios; que las actividades bancarias propias del giro del negocio que implican transacciones básicas que realizan los clientes e información esencial respecto del manejo de sus cuentas, serán gratuitas;

Que con resolución No. JB-2009-1315 de 12 de junio del 2009, la Junta Bancaria aprobó las normas contenidas en el capítulo I "De las tarifas por servicios financieros", del título XIV "De la transparencia de la información", del libro I "Normas generales para la aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero" de la Codificación de Resoluciones de la Superintendencia de Bancos y Seguros y de la Junta Bancaria;

Que el artículo 4 del citado capítulo I dispone que la Junta Bancaria determinará trimestralmente tanto el listado de las transacciones básicas que por su naturaleza son gratuitas cuanto de los servicios financieros sujetos a las tarifas máximas establecidas, las que regirán partir del primer día de los meses de enero, abril, julio y octubre, y se publicarán antes del inicio del respectivo trimestre;

## Junta Bancaria del Ecuador

Resolución No. JB-2010-1725

Página No. 2

Que el primer inciso del artículo 10, del capítulo referido, dispone que los gastos de cobranza que ocasionen los créditos vencidos, se aplicarán exclusivamente cuando se hayan realizado gestiones de cobro;

Que se ha determinado la necesidad de precisar las definiciones de las transacciones básicas para un correcto manejo de las mismas; y,

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

### RESUELVE:

**ARTICULO 1.-** Aprobar las tarifas máximas para el período trimestral que comprende los meses de julio, agosto y septiembre del 2010, dentro de las cuales las instituciones del sistema financiero podrán efectuar cobros por la prestación efectiva de los servicios financieros que constan en el siguiente cuadro:

#### SERVICIOS CON TARIFA MÁXIMA Vigente a partir del 1 de julio de 2010

No.	SERVICIO	EN DÓLARES
1	Cheque certificado	2.00
2	Cheque de gerencia	2.50
3	Cheque devuelto nacional	2.79
4	Corte de estado de cuenta	1.83
5	Costo de reposición libreta/cartola/estado de cuenta por pérdida, robo o deterioro	1.00
6	Costo por un cheque	0.30
7	Entrega de estado de cuenta a domicilio	1.66
8	Entrega de estado de cuenta en oficina	0.30
9	Impresión Consulta por cajero automático	0.35
10	Referencias bancarias	2.65
11	Retiro cajero automático clientes de la propia entidad en cajero de otra entidad	0.50
12	Retiro cajero automático clientes de otra entidad en cajero de la entidad	0.50
13	Cheque devuelto del exterior	3.24
14	Tarjeta de crédito y tarjeta de pago, consumo en gasolineras	0.26
15	Tarjeta de crédito, copia de estado de cuenta	0.50
16	Tarjeta de crédito y tarjeta de pago, copia de voucher/vale del exterior	10.00
17	Tarjeta de crédito y tarjeta de pago, copia de voucher/vale local	2.00
18	Tarjeta de débito, emisión	5.15
19	Tarjeta de débito, reposición	4.94
20	Tarjeta de débito, renovación	1.85
21	Transferencias al exterior en oficina	55.49
22	Transferencias interbancarias enviadas, internet	0.50
23	Transferencias interbancarias spi enviadas oficina	2.15
24	Transferencias interbancarias spi recibidas	0.30
25	Transferencias nacionales otras entidades oficina	2.00
26	Transferencias recibidas desde el exterior	10.00
27	Cheque consideración cámara de compensación	3.00
28	Oposición al pago de cheques	3.00
29	Abstención de pago de cheques	3.00
30	Revocatoria de cheques	3.00
31	Transferencias SCI enviadas, oficina	1.93
32	Transferencias SCI enviadas, Internet	0.28
33	Transferencias SCI recibidas	0.30
34	Tarjeta de crédito, afiliación	*
35	Tarjeta de crédito, renovación	*

\* Se entiende por "cheque consideración cámara de compensación", al servicio de análisis y aprobación de pago de cheques sin fondos suficientes, dentro y/o fuera de tiempo de cámara de compensación. Para su prestación, la institución financiera contacta a los clientes que no poseen sobregiro contratado, a fin de que una vez que el cliente lo autorice, se proceda con la provisión de este servicio.

