



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

ESCUELA DE 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.

Autoras:

Salazar Sánchez María Eugenia
Santos Zambrano Virginia Romelia

Directora tesis:

Ing. Salazar Romero Angela del Cisne

QUITO-ECUADOR

2012

Ing. Angela Salazar Romero

DOCENTE DE LA ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS

C E R T I F I C A:

Que el presente trabajo realizado por las estudiantes María Eugenia Salazar Sánchez y Virginia Romelia Santos Zambrano, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

Loja, diciembre de 2011

f).....

CESION DE DERECHOS

“Nosotras, María Eugenia Salazar Sánchez y Virginia Romelia Santos Zambrano declaramos ser autoras del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

.....

.....

María Eugenia Salazar Sánchez

Virginia Romelia Santos Zambrano

AUTORÍA

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

.....

María Eugenia Salazar Sánchez

.....

Virginia Romelia Santos Zambrano

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi familia con mucho cariño.

Virginia Romelia Santos Zambrano

Para mis hijos queridos y mi familia.

María Eugenia Salazar Sánchez

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento principal es para Dios porque el permitió y me dio la fuerza, el entusiasmo y las ganas de prepararme llegando a culminar mis estudios, a la Universidad Técnica Particular de Loja por su misión y visión “Buscar la verdad y formar al hombre, a través de la ciencia, para que sirva a la sociedad” basados en el Humanismo de Cristo; a mis padres que siempre son mi apoyo, a mi esposo por su gran amor, a mis hijos para que tengan presente en sus vidas que puede uno llegar a la meta cuando se lo propone, a mis amigos que de una y otra manera me extendieron su mano.

María Eugenia Salazar Sánchez

Quiero darles las gracias a Dios y a toda mi familia, por ser parte de mi vida, por todo lo que me han brindado y enseñado, y por todas sus bendiciones.

Virginia Romelia Santos Zambrano

ÍNDICE GENERAL

Portada	I
Certificación	II
Declaración	III
Autoría	IV
Dedicatoria	V
Agradecimiento	VI
Índice General	VII
Índice de Gráficos	VIII
Índice de Tablas	IX
Resumen Ejecutivo	X

1. Contenido

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

Introducción	1
1.1 Ley general de instituciones financieras	2
1.1.1 Definición	2
1.1.2 Órganos rectores del sistema financiero	4
1.1.3 Alcance y regulaciones	5
1.2 Estructura sistema financiero ecuatoriano	7
1.2.1 Banca Privada	7
1.2.1.1 Definiciones Básicas	7
1.2.1.2 Caracterización de la banca ecuatoriana (Breve descripción y cobertura)	8
1.2.1.3 Productos y servicios bancarios	9

1.2.2	Cooperativismo	10
1.2.2.1	Definiciones Básicas	10
1.2.2.2	Cooperativismo en el Ecuador (Breve descripción, estadísticas y cobertura)	11
1.2.2.3	Productos y servicios	12
1.2.3	EL Mutualismo	13
1.2.3.1	Definiciones básicas	13
1.2.3.2	El Mutualismo en el Ecuador (Breve descripción, estadísticas y cobertura)	14
1.2.3.3	Productos y servicios	15
1.2.4	La banca pública	16
1.2.4.1	Definiciones básicas	16
1.2.4.2	La banca pública en el Ecuador (Breve descripción, estadísticas y cobertura)	16
1.2.4.3	Productos y servicios	17
1.3	Tendencias actuales de productos y servicios financieros	18
1.3.1	La importancia de la web 2.0 y la tecnología en los productos y servicios financieros	18
1.3.2	Canales de provisión de servicios financieros	20
1.3.3	Los retos futuros de los productos y servicios financieros en el Ecuador.	21

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

Introducción	23
2.1 El sistema financiero local (Análisis por plaza y por subsistema)	24
2.2 Evolutivo de captaciones	28
2.2.1 Por tipo de depósito	29
2.2.2 Por subsistema	30
2.3 Evolutivo de colocaciones	32
2.3.1 Por tipo de cartera	33
2.3.2 Por subsistema	34
2.4 Productos y servicios financieros. Tipos y costos.	36
2.4.1 Por institución financiera	39
2.4.2 Por subsistema	48
CAPÍTULO III: Acceso y preferencia de productos y servicios financieros. Una perspectiva desde la demanda.	
Introducción	50
3.1 Factores que influyen en la preferencia de productos y servicios financieros	58
3.1.1 Estudio comparativo entre tipos de IFIS	58
3.1.2 Estudio comparativo entre productos y servicios	64
3.2 La comunicación con el cliente y servicio al cliente	78
3.2.1 Comunicación con el cliente	78
3.2.2 Servicio al cliente	83
Conclusiones	110

Recomendaciones	112
Anexos	113
Bibliografías	123

Índice de Gráficos

Gráfico 1	Órganos rectores del sistema financiero ecuatoriano	4
	Participación porcentual de los bancos privados reguladas por la	
Gráfico 2	Superintendencia de Bancos y seguros	8
	Participación porcentual cooperativas de ahorro y crédito regulada	
Gráfico 3	por la Superintendencia de Bancos y seguros	12
	Participación porcentual mutualistas reguladas por la Superintendencia	
Gráfico 4	de Bancos y seguros	15
	Participación porcentual de la Banca Pública regulada por la	
Gráfico 5	Superintendencia de Bancos y seguros	16
Gráfico 6	Evolutivo de captaciones, por depósitos a la vista y a plazo	28
Gráfico 7	Total de captaciones por subsistema cantón Quito	31
	Evolutivo de colocaciones, por cartera total y por vencer y la cartera	
Gráfico 8	vencida	32
Gráfico 9	Total de colocaciones por subsistema cantón Quito	35
Gráfico 10	Edad de los encuestados en la investigación de mercado	51
Gráfico 11	Género de los encuestados en la investigación de mercado	52
	Nivel de instrucción de los encuestados en la investigación de	
Gráfico 12	Mercado	53
Gráfico 13	Situación Laboral de los encuestados en la investigación de mercado	54

	Cuenta de correo electrónico de los encuestados en la investigación de	
Gráfico 14	mercado	55
	Razón para tener cuenta de correo electrónico de los encuestados	
Gráfico 15	en la investigación de mercado	56
	Cuenta en red social de los encuestados en la investigación	
Gráfico 16	de mercado	57
	Razón para tener cuenta en red social de los encuestados en la	
Gráfico 17	investigación de mercado	58
	Preferencia de banco 1 de los encuestados en la investigación de	
Gráfico 18	mercado	59
	Preferencia de banco 2 de los encuestados en la investigación de	
Gráfico 19	mercado	60
	Preferencia de la Cooperativa 1 de los encuestados en la investigación	
Gráfico 20	de mercado	61
	Preferencia de Mutualista de los encuestados en la investigación de	
Gráfico 21	mercado	62
	Preferencia de Banco Público de los encuestados en la investigación	
Gráfico 22	de mercado	63
	Preferencia de las Sociedades Financieras de los encuestados en la	
Gráfico 23	investigación de mercado	64
	Prioridad del producto financiero Banco Pichincha de los encuestados	
Gráfico 24	en la investigación de mercado	66

	Prioridad del producto financiero Banco 2 de los encuestados en la	
Gráfico 25	investigación de mercado	67
	Prioridad del producto financiero 1 de las Cooperativas de los	
Gráfico 26	encuestados en la investigación de mercado	68
	Prioridad del producto financiero en Mutualistas de los encuestados	
Gráfico 27	en la investigación de mercado	69
	Prioridad del producto financiero en Bancos Públicos de los	
Gráfico 28	encuestados en la investigación de mercado	70
	Prioridad del producto financiero en Sociedades Financieras de los	
Gráfico 29	encuestados en la investigación de mercado	71
	Prioridad del servicio financiero Banco Pichincha de los encuestados	
Gráfico 30	en la investigación de mercado	72
	Prioridad del servicio financiero Banco 2 de los encuestados en la	
Gráfico 31	investigación de mercado	73
	Prioridad del servicio financiero 1 de la Cooperativa de los encuestados	
Gráfico 32	en la investigación de mercado	74
	Prioridad del servicio financiero de la Mutualista de los encuestados	
Gráfico 33	en la investigación de mercado	75
	Prioridad del servicio financiero en Bancos Públicos de los encuestados	
Gráfico 34	en la investigación de mercado	76
	Prioridad del servicio en Sociedades Financieras de los encuestados	
Gráfico 35	en la investigación de mercado	77

	Canal de comunicación con Banco Pichincha de los encuestados	
Gráfico 36	en la investigación de mercado	78
	Canal de comunicación con otros Bancos de los encuestados en la	
Gráfico 37	investigación de mercado	79
	Canal de comunicación 1 de las Cooperativas de los encuestados	
Gráfico 38	en la investigación de mercado	80
	Canal de comunicación de las Mutualistas de los encuestados	
Gráfico 39	en la investigación de mercado	81
	Canal de comunicación de Bancos Públicos de los encuestados	
Gráfico 40	en la investigación de mercado	82
	Canal de comunicación de las Sociedades Financieras de los	
Gráfico 41	encuestados en la investigación de mercado	83
	Valoración del servicio al cliente Banco Pichincha de los encuestados	
Gráfico 42	en la investigación de mercado	86
	Mejoras Banco Pichincha de los encuestados en la investigación	
Gráfico 43	de mercado	87
	Razón para ser cliente Banco Pichincha de los encuestados en la	
Gráfico 44	investigación de mercado	88
	Tiempo de cliente Banco Pichincha de los encuestados en la	
Gráfico 45	investigación de mercado	89
	Valoración del servicio al cliente Banco 2 de los encuestados en la	
Gráfico 46	investigación de mercado	90

	Primera mejora Banco 2 de los encuestados en la investigación	
Gráfico 47	de mercado	91
	Razón para ser cliente Banco 2 de los encuestados en la	
Gráfico 48	investigación de mercado	92
	Tiempo de ser cliente del Banco 2 de los encuestados en la	
Gráfico 49	investigación de mercado	93
	Valoración del servicio al cliente de las Cooperativas de los encuestados	
Gráfico 50	en la investigación de mercado	94
	Mejora de las Cooperativas de los encuestados en la investigación de	
Gráfico 51	de mercado	95
	Razón de ser cliente de las Cooperativas de los encuestados en la	
Gráfico 52	investigación de mercado	96
	Tiempo de ser cliente de las Cooperativas de los encuestados en la	
Gráfico 53	investigación de mercado	97
	Valoración del servicio al cliente de las Mutualistas de los	
Gráfico 54	encuestados en la investigación de mercado	98
	Mejoras de las Mutualistas de los encuestados en la investigación	
Gráfico 55	de mercado	99
	Razón para ser cliente de las Mutualistas de los encuestados en la	
Gráfico 56	investigación de mercado	100
	Tiempo de cliente de las Mutualistas de los encuestados en la	
Gráfico 57	investigación de mercado	101

	Valoración del servicio en Banco Público de los encuestados en la	
Gráfico 58	investigación de mercado	102
	Mejoras de Banco Público de los encuestados en la investigación de	
Gráfico 59	mercado	103
	Razón para ser cliente de Banco Público de los encuestados en la	
Gráfico 60	investigación de mercado	104
	Tiempo de ser cliente en Banco Público de los encuestados en la	
Gráfico 61	investigación de mercado	105
	Valoración del servicio al cliente en Sociedades Financieras de los	
Gráfico 62	encuestados en la investigación de mercado	106
	Mejoras en Sociedades Financieras de los encuestados en la	
Gráfico 63	investigación de mercado	107
	Razón para ser cliente en Sociedades Financieras de los encuestados	
Gráfico 64	en la investigación de mercado	108
	Tiempo de ser cliente en Sociedades Financieras de los encuestados	
Gráfico 65	en la investigación de mercado	109

ÍNDICE DE TABLAS

	Depósitos porcentuales por tipo de cuenta de la Banca Privada	
Tabla 1	reguladas por la Superintendencia de bancos y seguros	29
	Depósitos porcentuales por tipo de cuenta de las Cooperativas de ahorro	
Tabla 2	y crédito reguladas por la Superintendencia de bancos y seguros	29
	Depósitos porcentuales por tipo de cuenta de las Mutualistas reguladas	
Tabla 3	por la Superintendencia de bancos y seguros	29
	Depósitos porcentuales por tipo de cuenta de la Banca Pública	
Tabla 4	reguladas por la Superintendencia de bancos y seguros	30
	Depósitos porcentuales por tipo de cuenta de las Sociedades Financieras	
Tabla 5	reguladas por la Superintendencia de bancos y seguros	30
	Depósitos porcentuales por subsistema de todas las instituciones	
	financieras reguladas por la Superintendencia de bancos y seguros	
Tabla 6	en el cantón Quito	30
	Tipo de cartera porcentual de la Banca Privada reguladas por la	
Tabla 7	Superintendencia de bancos y seguros	33
	Tipo de cartera porcentual de la de las Cooperativas de ahorro y	
Tabla 8	crédito reguladas por la Superintendencia de bancos y seguros	33
	Tipo de cartera porcentual de la de las Cooperativas de ahorro y crédito	
Tabla 9	reguladas por la Superintendencia de bancos y seguros	33

Tipo de cartera porcentual de la de la Banca Pública regulada por la

Tabla 10	Superintendencia de bancos y seguros	34
	Tipo de cartera porcentual de la de las Sociedades Financieras	
Tabla 11	reguladas por la Superintendencia de bancos y seguros	34
	Tipo de cartera porcentual por subsistema de todas las Instituciones	
Tabla 12	financieras reguladas por la Superintendencia de bancos y seguros	34
	Tarifas por prestación de los servicios financieros de las Instituciones	
Tabla 13	financieras reguladas por la Superintendencia de bancos y seguros	37
	Tarifas por prestación de los servicios financieros de los	
	establecimientos comerciales regulados por la superintendencia de	
Tabla 14	bancos y seguros	38
	Las transacciones básicas y que por su naturaleza son gratuitas de	
	los servicios financieros regulados por la Superintendencia de bancos	
Tabla 15	y seguros	39
	Tarifas porcentuales de los principales productos financieros de	
	los Bancos Privados Amazonas, Austro, Bolivariano, Capital y	
Tabla 16	Citibank	40
	Tarifas porcentuales de los principales productos financieros de los	
Tabla 17	Bancos Privados Cofiec, Del Bank, Finca, Rumiñahui y Guayaquil	40
	Tarifas porcentuales de los principales productos financieros de los	
Tabla 18	Bancos Privados Internacional, Litoral, Loja, Machala y Pacífico	41
	Tarifas porcentuales de los principales productos financieros de los	

	Bancos Privados Procredit, Produbanco, Proamerica, Solidario,	
Tabla 19	Sudamericano	41
	Tarifas porcentuales de los principales productos financieros del Banco Privado Unibanco, y de las Cooperativas de ahorro y crédito 23	
Tabla 20	de julio, 29 de octubre, Alianza del valle, Andalucía	42
	Tarifas porcentuales de los principales productos financieros de las Cooperativas de ahorro y crédito Atuntaqui, Cacpeco, Ambato,	
Tabla 21	Codesarrollo, Coopad	42
	Tarifas porcentuales de los principales productos financieros de las Cooperativas de ahorro y crédito Coopccp, Coprogreso, Cotocollao, El	
Tabla 22	Sagrario, Pablo Muñoz Vega	43
	Tarifas porcentuales de los principales productos financieros de las Cooperativas de ahorro y crédito Riobamba, San Francisco de Asís,	
Tabla 23	Santa Rosa, y de las Mutualistas Imbabura y Pichincha	43
	Tarifas porcentuales de los principales productos financieros de las Sociedades Financieras Diners club, Leasing corp, Unifinza, Vazcorp,	
Tabla 24	y de los Bancos Públicos BEV, BNF, CFN	44
	Tarifas porcentuales de los principales servicios financieros de los Bancos Privados Amazonas, Austro, Bolivariano, Capital, Citibank y	
Tabla 25	Cofiec	44
	Tarifas porcentuales de los principales servicios financieros de los Bancos Privados Del Bank, Finca, Rumiñahui, Guayaquil, Internacional	

Tabla 26	y Litoral	45
	Tarifas porcentuales de los principales servicios financieros de los Bancos Privados Loja, Machala, Pacífico, Pichincha, Procredit y	
Tabla 27	Produbanco	45
	Tarifas porcentuales de los principales servicios financieros de los Bancos Privados Proamerica, Solidario, Sudamericano, Unibanco	
Tabla 28	y de las Cooperativas de ahorro y crédito 23 de julio y 29 de octubre	46
	Tarifas porcentuales de los principales servicios financieros de las Cooperativas de ahorro y crédito Alianza del valle, Andalucía,	
Tabla 29	Atuntaqui, Capceco, Ambato y Codesarrollo	46
	Tarifas porcentuales de los principales servicios financieros de las Cooperativas de ahorro y crédito Coopad, Coopcco, Coprogreso,	
Tabla 30	Cotocollao, El Sagrario, Pablo Muñoz Vega	47
	Tarifas porcentuales de los principales servicios financieros de las Cooperativas de ahorro y crédito Ambato, San Francisco de Asís, Santa Rosa; de las Mutualista Imbabura, Pichincha y de la Sociedad Financiera	
Tabla 31	Diners Club	47
	Tarifas porcentuales de los principales servicios financieros de las Sociedades Financieras Leasing Corp, Unifinsa, Vazcorp y del Banco	
Tabla 32	Público BEV	48
	Tarifas prestación de los productos financieros por subsistema de las instituciones financieras reguladas por la Superintendencia de bancos y	

Tabla 33	seguros	48
	Tarifas por prestación de los servicios financieros por subsistema de las instituciones financieras reguladas por la Superintendencia de	
Tabla 34	bancos y seguros	49
Tabla 35	Edad de los encuestados en la investigación de mercado	51
Tabla 36	Género de los encuestados en la investigación de mercado	52
	Nivel de instrucción de los encuestados en la investigación de	
Tabla 37	Mercado	52
Tabla 38	Situación Laboral de los encuestados en la investigación de mercado	53
	Cuenta de correo electrónico de los encuestados en la investigación de	
Tabla 39	mercado	54
	Razón para tener cuenta de correo electrónico de los encuestados	
Tabla 40	en la investigación de mercado	55
	Cuenta en red social de los encuestados en la investigación de	
Tabla 41	mercado	56
	Razón para tener cuenta en red social de los encuestados en la	
Tabla 42	investigación de mercado	57
	Preferencia de Banco 1 de los encuestados en la investigación de	
Tabla 43	mercado	59
	Preferencia de Banco 2 de los encuestados en la investigación de	
Tabla 44	mercado	60

Tabla 45	Preferencia de la Cooperativa 1 de los encuestados en la investigación de mercado	61
Tabla 46	Preferencia de Mutualista de los encuestados en la investigación de mercado	62
Tabla 47	Preferencia de Banco Público de los encuestados en la investigación de mercado	63
Tabla 48	Preferencia de las Sociedades Financieras de los encuestados en la investigación de mercado	64
Tabla 49	Prioridad del producto financiero de Banco Pichincha de los encuestados en la investigación de mercado	66
Tabla 50	Prioridad del producto financiero del banco 2 de los encuestados en la investigación de mercado	67
Tabla 51	Prioridad del producto financiero 1 de las Cooperativas de los encuestados en la investigación de mercado	68
Tabla 52	Prioridad del producto financiero en Mutualistas de los encuestados en la investigación de mercado	69
Tabla 53	Prioridad del producto financiero en Bancos Públicos de los encuestados en la investigación de mercado	70
Tabla 54	Prioridad del producto financiero en Sociedades Financieras de los encuestados en la investigación de mercado	71
Tabla 55	Prioridad del servicio financiero de Banco Pichincha de los encuestados en la investigación de mercado	72

	Prioridad del servicio financiero Banco 2 de los encuestados en la	
Tabla 56	en la investigación de mercado	73
	Prioridad del servicio financiero 1 de la Cooperativa de los encuestados	
Tabla 57	en la investigación de mercado	74
	Prioridad del servicio financiero de la Mutualista de los encuestados	
Tabla 58	en la investigación de mercado	75
	Prioridad del servicio financiero en Bancos Públicos de los encuestados	
Tabla 59	en la investigación de mercado	76
	Prioridad del servicio financiero en Sociedades Financieras de los	
Tabla 60	encuestados en la investigación de mercado	77
	Canal de comunicación Banco Pichincha de los encuestados	
Tabla 61	en la investigación de mercado	78
	Canal de comunicación con otros Bancos de los encuestados en la	
Tabla 62	investigación de mercado	79
	Canal de comunicación 1 de las Cooperativas de los encuestados	
Tabla 63	en la investigación de mercado	80
	Canal de comunicación de las Mutualistas de los encuestados	
Tabla 64	en la investigación de mercado	81
	Canal de comunicación de Bancos Públicos de los encuestados	
Tabla 65	en la investigación de mercado	82
	Canal de comunicación de las Sociedades Financieras de los	
Tabla 66	encuestados en la investigación de mercado	83

	Valoración del servicio al cliente Banco Pichincha de los encuestados	
Tabla 67	en la investigación de mercado	85
	Mejoras Banco Pichincha de los encuestados en la investigación	
Tabla 68	de mercado	86
	Razón para ser cliente Banco Pichincha de los encuestados en la	
Tabla 69	investigación de mercado	87
	Tiempo de cliente Banco Pichincha de los encuestados en la	
Tabla 70	investigación de mercado	88
	Valoración del servicio al cliente Banco 2 de los encuestados en la	
Tabla 71	investigación de mercado	89
	Mejora del banco 2 de los encuestados en la investigación de	
Tabla 72	de mercado	90
	Razón para ser cliente Banco 2 de los encuestados en la	
Tabla 73	investigación de mercado	91
	Tiempo de cliente Banco 2 de los encuestados en la investigación	
Tabla 74	de mercado	92
	Valoración del servicio al cliente de la Cooperativa de los encuestados	
Tabla 75	en la investigación de mercado	93
	Mejora de las Cooperativas de los encuestados en la investigación de	
Tabla 76	mercado	94
	Razón para ser cliente de las Cooperativas de los encuestados en la	
Tabla 77	investigación de mercado	95

Tabla 78	Tiempo de cliente de las Cooperativas de los encuestados en la investigación de mercado	96
Tabla 79	Valoración del servicio al cliente de las Mutualistas de los encuestados en la investigación de mercado	97
Tabla 80	Mejoras de las Mutualistas de los encuestados en la investigación de mercado	98
Tabla 81	Razón para ser cliente de las Mutualistas de los encuestados en la investigación de mercado	99
Tabla 82	Tiempo de clientes de las Mutualistas de los encuestados en la investigación de mercado	100
Tabla 83	Valoración del servicio en Banco Público de los encuestados en la investigación de mercado	101
Tabla 84	Mejoras en Banco Público de los encuestados en la investigación de mercado	102
Tabla 85	Razón para ser cliente de Banco Público de los encuestados en la investigación de mercado	103
Tabla 86	Tiempo de ser cliente de Banco Público de los encuestados en la investigación de mercado	104
Tabla 87	Valoración del servicio al cliente en Sociedades Financieras de los encuestados en la investigación de mercado	105
Tabla 88	Mejoras en las Sociedades Financieras de los encuestados en la investigación de mercado	106

	Razón para ser cliente en Sociedades Financieras de los encuestados	
Tabla 89	en la investigación de mercado	107
	Tiempo de ser cliente en Sociedades Financieras de los encuestados	
Tabla 90	en la investigación de mercado	

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación muestra a la banca ecuatoriana con una serie de aspectos fundamentales que se tomarán en cuenta para la mejora del uso de productos y servicios financieros. Hemos visto como la crisis bancaria, la dolarización, las regularizaciones y el desarrollo de la tecnología impactan al sector bancario y a los clientes, los mismos que ahora se vuelven más exigentes y que de una manera veloz, pueden cambiar de entidad financiera.

En el capítulo I se hace una revisión de la Ley general de instituciones financieras, la estructura del sistema financiero ecuatoriano, bancos privados, cooperativas, mutualistas, sociedades financieras y banca pública; y revisamos las tendencias actuales de productos y servicios financieros.

En el capítulo II se analiza la situación del sistema financiero ecuatoriano, en el cantón Quito enfocado por tipo de depósitos y por subsistema tanto en captaciones como en colocaciones, y se describirán los productos, servicios y costos financieros de las IFI's.

El capítulo III está enfocado a las preferencias de productos y servicios financieros, en el mismo, se llevará a cabo el análisis de las IFI's en base a las encuestas realizadas, así como también a la investigación por medio de la observación, con este capítulo concluimos nuestro trabajo y en base a los resultados obtenidos realizamos las conclusiones con sus recomendaciones.

El presente proyecto es una herramienta de apoyo a las entidades financieras, las cuales podrán evidenciar lo que el cliente necesita y con estos datos tratar de mejorar en los productos y servicios.

CAPITULO I

El sistema financiero ecuatoriano: Breve descripción y caracterización.

Introducción

Los bancos y las sociedades financieras, se caracterizan principalmente por servir de intermediarios en el mercado financiero, en el cual se desenvuelven como ofertantes para captar recursos del público, con el objeto de canalizarlos, total o parcialmente, en operaciones de crédito o inversión. La actividad vital de toda institución financiera, es colocar recursos (propios o de terceros) hacia sectores que lo requieran, con el fin de obtener un adecuado margen de rentabilidad.

En este proyecto de investigación académica se investigará las preferencias en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones del sistema financiero regulado ecuatoriano, año 2011; mediante la gama de productos y servicios que ofrecen las instituciones financieras públicas y privadas.

El capítulo I trata de todo lo relacionado con los aspectos conceptuales desde la Ley general de las Instituciones Financieras en el Ecuador, que es el Sistema Financiero, su estructura, definiciones, características, estadísticas, cobertura, productos y servicios; revisando las tendencias de productos y servicios financieros, la importancia de las tecnologías, los canales de provisión y los retos futuros de estos en el Ecuador.

Objetivo General:

Conocer el grado de preferencia en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las entidades financieras ecuatorianas reguladas por la Superintendencia de Bancos.

Objetivos Específicos:

1. Identificar la composición del sistema financiero ecuatoriano.
2. Determinar los factores que influyen en el cliente en el uso de productos/servicios financieros que ofrecen las IFI's reguladas en el país.
3. Evaluar la calidad de los servicios y productos financieros y la atención al cliente.

1.1 Ley general de instituciones financieras

1.1.1 Definición

“Esta Ley 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.

Las instituciones financieras públicas, las compañías de seguros y de reaseguros se rigen por sus propias leyes en lo relativo a su creación, actividades, funcionamiento y organización.

Las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda, las cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público, así como las instituciones de servicios financieros, entendiéndose por esta a los almacenes generales de depósito, compañías de arrendamiento mercantil, compañías emisoras o administradoras de tarjetas de crédito, casa de cambio, corporaciones de garantía y retro garantía, corporaciones de desarrollo de mercado secundario de hipotecas, que deberán tener como objetivo social exclusivo la realización de las actividades,

quedarán sometidas a la aplicación de normas de solvencia y prudencia financiera y al control que realiza la Superintendencia de Bancos dentro del marco legal que regula a dichas instituciones, sobre la base de las normas que expida para el efecto”¹.

En resumen la ley de Instituciones financieras trata cuatro grandes temas:

- Ámbito de la ley, forma de creación, organización, actividades y funcionamiento de una institución financiera.
- Patrimonio de las instituciones financieras con su capital, reservas. contabilización de utilidades y forma de reparto.
- La operatividad de las instituciones del sistema financiero.
- Regularización de las instituciones financieras.