\* Dada la diversidad de tarjetas de crédito que emiten las instituciones financieras y las compañías emisoras y/o administradoras de tarjetas de crédito, la Junta Bancaria aprobará en forma individual las tarifas máximas que cobrarán para la emisión y/o renovación de tales tarjetas

**Junta Bancaria del Ecuador**

Resolución No. JB-2010-1725

Página No. 3

**TARIFAS PORCENTUALES DE AFILIACIÓN A ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES**  
Vigente a partir del 1 de julio de 2010

No.	SERVICIO	EN PORCENTAJE
1	Tarifas de afiliación a establecimientos comerciales, crédito corriente (%)	5.27
2	Tarifas de afiliación a establecimientos comerciales, crédito corriente, Salud y Afines (%)	5.27
3	Tarifas de afiliación a establecimientos comerciales, crédito corriente, Educación (%)	5.00

**ARTICULO 2.-** Determinar como transacciones básicas y que por su naturaleza son gratuitas las siguientes:

No.	TIPO	APLICA PARA	EN DÓLARES
1	Apertura de cuentas	Cuenta de ahorros	0,00
		Cuenta corriente	0,00
		Cuenta de Integración de capital	0,00
		Depósitos a plazos	0,00
		Inversiones	0,00
		Información crediticia básica	0,00
2	Depósitos a cuentas	Cuenta de ahorros	0,00
		Cuenta corriente	0,00
		Depósitos a plazos	0,00
		Inversiones	0,00
3	Administración, mantenimiento, mantención y manejo de cuentas	Cuenta de ahorros	0,00
		Cuenta corriente	0,00
		Depósitos a plazos	0,00
		Inversiones	0,00
4	Consulta de cuentas	Consulta, Oficina	0,00
		Consulta visual, Cajero automático	0,00
		Consulta, Internet	0,00
		Consulta, Banca Telefónica	0,00
		Consulta, Banca Celular	0,00
5	Retiros de dinero	Retiro de dinero por ventanilla de la propia entidad	0,00
		Retiro de dinero por cajero automático clientes propia entidad	0,00
		Retiro de dinero por corresponsales bancarios de la propia entidad	0,00
6	Transferencia dentro de la misma entidad	Transferencias, medios físicos (ventanilla)	0,00
		Transferencias, medios electrónicos (cajero automático, internet, teléfono, celular y otros)	0,00
7	Cancelación o cierre de cuentas	Cuenta de ahorros	0,00
		Cuenta corriente	0,00
8	Activación de cuentas	Activación de Cuenta de ahorros	0,00
		Activación de Cuenta corriente	0,00
		Activación de Tarjeta de Crédito	0,00
		Activación de Tarjeta de Débito y/o Pago	0,00
9	Mantenimiento de Tarjeta de Crédito	Mantenimiento de Tarjeta de Crédito	0,00
		Mantenimiento pago mínimo de Tarjeta de Crédito	0,00
		Mantenimiento pago total de Tarjeta de Crédito	0,00
10	Pagos a Tarjetas de Crédito	Pagos a Tarjetas de Crédito, por los diferentes canales	0,00
11	Bloqueo, anulación o cancelación	Bloqueo, anulación o cancelación de Tarjeta de Débito y/o Pago	0,00
		Bloqueo, anulación o cancelación de Tarjeta de Crédito	0,00
12	Emisión de Tabla de Amortización	Emisión de Tabla de Amortización, primera impresión	0,00
13	Transacciones fallidas en cajeros automáticos	Transacciones fallidas en cajeros automáticos, todos los casos	0,00
14	Reclamos de clientes	Reclamos justificados	0,00
		Reclamos injustificados	0,00
15	Frecuencia de transacciones	Cuenta de ahorros	0,00
		Cuenta corriente	0,00
		Tarjeta de crédito	0,00
16	Reposición libreta/ cartola/ estado de cuenta por actualización	Reposición libreta/ cartola/ estado de cuenta por actualización	0,00

**Junta Bancaria del Ecuador**

Resolución No. JB-2010-1725

Página No. 4

**ARTICULO 3.-** La Superintendencia de Bancos y Seguros controlará la observancia de las tarifas máximas establecidas en esta resolución, y aplicará, de ser el caso, las sanciones que correspondan, sin perjuicio de exigir la restitución de los valores indebidamente cobrados a sus clientes.

**ARTICULO 4.-** La presente resolución entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

**DISPOSICIONES TRANSITORIAS.-**

**PRIMERA.-** Durante la vigencia de esta resolución, la Junta Bancaria podrá modificar sus disposiciones en cualquier tiempo, para reformar las tarifas máximas, así como para incorporar nuevos servicios sujetos a tarifa, o para agregar transacciones básicas que por su naturaleza deben ser gratuitas.

**SEGUNDA.-** Hasta que la Junta Bancaria emita una resolución específica, se mantendrán vigentes las tarifas para la afiliación o emisión y renovación de tarjetas de crédito que estuvieron vigentes al 30 de junio del 2009.

**COMUNÍQUESE Y PUBLÍQUESE EN EL REGISTRO OFICIAL.-** Dada en la Superintendencia de Bancos y Seguros, en Quito, Distrito Metropolitano, el veintitrés de junio del dos mil diez.