Ley que regula:

- Creación
- Organización
- Actividades
- Funcionamiento
- Extinción

De las Instituciones Públicas, Privadas y la Organización de la Superintendencia de Bancos; y también de:

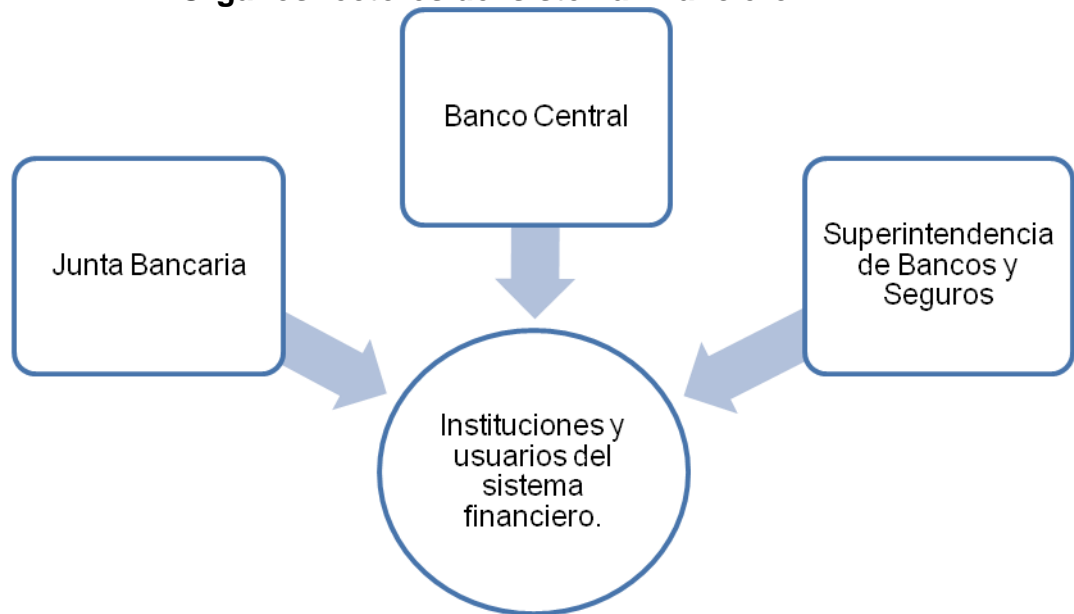
- Compañías de seguros y reaseguros.
- Asociación de mutualista de ahorro y crédito para la vivienda.
- Cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público.

¹ Superintendencia de Bancos y Seguros el Ecuador, Codificación publicada en el registro oficial N° 250 del 23 de enero de 2011
www.superban.gov.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/Ley_gral_inst_sist_financiero_jun_2011.pdf

- Instituciones de servicios financieros (Almacenes de depósitos, Compañías de arrendamiento mercantil, compañías emisoras o administradoras de tarjetas de crédito, casas de cambio, corporaciones de garantía y retro garantía, corporaciones de desarrollo de mercado secundario de hipotecas.
- Las compañías de seguros y reaseguros se someterán a la ley a lo referente a la aplicación de las normas de solvencia y prudencia financiera y control y vigilancia que ejerce la Superintendencia de Bancos.

1.1.2 Órganos rectores del sistema financiero

Gráfico 1
Órganos rectores del sistema financiero



Fuente de Consulta: Guía UTPL Legislación monetaria y bancaria.
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Banco Central del Ecuador

Jurídicamente y constitucionalmente es la persona jurídica de derecho público con autonomía técnica y administrativa, tendrá como funciones establecer, controlar y

aplicar las políticas monetarias, financiera, crediticia y cambiaria del estado y como objetivo velar por la estabilidad de la moneda.

Superintendencia de Bancos y Seguros

La Superintendencia, es un organismo técnico con autonomía administrativa, económica, financiera y personería jurídica de derecho público, está dirigida y representada por el Superintendente de Bancos. Tiene a su cargo la vigilancia y control de las instituciones del sistema financiero público y privado, así como de las compañías de seguros y reaseguros, determinados en la Constitución y en la Ley.

Junta Bancaria

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

1.1.3 Alcance y regulaciones

Banco Central del Ecuador

- a. Brazo ejecutor de la política monetaria, financiera, cambiaria y crediticia.
- b. Instrumenta y vuelve operativa dicha política.
- c. Organismo ejecutor.

- d. El gerente general del BCE será nombrado por el Directorio del BCE por un período de cuatro años.

Estas son las principales funciones de este organismo ya que anteriormente su función principal era la emisión de la moneda, pero luego de la dolarización dentro de nuestro país, este se ha quedado sin la facultad para realizar dicha función y únicamente se encarga del control para supervisar el funcionamiento correcto.

Superintendencia de Bancos y Seguros.

Sus principales funciones son las siguientes:

- a. Elabora, planifica e instrumenta las políticas de control de las actividades del sistema financiero.
- b. Regula, supervisa y sanciona las transgresiones de la Ley.
- c. Pone en conocimiento de las autoridades competentes los ilícitos financieros.

Junta Bancaria

Entre sus funciones principales están las siguientes:

- a. “Formular la política de control y supervisión, aprobar las modificaciones del nivel requerido de patrimonio técnico y las ponderaciones de los activos de riesgo y pronunciarse sobre el establecimiento y liquidación de las instituciones financieras, así como de la remoción de sus administradores;

- b. Resolver los casos no consultados en esta Ley, así como las dudas en cuanto al carácter bancario y financiero de las operaciones y actividades que realicen las instituciones financieras y dictar las resoluciones de carácter general para la aplicación de esta Ley;
- c. Determinar las operaciones y servicios no señalados expresamente en esta Ley que sean compatibles con las actividades de las instituciones financieras;
- d. Resolver los recursos de revisión de orcen administrativo planteados antes este órgano;
- e. Aprobar el presupuesto y la escala de remuneraciones del personal de la Superintendencia; y,
- f. Conocer la memoria que elabore el Superintendente en forma previa a su remisión al Congreso Nacional”²

1.2 Estructura sistema financiero ecuatoriano

1.2.1 Banca Privada

1.2.1.1 Definiciones básicas

Los Bancos Privados son Instituciones que realizan labores de intermediación financiera, recibiendo dinero de unos agentes económicos (depósitos), para darlo en préstamo a otros agentes económicos (crédito).

² Superintendencia de Banco y Seguros del Ecuador, Codificación publicada en el registro oficial N° 250 de 23 de enero de 2001

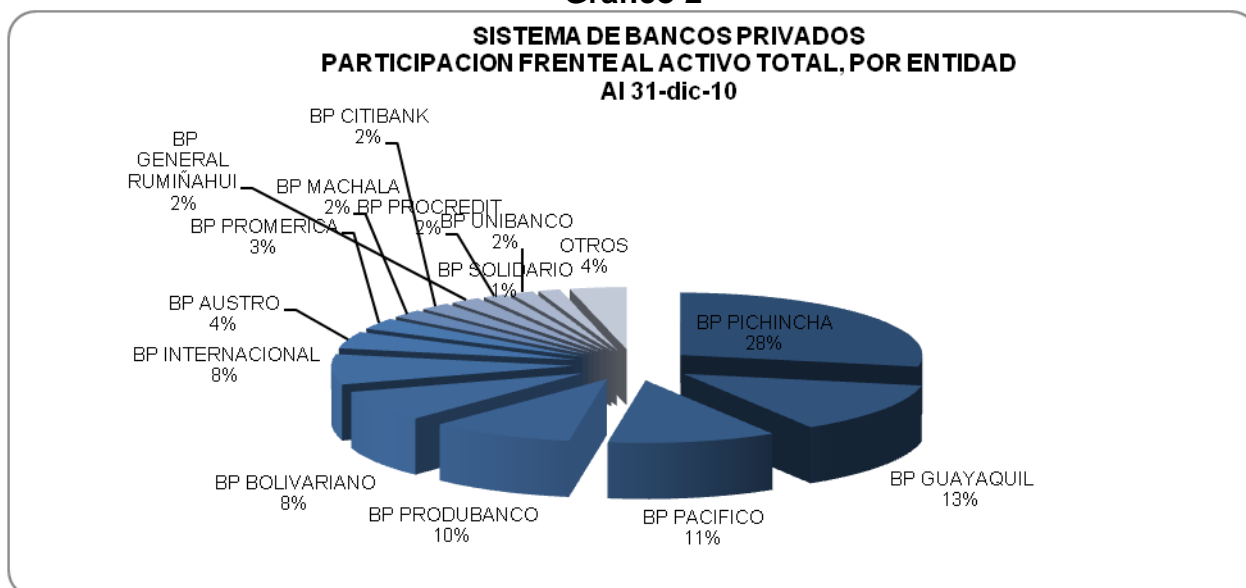
www.superban.gov.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/Ley_gral_inst_sist_financiero_jun_2011.pdf

“Los Bancos Privados son aquellos que conforman el subconjunto más importante del sistema financiero privado nacional, estas instituciones están encargadas de captar recursos de capital de un sector que tiene déficit, para luego transferirlo a un sector productivo, es decir transfieren valores que han sido depositados por personas que no lo necesitan por el momento, a otra parte de la sociedad que necesita de esos recursos económicos para iniciar una actividad económicamente productiva”³

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

La banca ecuatoriana está conformada por 25 bancos privados, “la cobertura promedio de los 100 mayores depositantes de la Banca privada ascendió a 127,64% para marzo de 2011, ello significó un incremento de 7,28 puntos porcentuales respecto al índice alcanzado a febrero pasado; destacándose de esta manera que la liquidez del sistema Bancario es superior en 1,27 veces respecto a los depósitos de los 100 mayores depositantes; y 4 bancos públicos”⁴

Gráfico 2



³ Repositorio digital de la Universidad Politécnica Salesiana
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/86/6/CAPITULO%20I.pdf> p.12.

⁴ Boletín informativo de la asociación de bancos privados en el Ecuador, noviembre de 2010
http://www.asobancos.org.ec/inf_macro/Evoluci%C3%B3n%20de%20la%20Banca%20Noviembre%202010.pdf

1.2.1.3 Productos y servicios

“De acuerdo al artículo 51 de la ley de Instituciones del Sistema Financiero, pueden efectuar operaciones tales como captaciones: depósitos a la vista, depósitos a plazo, emisión de títulos Valores, recepción de préstamos y aceptación de créditos de instituciones de financieras del país y del exterior”⁵

Entre los productos y servicios tenemos los siguientes:

- Cuentas de ahorros
- Cuentas corrientes
- Depósitos a plazo
- Tarjetas de crédito
- Inversiones
- Seguros
- Certificación de Cheques
- Cobros
 - Recaudación de Agua, Luz, Teléfonos
 - Recaudación de Aportes Patronales
 - Recaudación de Escuelas, Colegios y Universidades
 - Recaudación de Impuestos Fiscales
 - Recaudación de Matriculación Vehicular
 - Cobro de lotería
 - Cobros de servicios de Internet, televisión pagada
 - Telefonía celular
 - Otras órdenes de cobros
- Pagos

⁵ Superintendencia de Banco y Seguros del Ecuador, Codificación publicada en el registro oficial N° 250 de 23 de enero de 2001
www.superban.gov.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/Ley_gral_inst_sist_financiero_jun_2011.pdf

- Pago a proveedores
- Pago de nómina
- Pago a accionistas
- Pagos a jubilados
- Pagos interbancarios
- Otras órdenes de pagos
- Cheques de Gerencia o Exterior
- Transferencias a cuentas propias
- Transferencias a cuentas de terceros
- Transferencias al Exterior
- Transportación de Valores
- Western Unión
- Tarjeta de Débito
- Créditos de Consumo e Hipotecarios.
- Giros y Cambio
- Servicios Empresariales
- Cartas de Garantía
- Leasing
- Comercio Exterior
- Cajeros Automáticos - BANRED
- Servicios y pagos por internet
- Banca Virtual y Comercio Electrónico
- Pagos de Servicios Públicos y Privados

1.2.2 Cooperativismo

1.2.2.1 Definiciones Básicas

La cooperativa es una asociación de personas unidas voluntariamente para formar una empresa colectiva cuyas decisiones son tomadas democráticamente por sus miembros.

Sus fines pueden ser muy variados, pero el principio básico consiste en que el beneficio que se obtiene para los miembros es mayor en conjunto, a través de la empresa formada, que si cada miembro gestionara su necesidad por sí solo.

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

“Es de indicar que durante el proceso de crisis del sistema financiero, las cooperativas de ahorro y crédito, salieron relativamente fortalecidas y se convirtieron en un mecanismo de ahorro y crédito para los sectores de más bajos ingresos de la población”⁶

El cooperativismo en el Ecuador empieza con las llamadas “mingas” que se dio cuando vinieron los Incas; la minga es convocada a los miembros de una comunidad para obtener un beneficio mutuo, como apertura de zanjas, colocación de tubería, crear canales de riego, etc.

El (ayllu) refleja las demostraciones de cooperativismo, pues se realizan actividades conjuntas en beneficio de sus habitantes y también como culto al dios sol. En la colonia los indios se unen para defender sus tierras y se forman las comunidades campesinas que tienen terrenos comunales.

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

1. Última década del siglo XIX creándose en Quito y Guayaquil una serie de organizaciones artesanales.

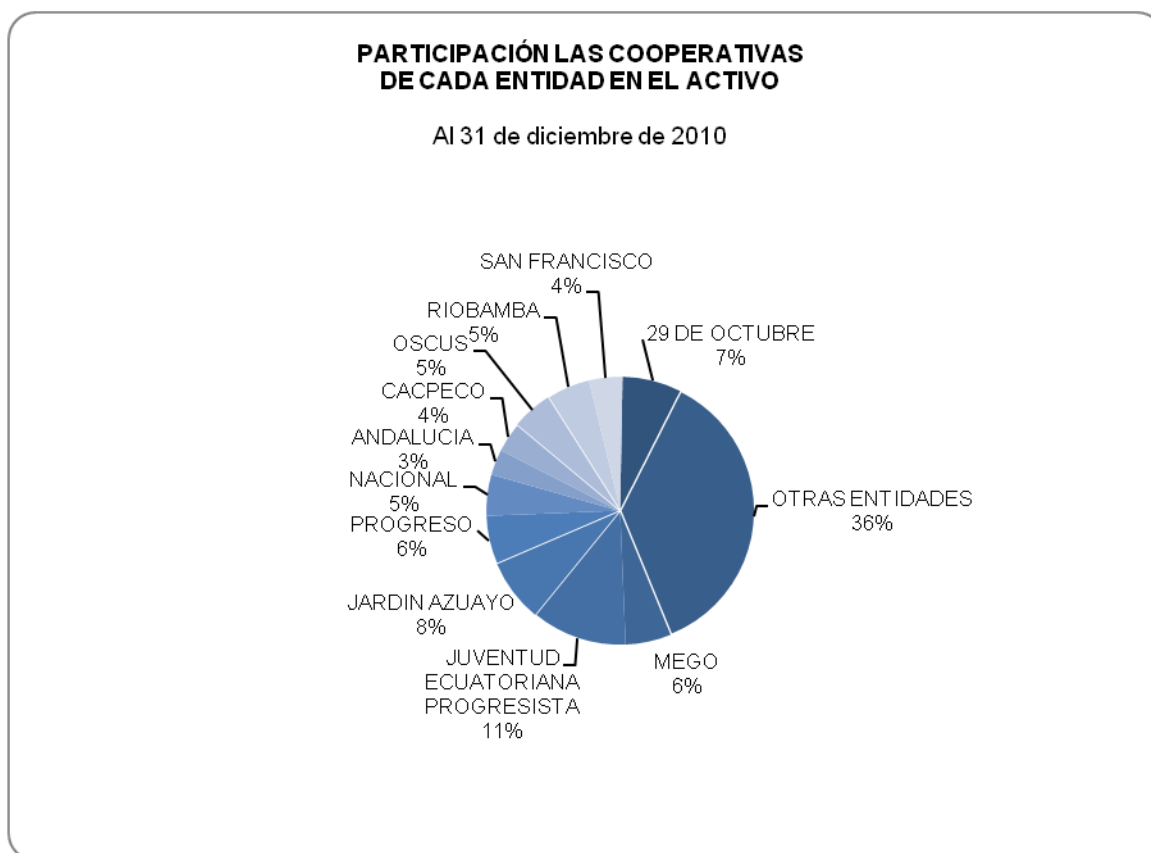
⁶ Vásquez S, Lola & Saltos G, Napoleón. (2010-2011) Ecuador su realidad. Fundación José Peralta, p. 266

2. La segunda a partir de 1937 donde se dicta la primera ley de cooperativas para dar mayor organización a los movimientos campesinos.

3. A mediados de los años sesenta con la Ley de la Reforma Agraria (1964) y la nueva Ley de Cooperativas (1966).

El Ecuador tiene 38 cooperativas de ahorro y crédito reguladas por la Superintendencia de Bancos y seguros.

Gráfico 3



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador
Elaborado por: Subdirección de Estadísticas

1.2.2.3 Productos y servicios

Entre los productos y servicios tenemos los siguientes:

- Ahorro
- Ahorro planificado
- Cuenta de ahorro a la vista
- Inversiones a plazo fijo
- Crédito
- Consumo
- Microcrédito
- Servicios
- Tarjeta de débito
- Transferencias
- Manejo de nómina
- Pago de pensiones

1.2.3 Mutualismo

1.2.3.1 Definiciones Básicas

“Las mutualistas son instituciones financieras de carácter privado, las mismas fueron creadas con la finalidad de captar el ahorro del público, para luego destinarlo al crédito para vivienda, con lo cual se pretende que los beneficiarios puedan construir su propia vivienda, este tipo de crédito en los últimos años ha tenido un crecimiento muy significativo dentro de nuestro país, lo cual se debe principalmente a la facilidad de financiamiento a largo plazo que estas otorgan a sus clientes.

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

- Realizar negociaciones sobre títulos valores.

- Llevar a cabo operaciones con divisas por cuenta propia o de terceras personas”⁷

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

El 1ro de noviembre de 1961 se crea la Asociación Mutualista de Ahorro y Crédito para la Vivienda Pichincha, con el objeto de incentivar el ahorro en la población Ecuatoriana para la consecución de una vivienda, siendo la primera entidad mutual en el país.

Fue creada como una entidad privada, bajo la ley del Banco Ecuatoriano de la Vivienda y Mutualistas, con sus propios reglamentos y estatutos.

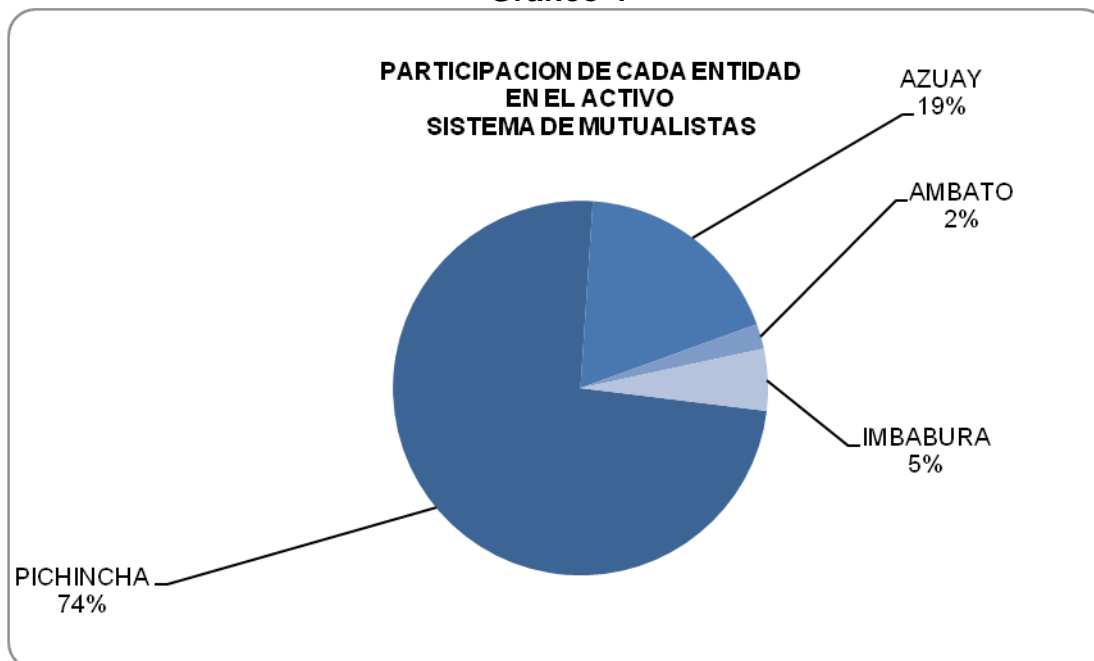
A partir del 12 de mayo de 1994, se rige por la Ley General de Instituciones del sistema Financiero.

En el Ecuador existen mutualistas grandes, medianas y pequeñas:

- Mutualista Pichincha
- Mutualista Azuay
- Mutualista Ambato
- Mutualista Imbabura

⁷ Repositorio digital de la Universidad Politécnica Salesiana
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/86/6/CAPITULO%20I.pdf> p.13.

Gráfico 4



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador
Elaborado por: Subdirección de Estadísticas

En el Ecuador hay 4 mutualistas, las mismas que están sometidas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Bancos y normas de solvencia y prudencia financiera y de contabilidad, que dispongan la Ley y la Superintendencia.

1.2.3.3 Productos y servicios

Entre los productos y servicios tenemos los siguientes:

- Ahorros: tradicional, programado y constructivo
- Inversiones
- Crédito: hipotecario , oportuno, automotriz
- Tarjetas de crédito
- Seguros

1.2.4 La banca pública

1.2.4.1 Definiciones Básicas

Son bancos cuyo capital es otorgado por el estado. Las instituciones públicas se rigen por sus propias leyes básicamente lo relacionado a su creación, el detalle de sus actividades, su financiamiento, etc.

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

“El Estado es un actor importante en el sistema financiero no solo a través de la política monetaria y política crediticia, sino también a través de la banca pública de desarrollo y de las instituciones financieras del sector público”⁸

La banca pública en el Ecuador está controlada por la Superintendencia de Bancos.

Gráfico 5



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador
Elaborado por: Subdirección de Estadísticas

⁸ Vásquez S, Lola & Saltos G, Napoleón. (2010-2011) Ecuador su realidad. Fundación José Peralta, p.267

Las entidades públicas son las siguientes:

- Banco Central del Ecuador
- Banco del Estado
- Banco Nacional de Fomento
- Banco Ecuatoriano de la Vivienda
- Corporación Financiera Nacional
- Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas.
- Fondo de solidaridad.
- BIESS

1.2.4.3 Productos y servicios

Entre los productos y servicios tenemos los siguientes:

- Inversiones sector público.
- Sistema de pagos interbancarios.
- Sistemas de cobros interbancarios.
- Sistemas de pago en línea.
- Sistemas de pago sector público.
- Crédito directo.
- Capital de trabajo.
- Crédito automotriz.
- Multisectoriales.
- Dicomex: Financiamientos de importación, exportación y factoring internacional nacional y cadena de valor.
- Negocios fiduciarios.
- Fondo de garantías.
- Fomento productivo.
- Asistencia técnica.
- Inversión y pre-inversión

- Cuentas de Ahorro
- Cuentas Corrientes
- Créditos de Consumo e Hipotecarios
- Inversiones
- Servicios para el cliente
- Giros y Cambio
- Servicios Empresariales
- Cobros y Pagos
- Cartas de Garantía
- Leasing
- Comercio Exterior
- Cajeros Automáticos – BANRED
- Servicios y pagos por internet
- Transferencias nacionales e internacionales
- Banca Virtual y Comercio Electrónico
- Pagos de Servicios Públicos y Privados

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.

En la actualidad los clientes de la banca van cada día accediendo a los servicios que ofrecen las entidades financieras y cada día solicitan una mejor atención rapidez y seguridad; lo que también causa que los clientes ya no tengan fidelidad a una entidad en especial y sean más exigentes ya que si no satisfacen sus necesidades cambiar de entidad por la que mejor se ajuste a sus necesidades.

La web 2.0 se enfoca a los usuarios sin ellos no existiría, es una actitud no una tecnología, las entidades financieras deben desarrollar nuevos productos y servicios;

deben ser cautelosos en su reputación ya que fácilmente pueden transmitirse noticias que pueden dañar su imagen, además deben cuidar la calidad y precio de sus servicios debido a que los usuarios ahora ya pueden comparar y pueden rápidamente cambiar de banco.

Con la tecnología el día de hoy ya se realizan transacciones mediante la web, como transferencias, consultas, pagos, solicitudes, estados de cuenta, etc.

Todo esto ha mejorado los servicios a los clientes los cuales ya muchas veces no necesitan el dinero físicamente, además pueden los bancos realizar promociones, campañas de información donde pueden llegar al cliente más rápidamente y de una forma menos costosa que con los medios tradicionales.

Por otro lado las instituciones financieras tienen mayor información de sus clientes y de sus movimientos; información que les permite dar un mejor el servicio, medir el riesgo y comercializar sus productos enfocando a las diferentes clases de clientes.

Las Instituciones Financieras en el Ecuador, enfrentan numerosos desafíos, incluyendo la necesidad de aumentar la eficiencia operativa, mejorar y expandir las ofertas de productos, mejorar el nivel de servicio y las relaciones con el cliente, bajar costos por unidad, aumentar la productividad y asegurar el cumplimiento de reglamentaciones.

En los últimos años, la asimilación de la tecnología en las Instituciones Financieras en el Ecuador ha provocado una transformación radical e irreversible de la sociedad civil. Las Instituciones Financieras y organizaciones de servicios en este empeño alcanzan un papel fundamental en la optimización de sus procesos y el mejoramiento de la rentabilidad han llegado a la implementación de los llamados portales y sus evoluciones especializadas en las intranets y extranets.

El mundo está cambiando a velocidad de vértigo. Las comunidades virtuales son ya una realidad incuestionable que está siendo aprovechada por algunas empresas de servicios (y también por algunos bancos) como una oportunidad de negocio. “La Web 2.0, es el término con el que se agrupa a la nueva generación de sitios web como: You Tube, Flickr y Picasa, Wikipedia, Blogs, WIKIS, Social NetWorks Services, Social Bookmarking; el usuario Web 2.0 tiene un rol como actor principal, es participativo, cooperativo y colaborativo, busca espacios de sociabilidad, divulgan muchas más informaciones y opiniones y no tienen miedo de probar aplicaciones nuevas e innovadoras”⁹

Los bancos deben adaptarse a la nueva era de la comunicación y ofrecer nuevos productos y servicios; entre los principales problemas que la banca presenta es que están interesados en ventas mas no en relacionarse con sus clientes, otra causa es la falta de conocimiento de estas herramientas.

1.3.2 Canales de provisión de servicios financieros

Hay varios canales donde la banca ofrece sus servicios financieros:

- ATM: Red de cajeros automáticos.
- Sucursales bancarias: Oficinas de extensión de las entidades financieras siguen siendo el canal principal.
- Banca por internet: Entre los canales de provisión de servicios financieros se encuentra el canal de internet, mediante este canal se redujo costos de personal y alquileres siendo la causa más importante que los bancos tomaron en cuenta; permitiendo a los clientes realizar operaciones por ejemplo de compra y venta de valores transformando a los clientes en usuarios de la banca electrónica.

⁹ Banca electrónica en línea, internet, mobile banking, Web 2.0 y bancarización, p.5. s.f.
<http://www.slideshare.net/traverso/ebanking-y-la-web-20>

- Banca telefónica, celular: Servicios de consulta por teléfonos convencionales o mediante celulares, es un servicio gratuito que le permite al cliente realizar cómodamente operaciones con una simple llamada telefónica.
- Corresponsales no bancarios: Por ejemplo el banco del barrio del Banco de Guayaquil.

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

Para el futuro la banca debe mejorar cada vez más sus servicios tratar de llegar a la mayoría de la población, para fortalecer el sistema y obtener mayores recursos para que la población pueda utilizar servicios obteniendo mayor agilidad en trámites que antes exigían mayor tiempo.

La mayor parte de las empresas medianas, pequeñas y microempresas necesitan obtener servicios que les ayuden a financiar sus actividades productivas; se ha dado impulso al microcrédito ayudando al acceso de estos recursos.

En los períodos de Diciembre 2008 a Diciembre 2010 los índices de bancarización en el Ecuador subieron en 6.08 puntos (fuente Superintendencia de Bancos), este incremento se detectó en el sistema bancario privado, cooperativas mientras que en la banca pública disminuyó.

Los bancos han trabajado duro para llegar a masificar sus servicios pese a este esfuerzo falta todavía, pero hay que encontrar nuevas políticas que estimulen el crecimiento, hoy en día existen sucursales, y corresponsales no bancarios en todo el Ecuador, mediante el internet y el celular los servicios se han mejorado; la banca sigue desarrollando productos y servicios que antes no existían en el país, siendo una de las más importantes la banca electrónica, pero debido a los límites y controles a las tasas de interés y a las tarifas de los servicios financieros no han podido.

El país ha mostrado avances en estos últimos años en materia del acceso a servicios financieros, pero queda un largo camino por recorrer para lograr alcanzar una verdadera inclusión financiera. Entre los retos futuros de los productos y servicios podemos nombrar:

- La banca móvil
- Simplificar los procesos, hacerlos más dinámicos y efectivos
- Desarrollo de la banca virtual y de los servicios tecnológicos

CAPITULO II

Análisis situacional del sistema financiero ecuatoriano.

Una perspectiva desde la oferta por plaza.

Introducción

El sistema financiero ecuatoriano según datos proporcionados por la superintendencia de bancos menciona que en los últimos años ha existido un incremento notable en los índices de bancarización, especialmente en la sierra respecto a las otras regiones del país, entre los factores que influyó en este incremento se encuentra el desempeño del subsistema de bancos, seguido por el subsistema de cooperativas.