Ing. Gloria Sabando García  
**PRESIDENTA DE LA JUNTA BANCARIA**

**LO CERTIFICO.-** Quito Distrito Metropolitano, el veintitrés de junio del dos mil diez.

Lcdo. Pablo Cobo Luna  
**SECRETARIO DE LA JUNTA BANCARIA**

## ANEXO C

### ENCUESTA APLICABLE A CLIENTES DE IFIS REGULADAS PLAZA QUITO

#### CUESTIONARIO

**"Preferencias en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones del sistema financiero regulado ecuatoriano. Año 2011"**

**Objetivo:** Conocer el grado de preferencia en el uso de productos y servicios financieros y el servicio al cliente que ofrecen las entidades financieras ecuatorianas reguladas en las capitales de provincia

Capital provincia \_\_\_\_\_ Nombre del encuestador \_\_\_\_\_ Fecha encuesta \_\_\_\_\_  
 Número de encuesta \_\_\_\_\_

**I. Datos generales del encuestado**

**1.1 Edad**  
 a.) 15 a 19 años  b.) 20 a 29 años  c.) 30 a 39 años  d.) 40 a 49 años  e.) 50 a 59 años  f.) De 60 en adelante

**1.2 Sexo**  
 a.) Masculino  b.) Femenino

**1.3 Nivel de instrucción**  
 a.) Primario  b.) Secundario  c.) Tercer nivel  d.) Cuarto nivel  f.) Ninguno

**1.5 Situación laboral actual**  
 I Desempleado   
 II Sector público   
 III Sector privado   
 IV Negocio propio   
 V Ama de casa   
 VI Estudiante   
 VII Jubilado   
 VIII Invalído   
 IX Otra (especifique) \_\_\_\_\_

**1.6 Dispone actualmente de una cuenta de correo electrónico?**  
 a.) Si  b.) No   
 En caso de ser positiva su respuesta, indique ¿cuál es la principal razón para tener una cuenta de correo electrónico?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**1.7 Dispone actualmente de una cuenta en una red social como facebook, his u otras?**  
 a.) Si  b.) No   
 En caso de ser afirmativa su respuesta, indique ¿cuál es la principal razón para tener una cuenta en una red social?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**II. Acceso y preferencia de productos y servicios financieros**

**2.1 Es cliente de alguna institución financiera?**  
 Si  No

b. En caso de ser negativa su respuesta, indique cuál es la principal razón para no ser cliente de una institución financiera?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

c. En el corto plazo le interesaría ser cliente de una institución financiera. De cual?  
 Si  No

a) En caso de ser positiva su respuesta pase a la pregunta 2.1.1.1.  
 a. Bancos privados   
 b. Cooperativa de ahorro y crédito   
 c. Mutualista   
 d. Sociedades financieras   
 e. Banca Pública



2.1.3 Indique cuáles son las tres principales razones para ser cliente de:

Razones ser cliente	Tipo de institución financiera					
	Bancos	Cooperativas	Mutualistas	Sociedades financ.	Banca pública	Inst. financ. No reg.
I Solidez						
II Tradición						
III Prestigio						
IV Recomendación						
V Cobertura						
VI Productos y serv.						
VII Financieros						
VIII Costos						
VIII Servicio al cliente						
IX Ubicación						
X Tramitología						
XI Otras (especifique)						
XII No contesta						

2.1.4 Indique ¿desde cuándo es cliente de la (s) institución financiera? (marcar una X donde corresponda)

Tiempo	Tipo de institución financiera					
	Bancos	Cooperativas	Mutualistas	Sociedades financ.	Banca pública	Inst. financ. No reg.
I Menos de un año						
II Entre 1 a 3 años						
III Entre 4 a 6 años						
IV Más de 6 años						
V No contesta						

III. Comunicación y servicio al cliente

3.1. ¿Cuáles son los tres principales canales de comunicación que su institución financiera mantiene con usted? (marcar una X donde corresponda)

Canal de comunicación	Tipo de institución financiera					
	Bancos	Cooperativas	Mutualistas	Sociedades financ.	Banca pública	Inst. financ. No reg.
I Visita oficial banco						
II A través de teléfono						
III Banca virtual						
IV Red social						
V Mail						
VI Medios escritos						
VII Ninguno						
VIII No contesta						

3.2. ¿Cómo valora el servicio al cliente de la (s) institución financiera? (marcar una X donde corresponda)

Calidad servicio al cliente	Tipo de institución financiera					
	Bancos	Cooperativas	Mutualistas	Sociedades financ.	Banca pública	Inst. financ. No reg.
I						
II						
III						
IV						
V						

- I Muy bueno
- II Bueno
- III Malo
- IV Muy malo
- V No contesta

3.3. ¿Cómo cliente de la institución financiera que mejoras le gustaría recibir? Considere los tres factores más importantes (marque con una X según como corresponda)


Especifique \_\_\_\_\_

- I Sobre productos y servicios financieros?
- II Sobre imagen institucional
- III Sobre servicio al cliente
- IV Sobre recurso humano
- V Sobre tecnología
- VI Sobre tramitología
- VII Sobre costos
- VIII Todo esta bien
- IX No contesta