Las magnitudes que se toman en cuenta para medir el comportamiento son la bancarización, profundización financiera (cartera de crédito y de depósitos) y la densidad financiera:

- **Bancarización:** Medición de productos y servicios financieros. Relación entre el número de depositantes respecto al total de la población económicamente activa.
- **Profundización financiera:** Grado de penetración de los servicios financieros en una economía. Relación entre depósitos y créditos respecto al PIB.
- **Densidad financiera:** Número de puntos de atención financiera existentes por cada cierto número de habitantes.

“El incremento en los niveles de eficiencia en los últimos años, ha permitido a la Banca mejorar su margen de operación financiera. En el mes de abril de 2011, el índice que relaciona los gastos operacionales y los recursos captados fue del 2,04%, es decir, 0,06 puntos porcentuales inferior al obtenido en el mismo período de 2010. Si analizamos los últimos cinco años, esta relación ha mejorado en un 20,31% denotando que la

calidad de gestión de la banca va en aumento a favor del desarrollo financiero nacional; lo que le ha permitido incursionar en más y nuevos productos para ofrecer a sus clientes”¹⁰

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

Plaza:

- Quito

Subsistemas:

- Banca Pública
- Banca Privada
- Cooperativas
- Mutualistas
- Sociedades Financieras

Ecuador es un mercado relativamente pequeño, en el que compiten más de un centenar de entidades, que incluyen a bancos privados, banca pública, mutualistas, cooperativas de crédito y sociedades financieras.

Análisis de captaciones:

El año 2010 se caracterizó por un incremento en la intermediación financiera resultado del crecimiento sostenido de los depósitos, y de una reducción de la morosidad de los créditos vencidos, lo que permitió aumentar la cartera de crédito generando un incremento en las utilidades del sistema financiero.

¹⁰ Superintendencia de Banco y Seguros del Ecuador, <http://www.sbs.gob.ec>

- La tasa de crecimiento de los depósitos se incremento paulatinamente durante todo el año 2010, pasando de un crecimiento anual de tan solo el 6% en enero del 2010 al registrar tasas de crecimiento alrededor del 29% a finales de año.
- El aumento en los depósitos se explica por la recuperación de la economía ecuatoriana; la que durante el 2009 apenas registro un crecimiento del PIB del 0.4% mientras que para el 2010 el crecimiento del PIB fue del 3.7%.
- El crecimiento económico no fue la única fuente de recursos para el sistema financiero, ya que durante 2010 se registró también un aumento en la cantidad de dinero que circula en el sistema, resultado de la política gubernamental de invertir la reserva de libre disponibilidad (RILD) en créditos de la banca pública. Esto provocó que los recursos ingresen a la economía y por tanto al sistema financiero privado.
- En lo que se refiere a las captaciones en Quito se observa una alta participación del sistema de banco privados en los depósitos totales. De esta forma los bancos privados representan el 85.1%, mientras que las cooperativas representan el 9.7%.
- El incremento en las captaciones se debe a que los hogares y las empresas desean mantener mayor seguridad, rentabilidad y servicios financieros por los depósitos que mantienen.
- En el año 2009 tuvo repercusiones en el sistema bancario los depósitos, arrastraron la tendencia decreciente que se presento desde finales del año 2008, por lo tanto las entidades bancarias tomaron una política conservadora donde mantuvieron sus posiciones de liquidez a través de la desaceleración de las colocaciones y mayor eficiencia en la recuperación de los créditos.

- En este mismo año hubo una reducción en los depósitos desde el Gobierno que dispuso que las instituciones públicas que forman parte del sector público financiero, solamente podrán invertir sus recursos en instituciones financieras públicas.
- El incremento de las captaciones se generó por la mayor confianza de las personas en el sistema financiero.

Análisis de colocaciones:

Al observar la composición de crédito por localidad, se encuentra que el boom de consumo se ha enfocado solo en ciertas plazas, las cuales en muchos casos ya muestran niveles de saturación; Quito es la plaza que mayor crecimiento recibe con el 37.6% del total nacional. La morosidad también tiene un porcentaje del 6.5% en relación a las otras plazas.

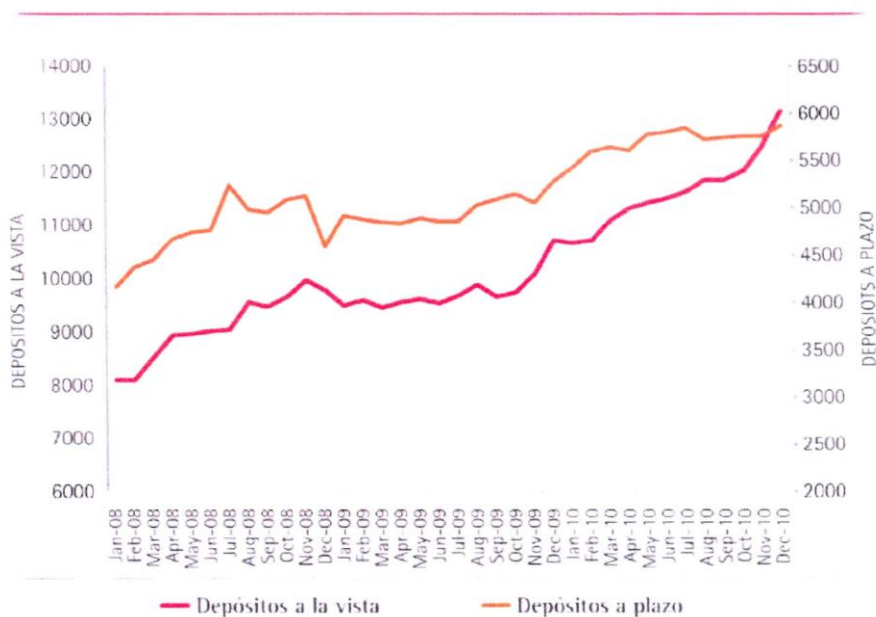
- La tasa de crecimiento de la cartera de crédito pasó de 6% de crecimiento anual en diciembre del 2009 al 21.4% a diciembre del 2010, lo que refleja la reactivación del crédito en la economía.
- El crecimiento de la cartera se enfocó básicamente en los productos de crédito de menor plazo y mayor rentabilidad.
- La cartera de consumo fue del 31.5% a diciembre del 2010 y la cartera de microfinanzas fue del 20% a diciembre del 2010.
- La cartera comercial era el producto más importante de la cartera de crédito y ahora la cartera de consumo ocupa el primer lugar.

- Los créditos comercial a diciembre del 2010 representaron el 36.5% de la cartera total y la cartera de consumo representó el 36.9% observando un aumento de la misma.
- Con la reducción de la morosidad se ha conseguido mejor la rentabilidad de las instituciones financieras; al igual que una disminución el riesgo de los dineros que se colocaron en el mercado.
- En el año 2010 se reactivan las operaciones y consecuentemente, la recuperación de los resultados de los integrantes del sistema bancario general.
- En el año 2009 se determina que a pesar de las reducciones de las tasas de interés, el ritmo de crecimiento de las colocaciones se detenga, debido a que las incertidumbres del entorno, incentivó al sector financiero a tomar políticas conservadoras que frenaron las colocaciones.
- En el año 2009, se experimenta la reducción de colocaciones, por consecuencia de factores coyunturales como la crisis financiera internacional que género un clima de incertidumbre.
- La cartera de crédito del sistema de bancos privados ascendió a 10.717.68 millones a Diciembre de 2010, mostrando un incremento del 21,14% en relación al año 2009, evidenciando de esta manera la reactivación del ritmo de las colocaciones del sector a medida que la crisis financiera del 2009 se ha ido superando.
- La cartera de vivienda, mostro un ligero incremento del 12,91% entre el año 2009 al año 2010.

- La cartera de vivienda como la de consumo muestran un comportamiento prácticamente estable.
- La cartera de microempresa, muestra un comportamiento singular ya que se constituye en el único segmento que a pesar de la crisis económica vivida durante el año 2009 no mostro un crecimiento de morosidad en ese año.

2.2 Evolutivo de captaciones

**Gráfico 6
EVOLUCIÓN DEPÓSITOS**



Fuente de Consulta: Revista Ekos negocios, No. 204 / abril 2011
Elaborado por: Revista Ekos negocios, No. 204 / abril 2011

Uno de los termómetros más importantes para medir la recuperación de la economía ecuatoriana es el incremento de los depósitos, ya que son un indicador natural de la cantidad de dinero que se maneja en la economía.

En Quito este índice se vio potenciado por la mejora productiva en cada uno de los sectores económicos, a demás por el retorno de la inversión pública a la dinamización de la economía.

2.2.1 Por tipo de depósito

Tabla 1

SISTEMA FINANCIERO LOCAL 2008-2010 Expresado en % y valores BANCA PRIVADA						
Tipo de cuentas	2008%	2008 valores	2009%	2009 valores	2010%	2010 valores
Ahorros	19.67%	1,149,382.90	7.98%	2,792,506.64	13.97%	6,156,291.28
Corrientes	40.08%	2,341,442.50	19.84%	6,943,032.11	21.88%	9,644,354.40
Plazo	38.27%	2,235,930.10	69.62%	24,361,117.78	57.78%	25,468,535.57
Otros	1.98%	115,449.16	2.56%	896,207.98	6.38%	2,812,029.29
Totales	100.00%	5,842,204.66	100.00%	34,992,864.51	100.00%	44,081,210.54

Fuente de Consulta: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 2

SISTEMA FINANCIERO LOCAL 2008-2010 Expresado en % y valores COOPERATIVAS						
Tipo de cuentas	2008%	2008 valores	2009%	2009 valores	2010%	2010 valores
Ahorros	52.74%	104,745.11	25.60%	124,370,716.30	56.13%	11,571,616.23
Corrientes	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00
Plazo	38.97%	77,392.33	22.63%	109,974,880.10	43.73%	9,014,742.78
Otros	8.29%	16,471.07	51.77%	251,534,111.42	0.15%	29,920.61
Totales	100.00%	198,608.51	100.00%	485,879,707.82	100.00%	20,616,279.62

Fuente de Consulta: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 3

SISTEMA FINANCIERO LOCAL 2008-2010 Expresado en % y valores MUTUALISTA						
Tipo de cuentas	2008%	2008 valores	2009%	2009 valores	2010%	2010 valores
Ahorros	47.58%	79,633,246.25	21.69%	82,717,802.47	12.78%	691,767.52
Corrientes	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00
Plazo	51.88%	86,845,176.54	21.24%	80,990,711.29	83.35%	4,512,071.84
Otros	0.54%	903,888.92	57.06%	217,575,935.66	3.87%	209,311.66
Totales	100.00%	167,382,311.71	100.00%	381,284,449.42	100.00%	5,413,151.02

Fuente de Consulta: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 4

SISTEMA FINANCIERO LOCAL 2008-2010 Expresado en % y valores BANCA PUBLICA						
Tipo de cuentas	2008%	2008 valores	2009%	2009 valores	2010%	2010 valores
Ahorros	15.02%	27,567.41	1.11%	22,843,850.25	9.50%	40,064,564.31
Corrientes	10.60%	19,467.09	3.62%	74,387,760.81	0.00%	0.00
Plazo	55.77%	102,374.50	92.53%	1,901,069,402.80	71.53%	301,607,517.19
Otros	18.61%	34,162.60	2.74%	56,346,475.62	18.97%	79,997,731.84
Totales	100.00%	183,571.61	100.00%	2,054,647,489.48	100.00%	421,669,813.34

Fuente de Consulta: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador

Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 5

SISTEMA FINANCIERO LOCAL 2008-2010 Expresado en % y valores SOCIEDADES FINANCIERAS						
Tipo de cuentas	2008%	2008 valores	2009%	2009 valores	2010%	2010 valores
Ahorros	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00
Corrientes	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00
Plazo	96.36%	319,034.45	50.36%	266,975,744.72	99.29%	364,094,997.61
Otros	3.64%	12,060.80	49.64%	263,148,607.67	0.71%	2,618,299.12
Totales	100.00%	331,095.25	100.00%	530,124,352.39	100.00%	366,713,296.73

Fuente de Consulta: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador

Elaborado por: Autoras de la Tesis

2.2.2 Por subsistema

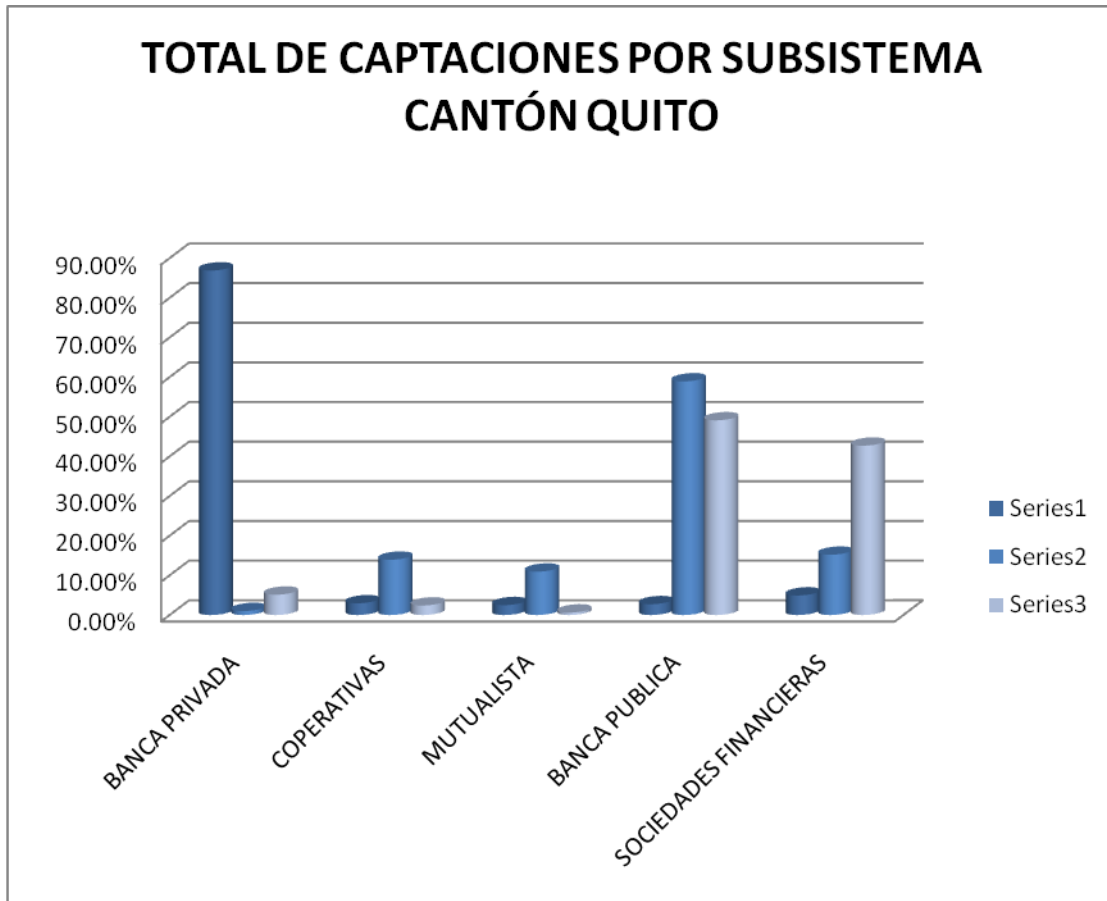
Tabla 6

SISTEMA FINANCIERO LOCAL 2008-2010 Expresado en % y valores CAPTACIONES POR SUBSISTEMA						
Subsistema	2008%	2008 valores	2009%	2009 valores	2010%	2010 valores
BANCA PRIVADA	86.90%	5,842,204.66	1.00%	34,992,864.51	5.13%	44,081,210.54
COPERATIVAS	2.95%	198,608.51	13.93%	485,879,707.82	2.40%	20,616,279.62
MUTUALISTA	2.49%	167,382.31	10.93%	381,284,449.42	0.63%	5,413,151.02
BANCA PUBLICA	2.73%	183,571.61	58.92%	2,054,647,489.48	49.12%	421,669,813.34
SOCIEDADES FINANCIERAS	4.92%	331,095.25	15.20%	530,124,352.39	42.72%	366,713,296.73
Totales	100.00%	6,722,862.34	100.00%	3,486,928,863.62	100.00%	858,493,751.25

Fuente de Consulta: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador

Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 7



Fuente de Consulta: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador
Elaborado por: Autoras de la Tesis

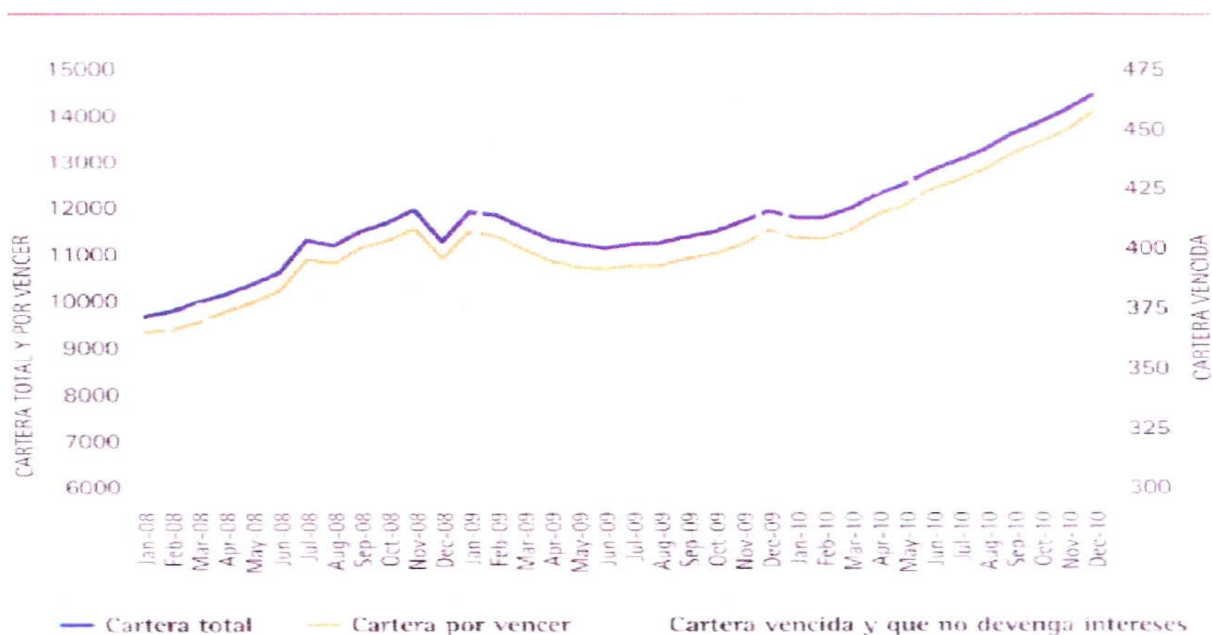
En el Ecuador, se ve una clara superioridad del número de personas que han optado por ubicar sus recursos en cuentas de ahorro antes que a cuentas corrientes, siguiendo la tónica de los demás países, lo cual muestra que la mayoría de la población prioriza el ahorro antes que el gasto.

Comparando las captaciones a nivel global vemos que en los años 2008-2009 y el año 2010 en captaciones se presenta un crecimiento sostenido debido a la dolarización que otorgó mayor estabilidad económica.

Entre los años 2008-2010 casi se duplican los depósitos, aunque se observa que en el año 2009 fue un año de crecimiento existió una desaceleración en la economía debido al movimiento del Sector Público.

2.3 Evolutivo de colocaciones

Gráfico 8
EVOLUCIÓN CRÉDITOS



Fuente de Consulta: Revista Ekos negocios, No. 204 / abril 2011
Elaborado por: Revista Ekos negocios, No. 204 / abril 2011

Al analizar la composición de la cartera de crédito por tipo de institución, se observa que los Bancos generan el 78.8% del total de la cartera de crédito mientras que las cooperativas representan el 12.7%. Estas últimas son el único segmento que incrementa su participación con respecto al año 2009, aumentando en 1% a costa de una deducción de las captaciones de la banca privada.

2.3.1 Por tipo de cartera

Tabla 7

SISTEMA FINANCIERO LOCAL 2008-2010 Expresado en % y valores BANCA PRIVADA						
	2008%	2008 valores	2009%	2009 valores	2010%	2010 valores
COMERCIAL	49.16%	2,109,224.64	51.00%	1,936,239,894.19	47.70%	2,112,563,405.95
CONSUMO	28.07%	1,204,559.08	28.95%	1,099,162,948.00	32.32%	1,431,354,327.59
VIVIENDA	16.98%	728,754.22	14.99%	569,176,026.40	14.62%	647,641,084.91
MICROEMPRESA	5.79%	248,293.61	5.05%	191,636,826.44	5.35%	237,067,042.34
Totales	100.00%	4,290,831.54	100.00%	3,796,215,695.03	100.00%	4,428,625,860.79

Fuente de Consulta: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 8

SISTEMA FINANCIERO LOCAL 2008-2010 Expresado en % y valores COOPERATIVAS						
	2008%	2008 valores	2009%	2009 valores	2010%	2010 valores
COMERCIAL	0.98%	2,547.56	0.92%	2,622,996.82	0.85%	3,020,818.22
CONSUMO	40.55%	105,558.88	42.86%	122,580,259.77	42.55%	151,177,005.19
VIVIENDA	14.55%	37,885.57	13.96%	39,933,861.06	16.62%	59,064,737.79
MICROEMPRESA	43.92%	114,331.70	42.26%	120,840,741.65	39.98%	142,039,024.14
Totales	100.00%	260,323.71	100.00%	285,977,859.30	100.00%	355,301,585.34

Fuente de Consulta: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 9

SISTEMA FINANCIERO LOCAL 2008-2010 Expresado en % y valores MUTUALISTAS						
	2008%	2008 valores	2009%	2009 valores	2010%	2010 valores
COMERCIAL	7.99%	17,065.51	23.74%	21,284,699.80	18.61%	21,176,158.23
CONSUMO	7.51%	16,042.47	19.52%	17,505,606.80	43.77%	49,810,812.15
VIVIENDA	30.14%	64,394.60	56.26%	50,450,550.92	37.23%	42,372,231.11
MICROEMPRESA	54.36%	116,118.80	0.48%	433,581.80	0.39%	439,150.08
Totales	100.00%	213,621.39	100.00%	89,674,439.32	100.00%	113,798,351.57

Fuente de Consulta: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 10

SISTEMA FINANCIERO LOCAL 2008-2010 Expresado en % y valores BANCA PUBLICA						
	2008%	2008 valores	2009%	2009 valores	2010%	2010 valores
COMERCIAL	96.20%	349,595.02	96.83%	618,856,304.93	98.77%	748,189,232.07
CONSUMO	0.42%	1,540.80	0.14%	877,297.48	0.00%	0.00
VIVIENDA	0.00%	0.00	0.77%	4,897,140.48	0.09%	674,003.20
MICROEMPRESA	3.37%	12,261.00	2.27%	14,494,920.16	1.15%	8,679,367.24
Totales	100.00%	363,396.82	100.00%	639,125,663.05	100.00%	757,542,602.51

Fuente de Consulta: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 11

SISTEMA FINANCIERO LOCAL 2008-2010 Expresado en % y valores SOCIEDADES FINANCIERAS						
	2008%	2008 valores	2009%	2009 valores	2010%	2010 valores
COMERCIAL	2.65%	16,633.27	3.05%	18,712,739.26	5.04%	37,459,486.80
CONSUMO	97.07%	609,414.70	96.47%	591,289,576.08	94.64%	702,734,700.34
VIVIENDA	0.00%	2.25	0.00%	0.00	0.00%	0.00
MICROEMPRESA	0.28%	1,731.85	0.47%	2,906,510.63	0.31%	2,338,637.62
Totales	100.00%	627,782.06	100.00%	612,908,825.97	100.00%	742,532,824.76

Fuente de Consulta: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador
Elaborado por: Autoras de la Tesis

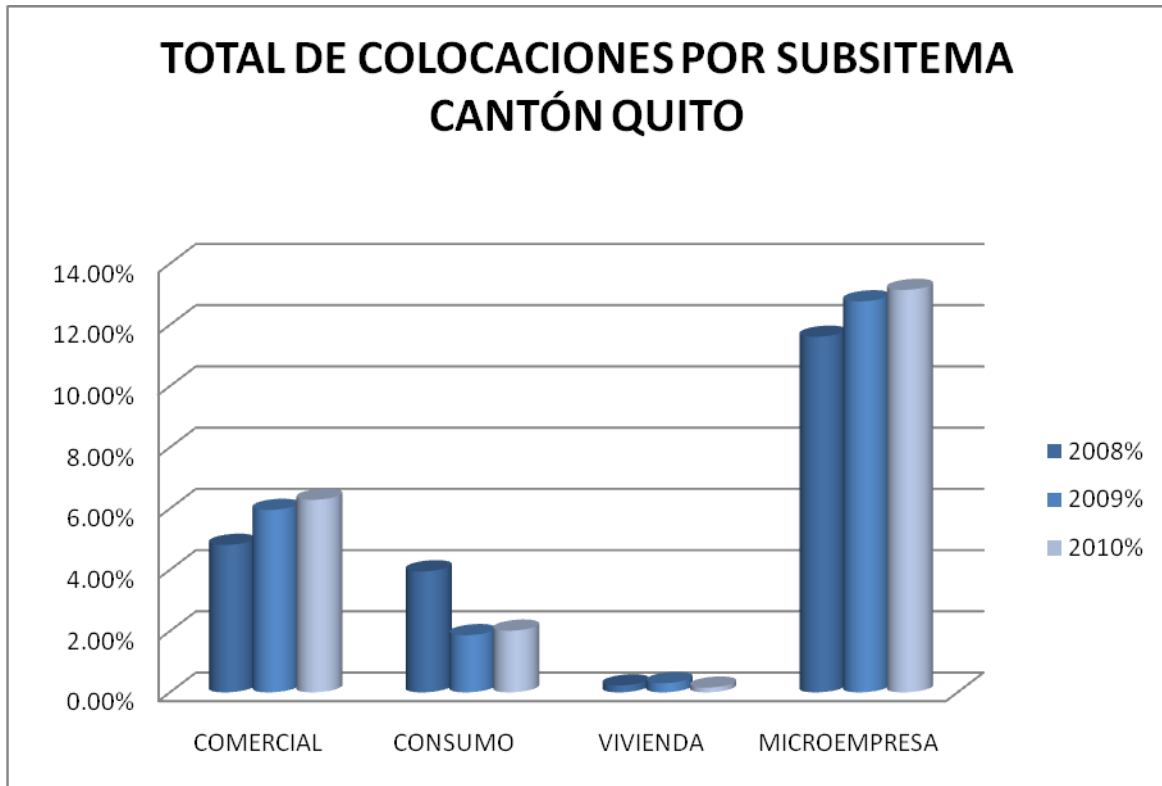
2.3.2 Por subsistema

Tabla 12

SISTEMA FINANCIERO LOCAL 2008-2010 Expresado en % y valores TOTAL DE COLOCACIONES POR SUBSISTEMA						
	2008%	2008 valores	2009%	2009 valores	2010%	2010 valores
COMERCIAL	4.82%	260,323.71	5.96%	285,977,859.30	6.29%	355,301,585.34
CONSUMO	3.95%	213,621.39	1.87%	89,674,439.32	2.01%	113,798,351.57
VIVIENDA	0.23%	12,261.00	0.30%	14,494,920.16	0.15%	8,679,367.24
MICROEMPRESA	11.62%	627,782.06	12.77%	612,908,825.97	13.14%	742,532,824.76
Totales	100.00%	5,404,819.70	100.00%	4,799,271,739.78	100.00%	5,648,937,989.70

Fuente de Consulta: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 9



Fuente de Consulta: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Es importante comentar que a través del Sistema Financiero Nacional, se ha distribuido cada vez una mayor cantidad de recursos hacia la microempresa del país; es así que la banca privada ecuatoriana ha otorgado la mayoría de recursos a través de la línea del microcrédito (57,37%), seguido por las Cooperativas de Ahorro y Crédito (31,62%) y últimamente de parte de la banca Pública el Banco Nacional de Fomento que ha sido el más representativo (2,46%).

En cuanto al destino geográfico de los créditos se apreció que los recursos de la banca hacia la microempresa fueron canalizados en mayor magnitud hacia la provincia de Pichincha (59%), seguido de Guayas (13%) y Tungurahua (7%) las tres provincias mejor atendidas del país en términos de cartera bruta.

La cartera de consumo es la que más aumento, otra cartera con crecimiento ha sido la de microcrédito, los bancos son el sector que mayores colocaciones realiza, seguido por la banca pública, cooperativas, y sociedades financieras.

Por otro lado hay que tomar en cuenta que el BIESS que aunque no tiene datos oficiales es un fuerte competidor en el Sector financiero.

2.4 Productos y servicios financieros. Tipos y costos.

De la información obtenida concluimos que los costos aplicados a los diferentes productos y servicios financieros fueron ajustados por la Superintendencia de Bancos que procedió a bajarlos y unificarlos por decreto oficial del presente gobierno.

Quedando valores con tarifa cero, otros que tienen un límite y que fluctúa de acuerdo a cada institución; entre estos podríamos mencionar el costo de las transferencias, unas instituciones cobran \$0,50 centavos y otras hasta \$2.50 dólares.

“Las Instituciones del Sistema Financiero podrán efectuar cobros por la prestación efectiva de los servicios financieros que constan en el siguiente cuadro:

Tabla 13

#	TARIFAS POR PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS		EN DÓLARES
	Vigente Desde el 1 de julio de 2010		
	SERVICIO		
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/esta de cuenta por pérdida		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		0.29
33	Transferencias SCI recibidas		0.30
34	Tarjeta de crédito, afiliación		*
35	Tarjeta de crédito, renovación		*

Fuente de Consulta: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador

Elaborado por: Autoras de la Tesis

Vigente a partir del 1 de julio de 2010

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”¹¹.

Tabla 14

#	TARIFAS DE AFILIACIÓN A ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES	EN PORCENTAJE
	Vigente Desde el 1 de julio de 2010 SERVICIO	
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

Fuente de Consulta: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Las transacciones básicas y que por su naturaleza son gratuitas las siguientes:

¹¹ Superintendencia de Banco y Seguros del Ecuador, <http://www.sbs.gob.ec>

Tabla 15

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

Fuente de Consulta: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

2.4.1 Por institución financiera

- Productos Financieros

Tabla 16

				Amazonas	Austro	Bolivariano	Capital	Citibank	
Productos Financieros	Captación	Cuentas de ahorro		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
		Cuentas corriente		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
		Inversión	Polizas + 361 días	4,50%	6,00%	4,05%	6,25%	5,60%	
		Otros		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Colocación	Crédito consumo		15,20%	15,20%	16,08%	16,30%	N/A	
		Crédito comercial		11,23%	9,02%	11,83%	11,83%	11,83%	
		Crédito vivienda		10,75%	10,78%	11,07%	11,33%	N/A	
		Micrócrédito		22,93%	19,50%	16,18%	30,50%	N/A	
		Vehículos		N/A	15,20%	16,18%	16,30%	N/A	
		Otros		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Tarjeta de crédito	Visa		15,20%	15,20%	N/A	N/A	N/A
			American express		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Diners Club		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Master card		N/A	15,20%	N/A	N/A	N/A
	Bankard			N/A	N/A	15,20%	N/A	N/A	
	Unibanco			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Otra			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Ninguna		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
	Otros	Administración de fondos de inversión		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Compra y ventas de divisas		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
Compra y ventas de valores			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		

Fuente de Consulta: Páginas web Banco Amazonas, Austro, Bolivariano, Capital y Citibank.

Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 17

				Cofiec	Del Bank	FINCA	Rumiñahui	Guayaquil	
Productos Financieros	Captación	Cuentas de ahorro		0.00	0.00	0.00	N/A	0.00	
		Cuentas corriente		0.00	0.00	0.00	N/A	0.00	
		Inversión	Polizas + 361 días	5,50%	6,15%	6,04%	5,08%	6,69%	
		Otros		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Colocación	Crédito consumo		N/A	15,19%	N/A	16,30%	16,30%	
		Crédito comercial		11,83%	11,83%	N/A	11,83%	11,83%	
		Crédito vivienda		11,33%	10,70%	N/A	11,33%	10,45%	
		Micrócrédito		N/A	26,91%	30,50%	25,50%	30,50%	
		Vehículos		N/A	15,19%	N/A	16,30%	15,20%	
		Otros		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Tarjeta de crédito	Visa		N/A	N/A	N/A	16,30%	16,30%
			American express		N/A	N/A	N/A	N/A	16,30%
			Diners Club		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Master card		N/A	N/A	N/A	N/A	16,30%
	Bankard			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Unibanco			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Otra			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Ninguna		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
	Otros	Administración de fondos de inversión		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Compra y ventas de divisas		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
Compra y ventas de valores			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		

Fuente de Consulta: Páginas web Banco Cofiec, Del Bank, FINCA, Rumiñahui, Guayaquil.

Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 18

				Internacional	Litoral	Loja	Machala	Pacifico	
Productos Financieros	Captación	Cuentas de ahorro		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
		Cuentas corriente		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
		Inversión	Polizas + 361 días	5,75%	5,00%	6,05%	5,25%	4,50%	
		Otros		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Colocación	Crédito consumo		16,30%	15,50%	15,20%	16,30%	15,99%	
		Crédito comercial		11,83%	11,00%	11,23%	11,83%	11,83%	
		Crédito vivienda		11,33%	10,50%	10,78%	11,33%	10,38%	
		Micrócrédito		30,50%	30,50%	26,13%	30,50%	28,97%	
		Vehículos		16,30%	15,50%	16,30%	16,30%	15,99%	
		Otros		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Tarjeta de crédito	Visa		16,30%	16,30%	16,30%	16,30%	16,30%
			American express		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Diners Club		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Master card		16,30%	N/A	N/A	N/A	16,30%
	Bankard			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Unibanco			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Otra			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Ninguna		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
	Otros	Administración de fondos de inversión		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Compra y ventas de divisas		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
Compra y ventas de valores			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		

Fuente de Consulta: Páginas web Banco internacional, Litoral, Loja, Machala y Pacifico.

Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 19

				Procredit	Produbanco	Proamerica	Solidario	Sudamericano	
Productos Financieros	Captación	Cuentas de ahorro		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
		Cuentas corriente		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
		Inversión	Polizas + 361 días	N/A	5,25%	6,20%	6,25%	N/A	
		Otros		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Colocación	Crédito consumo		N/A	16,29%	16,30%	16,26%	N/A	
		Crédito comercial		11,82%	11,83%	11,83%	11,79%	N/A	
		Crédito vivienda		11,32%	11,33%	11,33%	11,30%	N/A	
		Micrócrédito		30,48%	25,49%	30,50%	30,47%	N/A	
		Vehículos		N/A	16,29%	16,30%	N/A	N/A	
		Otros		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Tarjeta de crédito	Visa		N/A	16,29%	16,30%	N/A	N/A
			American express		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Diners Club		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Master card		N/A	16,29%	N/A	N/A	N/A
	Bankard			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Unibanco			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Otra			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Ninguna		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
	Otros	Administración de fondos de inversión		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Compra y ventas de divisas		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
Compra y ventas de valores			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		

Fuente de Consulta: Páginas web Banco Procredit, Produbanco, Proamerica, Solidario y Sudamericano.

Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 20

			Unibanco	Coop. 23 de Julio	Coop. 29 de octubre	Coop. Alianza del Valle	Coop. Andalucía		
Productos Financieros	Captación	Cuentas de ahorro	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		
		Cuentas corriente	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		
		Inversión	Polizas + 361 días	6,00%	6,69%	7,05%	7,00%	8,45%	
		Otros		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Colocación	Crédito consumo		16,20%	15,62%	16,30%	16,21%	16,09%	
		Crédito comercial		N/A	11,81%	11,83%	N/A	N/A	
		Crédito vivienda		N/A	N/A	11,32%	10,83%	11,19%	
		Micrócrédito		30,40%	29,69%	27,57%	30,43%	24,99%	
		Vehículos		N/A	11,25%	N/A	N/A	N/A	
		Otros		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Tarjeta de crédito	Visa		18,82%	N/A	N/A	N/A	N/A
			American express		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Diners Club		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Master card		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Bankard		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Unibanco		18,82%	N/A	N/A	N/A	N/A
	Otra			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Ninguna		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
	Otros	Administración de fondos de inversión		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Compra y ventas de divisas		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
Compra y ventas de valores			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		

Fuente de Consulta: Páginas web Banco Unibanco, Cooperativas 23 de Julio, 29 de Octubre, Alianza del Valle, Andalucía.

Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 21

			Coop. Atuntaqui	Coop. CACPE CO	Coop. C.C. Ambato	Coop. Codesarrollo	Coop. COOPAD		
Productos Financieros	Captación	Cuentas de ahorro	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		
		Cuentas corriente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
		Inversión	Polizas + 361 días	6,90%	8,15%	9,00%	8,50%	8,16%	
		Otros		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Colocación	Crédito consumo		16,30%	16,08%	14,70%	14,50%	16,30%	
		Crédito comercial		N/A	11,79%	10,40%	10,00%	N/A	
		Crédito vivienda		10,38%	11,24%	10,40%	10,00%	11,33%	
		Micrócrédito		22,97%	21,59%	14,70%	17,00%	30,50%	
		Vehículos		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Otros		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Tarjeta de crédito	Visa		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			American express		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Diners Club		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Master card		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Bankard		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Unibanco		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Otra			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Ninguna		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
	Otros	Administración de fondos de inversión		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Compra y ventas de divisas		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
Compra y ventas de valores			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		

Fuente de Consulta: Páginas web Cooperativas 23 de Julio, Atuntaqui, CACPECO, Ambato, Codesarrollo, COOPAD.

Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 22

				Coop. COOPCCP	Coop. Coprogreso	Coop. Cotocollao	Coop. El Sagrario	Coop. Pablo Muñoz Vega	
Productos Financieros	Captación	Cuentas de ahorro		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
		Cuentas corriente		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Inversión	Polizas + 361 días	4,25%	7,07%	6,55%	7,25%	8,00%	
		Otros		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Colocación	Crédito consumo		17,44%	16,03%	16,30%	16,03%	15,38%	
		Crédito comercial		11,20%	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Crédito vivienda		10,75%	11,33%	11,33%	11,33%	11,33%	
		Micrócrédito		29,51%	30,05%	30,05%	30,05%	22,54%	
		Vehículos		17,44%	16,03%	N/A	16,03%	N/A	
		Otros		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Tarjeta de crédito	Visa		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			American express		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Diners Club		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Master card		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Bankard		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Unibanco		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Otra			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Ninguna		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
	Otros	Administración de fondos de inversión		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Compra y ventas de divisas		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
Compra y ventas de valores			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		

Fuente de Consulta: Páginas web Cooperativas COOPCCP, Coprogreso, Cotocollao, EL Sagrario, Pablo Muñoz Vega.

Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 23

				Coop. Riobamba	Coop. San Francisco de Asís	Coop. Santa Rosa	Mutualista Imbabura	Mutualista Pichincha	
Productos Financieros	Captación	Cuentas de ahorro		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
		Cuentas corriente		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Inversión	Polizas + 361 días	7,05%	6,20%	9,25%	8,50%	6,20%	
		Otros		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Colocación	Crédito consumo		16,30%	16,30%	16,30%	16,30%	16,30%	
		Crédito comercial		11,83%	11,83%	11,83%	11,83%	11,83%	
		Crédito vivienda		11,33%	11,33%	11,33%	11,33%	11,33%	
		Micrócrédito		30,50%	30,05%	30,05%	33,90%	N/A	
		Vehículos		N/A	N/A	N/A	16,30%	N/A	
		Otros		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Tarjeta de crédito	Visa		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			American express		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Diners Club		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Master card		N/A	N/A	N/A	N/A	3.25%
			Bankard		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Unibanco		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Otra			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Ninguna		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
	Otros	Administración de fondos de inversión		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Compra y ventas de divisas		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
Compra y ventas de valores			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		

Fuente de Consulta: Páginas web Cooperativas Riobamba, San Francisco de Asís, Santa Rosa, Mutualistas Imbabura y Pichincha.

Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 24

				Diners Club	Leasing Corp	Unifinsa	Vazcorp	BEV	BNF	CFN	
Productos Financieros	Captación	Cuentas de ahorro		N/A	N/A	N/A	N/A	0.00	0.00	N/A	
		Cuentas corriente		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0.00	N/A	
		Inversión	Polizas + 361 días	6,25%	N/A	N/A	6,60%	N/A	6,50%	N/A	
		Otros		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
	Colocación	Crédito consumo		16,30%	N/A	16,30%	16,19%	N/A	16,00%	16,30%	
		Crédito comercial		N/A	N/A	11,83%	N/A	N/A	15,00%	11,83%	
		Crédito vivienda		N/A	N/A	N/A	N/A	10,10%	N/A	11,33%	
		Micrócrédito		N/A	N/A	25,05%	30,48%	N/A	15,00%	30,50%	
		Vehículos		16,30%	N/A	11,83%	15,73%	N/A	N/A	N/A	
		Otros		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Tarjeta de crédito	Visa		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			American express		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Diners Club		16,30%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Master card		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Bankard		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Unibanco		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Otra		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Ninguna		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		
	Otros	Administración de fondos de inversión		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Compra y ventas de divisas		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
Compra y ventas de valores			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		

Fuente de Consulta: Páginas web Diners Club, Leasing Corp, Unifinsa, Vazcorp, BEV, BNF y CFN.
Elaborado por: Autoras de la Tesis

- Servicios Financieros:

Tabla 25

			Amazonas	Austro	Bolivariano	Capital	Citibank	Cofiec
Servicios financieros	Trans	Transferencias bancarias	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
		Transferencias interbancarias	2.15	2.15	0.25	0.50	2.00	2.15
	Giros	Giros nacionales	2.00	2.00	2.00	N/A	0.30	N/A
		Giros internacionales	55.59	55.00	50.00	N/A	55.59	55.00
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos	N/A	0.50	0.50	N/A	N/A	N/A
		Pago matrícula centros educativos	N/A	0.50	1.00	N/A	N/A	N/A
		Interbancarios	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	N/A
		Aportes patronales	N/A	0.50	N/A	N/A	N/A	N/A
		Impuestos SRI	N/A	0.75	0.75	N/A	N/A	N/A
		Matriculación vehicular	N/A	0.50	0.50	N/A	N/A	N/A
		Bono de desarrollo humano	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Pago nómina empleados	0.90	0.50	1.00	N/A	3.00	N/A
	Varios	Cheques exterior	5.00	5.00	6.00	N/A	10.00	N/A
		Cheques gerencia	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50
		Cheques certificados	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
		Referencia bancaria	2.65	2.65	2.65	N/A	2.65	2.50
	Otros	Casilleros de seguridad	60.00	50.00	100.00	N/A	N/A	60.00
		Garantías y avales locales	6,00%	4,00%	6,00%	4,00%	7,00%	N/A
		Otros	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Fuente de Consulta: Páginas web Banco Amazonas, Austro, Bolivariano, Capital, Citibank y Cofiec.
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 26

			Del Bank	FINCA	Rumiñahui	Guayaquil	Internacional	Litoral
Servicios financieros	Trans	Transferencias bancarias	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
		Transferencias interbancarias	N/A	N/A	2.00	2.00	2.00	2.00
	Giros	Giros nacionales	N/A	N/A	N/A	N/A	12.00	2.00
		Giros internacionales	55.49	N/A	10.00	55.49	55.49	55.00
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos	0.30	N/A	N/A	1.00	1.00	N/A
		Pago matrícula centros educativos	N/A	N/A	N/A	1.00	1.10	N/A
		Interbancarios	0.50	N/A	0.50	0.50	0.50	N/A
		Aportes patronales	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Impuestos SRI	N/A	N/A	0.50	0.50	0.75	0.75
		Matriculación vehicular	N/A	N/A	0.20	N/A	0.50	N/A
		Bono de desarrollo humano	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Pago nómina empleados	N/A	N/A	N/A	1.00	0.75	1.80
	Varios	Cheques exterior	N/A	N/A	15.00	10.00	10.00	40.00
		Cheques gerencia	2.50	N/A	2.50	2.50	2.50	2.50
		Cheques certificados	2.00	N/A	2.00	2.00	2.00	2.00
		Referencia bancaria	2.65	2.65	2.65	2.65	2.65	2.65
	Otros	Casilleros de seguridad	N/A	N/A	N/A	80.00	175.00	100.00
		Garantías y avales locales	N/A	N/A	4,00%	N/A	6,00%	N/A
		Otros	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Fuente de Consulta: Páginas web Banco Del Bank, FINCA, Rumiñahui, Guayaquil, Internacional y Litoral.
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 27

			Loja	Machala	Pacifico	Pichincha	Procredit	Produbanco
Servicios financieros	Trans	Transferencias bancarias	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
		Transferencias interbancarias	2.15	2.00	2.00	2.15	2.00	1.93
	Giros	Giros nacionales	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Giros internacionales	50.00	55.49	55.49	55.49	30.00	55.49
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos	0.00	N/A	0.25	N/A	0.50	0.50
		Pago matrícula centros educativos	0.00	N/A	0.25	N/A	0.60	0.80
		Interbancarios	0.50	0.50	0.30	0.50	0.50	0.50
		Aportes patronales	0.50	0.50	N/A	0.45	N/A	0.50
		Impuestos SRI	0.50	0.75	0.25	0.75	N/A	0.75
		Matriculación vehicular	0.20	0.50	0.50	0.50	N/A	0.50
		Bono de desarrollo humano	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Pago nómina empleados	0.50	3.00	0.70	3.00	0.25	0.50
	Varios	Cheques exterior	N/A	5.00	6.00	N/A	N/A	N/A
		Cheques gerencia	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50
		Cheques certificados	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
		Referencia bancaria	2.65	2.65	2.65	2.65	2.65	2.65
	Otros	Casilleros de seguridad	11.20	80.00	90.00	70.00	N/A	180.00
		Garantías y avales locales	N/A	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	N/A
		Otros	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Fuente de Consulta: Páginas web Banco Loja, Machala, Pacifico, Pichincha, Procredit y Produbanco.
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 28

			Proamerica	Solidario	Sudamericano	Unibanco	Coop. 23 de Julio	Coop. 29 de octubre
Servicios financieros	Trans	Transferencias bancarias	0.00	0.00	N/A	0.00	0.00	0.00
		Transferencias interbancarias	2.15	2.15	N/A	2.15	2.15	2.15
	Giros	Giros nacionales	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Giros internacionales	55.00	50.00	N/A	55.00	55.59	N/A
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos	N/A	N/A	N/A	0.50	0.50	0.30
		Pago matrícula centros educativos	N/A	N/A	N/A	N/A	0.00	N/A
		Interbancarios	0.50	N/A	N/A	0.50	0.50	0.50
		Aportes patronales	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Impuestos SRI	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0.30
		Matriculación vehicular	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0.50
		Bono de desarrollo humano	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Pago nómina empleados	N/A	N/A	N/A	N/A	0.30	N/A
	Varios	Cheques exterior	5.00	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Cheques gerencia	N/A	N/A	N/A	2.50	2.50	0.50
		Cheques certificados	2.00	2.00	N/A	2.00	2.00	
		Referencia bancaria	2.65	2.65	N/A	2.65	2.65	2.65
	Otros	Casilleros de seguridad	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Garantías y avales locales	6,00%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Otros	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Fuente de Consulta: Páginas web Banco Proamerica, Solidario, Sudamericano, Unibanco, Cooperativa 23 de Julio y 29 de octubre.

Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 29

			Coop. Alianza del Valle	Coop. Andalucía	Coop. Atuntaqui	Coop. CACPECO	Coop. C C Ambato	Coop. Codesarrollo
Servicios financieros	Trans	Transferencias bancarias	0.00	0.00	0.00	0.00	N/A	0.00
		Transferencias interbancarias	2.15	2.15	N/A	2.00	N/A	1.00
	Giros	Giros nacionales	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Giros internacionales	N/A	N/A	N/A	N/A	1.00	20.00
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos	0.25	0.25	N/A	0.00	N/A	N/A
		Pago matrícula centros educativos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Interbancarios	0.50	0.30	N/A	0.30	N/A	N/A
		Aportes patronales	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Impuestos SRI	N/A	0.50	N/A	0.30	N/A	N/A
		Matriculación vehicular	1.00	0.50	N/A	N/A	N/A	N/A
		Bono de desarrollo humano	0.00	N/A	N/A	0.00	N/A	0.00
		Pago nómina empleados	N/A	N/A	N/A	0.30	N/A	N/A
	Varios	Cheques exterior	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Cheques gerencia	N/A	0.30	N/A	N/A	N/A	N/A
		Cheques certificados	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Referencia bancaria	2.65	2.00	2.00	1.00	N/A	N/A
	Otros	Casilleros de seguridad	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Garantías y avales locales	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4,00%
		Otros	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Fuente de Consulta: Páginas web Cooperativa Alianza del Valle, Andalucía, Atuntaqui, CAPPECO, Ambato y Codesarrollo.

Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 30

			Coop. COOPAD	Coop. COOPCCP	Coop. Coprogreso	Coop. Cotocollao	Coop. El Sagrario	Coop. Pablo Muñoz Vega	
Servicios financieros	Trans	Transferencias bancarias	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Transferencias interbancarias	N/A	4.00	2.00	N/A	0.50	N/A	
	Giros	Giros nacionales	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Giros internacionales	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Pago matrícula centros educativos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Interbancarios	N/A	0.50	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Aportes patronales	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Impuestos SRI	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Matriculación vehicular	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Bono de desarrollo humano	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Varios	Pago nómina empleados	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Cheques exterior	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Cheques gerencia	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Cheques certificados		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Referencia bancaria		N/A	1.50	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Otros	Casilleros de seguridad	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Garantías y avales locales	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Otros	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	

Fuente de Consulta: Páginas web Cooperativa COOPAD, COOPCCP, Coprogreso, Cotocollao, El Sagrario, Pablo Muñoz Vega.

Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 31

			Coop. de Ahorro y Crédito Riobamba	Coop. San Francisco de Asís	Coop. Santa Rosa	Mutualista Imbabura	Mutualista Pichincha	Diners Club	
Servicios financieros	Trans	Transferencias bancarias	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Transferencias interbancarias	2.00	2.00	N/A	2.15	2.00	N/A	
	Giros	Giros nacionales	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Giros internacionales	N/A	N/A	N/A	N/A	10.00	N/A	
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Pago matrícula centros educativos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Interbancarios	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Aportes patronales	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Impuestos SRI	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Matriculación vehicular	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Bono de desarrollo humano	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Varios	Pago nómina empleados	0.50	0.50	N/A	0.50	0.50	N/A
			Cheques exterior	N/A	N/A	N/A	N/A	10.00	N/A
			Cheques gerencia	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Cheques certificados		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	Referencia bancaria		N/A	N/A	N/A	N/A	2.65	2.00	
	Otros	Casilleros de seguridad	N/A	N/A	N/A	N/A	20.00	N/A	
		Garantías y avales locales	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
		Otros	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	

Fuente de Consulta: Fuente de Consulta: Páginas web Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, San Francisco de Asís, Santa Rosa, Mutualista Imbabura, Pichincha y Sociedad Financiera Diners Club.

Elaborado por: Autoras de la Tesis

Tabla 32

			Leasing Corp	Unifinsa	Vazcorp	BEV
Servicios financieros	Trans	Transferencias bancarias	N/A	N/A	N/A	N/A
		Transferencias interbancarias	N/A	N/A	N/A	N/A
	Giros	Giros nacionales	N/A	N/A	N/A	N/A
		Giros internacionales	N/A	N/A	N/A	N/A
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos	N/A	N/A	N/A	N/A
		Pago matrícula centros educativos	N/A	N/A	N/A	N/A
		Interbancarios	N/A	N/A	N/A	N/A
		Aportes patronales	N/A	N/A	N/A	N/A
		Impuestos SRI	N/A	N/A	N/A	N/A
		Matriculación vehicular	N/A	N/A	N/A	N/A
		Bono de desarrollo humano	N/A	N/A	N/A	N/A
	Varios	Pago nómina empleados	N/A	N/A	N/A	N/A
		Cheques exterior	N/A	N/A	N/A	N/A
		Cheques gerencia	N/A	N/A	N/A	N/A
		Cheques certificados	N/A	N/A	N/A	N/A
		Referencia bancaria	N/A	N/A	N/A	N/A
	Otros	Casilleros de seguridad	N/A	N/A	N/A	N/A
		Garantías y avales locales	N/A	N/A	N/A	N/A
		Otros	N/A	N/A	N/A	N/A

Fuente de Consulta: Fuente de Consulta: Páginas web Sociedades Financieras Leasing Corp, Unifinsa, Vazcorp y Bancos Público BEV.

Elaborado por: Autoras de la Tesis

2.1.1 Por subsistema

- Productos Financieros:

Tabla 33

				Valores Expresados en promedio % y en dólares					
				Banca Privada	Cooperativa	Mutualista	Banca Pública	Sociedades Financieras	
Productos Financieros	Captación	Cuentas de ahorro		0.00	0.00	0.00	0.00	N/A	
		Cuentas corriente		0.00	0.00	0.00	0.00	N/A	
		Inversión	Polizas + 361 días	5.06%	7.38%	7.35%	6.50%	6.43%	
	Colocación	Crédito consumo		15.88%	16.01%	16.30%	16.15%	16.23%	
		Crédito comercial		12.69%	8.05%	11.83%	10.72%	11.83%	
		Crédito vivienda		11.69%	11.04%	11.33%	10.72%	N/A	
		Micrócrédito		27.73%	26.60%	33.90%	22.76%	27.77%	
		Vehículos		16.69%	15.18%	16.30%	N/A	14.62%	
		Tarjeta de crédito	Visa		15.07%	N/A	N/A	N/A	N/A
			American express		16.30%	N/A	N/A	N/A	N/A
			Diners Club		16.30%	N/A	N/A	N/A	16.30%
			Master card		10.62%	N/A	16.30%	N/A	N/A
			Bankard		15.20%	N/A	N/A	N/A	N/A
			Unibanco		18.82%	N/A	N/A	N/A	N/A
			Otra		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Ninguna		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A			

Fuente de Consulta: Páginas web de la Banca Privada, Cooperativas, Mutualistas, Banca Pública y Sociedades Financieras.

Elaborado por: Autoras de la Tesis

- Servicios Financieros:

Tabla 34

			Valores Expresados en promedio en dólares				
			Banca Privada	Cooperativa	Mutualista	Banca Pública	Sociedades Financieras
Servicios financieros	Trans	Transferencias bancarias	0.00	0.00	N/A	N/A	N/A
		Transferencias interbancarias	1.89	2.01	2.08	2.00	N/A
	Giros	Giros nacionales	1.72	N/A	N/A	2.00	N/A
		Giros internacionales	50.77	25.53	10.00	N/A	N/A
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos	0.51	0.26	N/A	N/A	N/A
		Pago matricula centros educativos	0.75	0.00	N/A	0.50	N/A
		Interbancarios	0.50	0.43	N/A	0.50	N/A
		Aportes patronales	1.49	N/A	N/A	N/A	N/A
		Impuestos SRI	0.71	0.37	N/A	0.50	N/A
		Matriculación vehicular	0.43	0.67	N/A	N/A	N/A
		Bono de desarrollo humano	0.00	0.00	N/A	N/A	N/A
		Pago nómina empleados	1.30	0.60	0.50	N/A	N/A
	Varios	Cheques exterior	10.64	N/A	10.00	N/A	N/A
		Cheques gerencia	2.00	1.10	N/A	2.50	N/A
		Cheques certificados	2.50	2.00	N/A	N/A	N/A
		Referencia bancaria	2.65	2.06	2.65	2.65	2.00
	Otros	Casilleros de Seguridad	88.01	N/A	20.00	N/A	N/A
		Garantías y avales locales	4.92%	N/A	N/A	N/A	N/A
		Otros	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Fuente de Consulta: Páginas web de la Banca Privada, Cooperativas, Mutualistas, Banca Pública y Sociedades Financieras.

Elaborado por: Autoras de la Tesis

CAPÍTULO 3

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

Introducción

El sistema financiero ecuatoriano es de vital importancia para el desarrollo económico de nuestro país, y todo se ve reflejado en los productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones financieras reguladas; para conocer sobre la percepción que estos elementos tienen de las instituciones financieras reguladas y sus productos y servicios, es que hemos logrado obtener información para establecer las perspectivas del consumidor, permitiéndonos conocer las características del usuarios, sus preferencias, sus necesidades no cubiertas y sus expectativas de mejoras; hemos logrado recabar toda esta información por medio de la recolección de información a través de una encuesta conformada por 20 preguntas, las cuales hemos realizado de forma personal y el mismo cuenta con un tamaño muestral de 322 encuestas, la plaza donde fue realizada el estudio es el cantón Quito en el suroeste y con la particularidad que deben de tener todos nuestros clientes, cuenta en el **Banco Pichincha**.

Con el estudio realizado podemos observar las preferencias de los clientes por genero, por instrucción, por edades; una información mucho más exacta de lo que está sucediendo en la demanda de productos y servicios financieros.

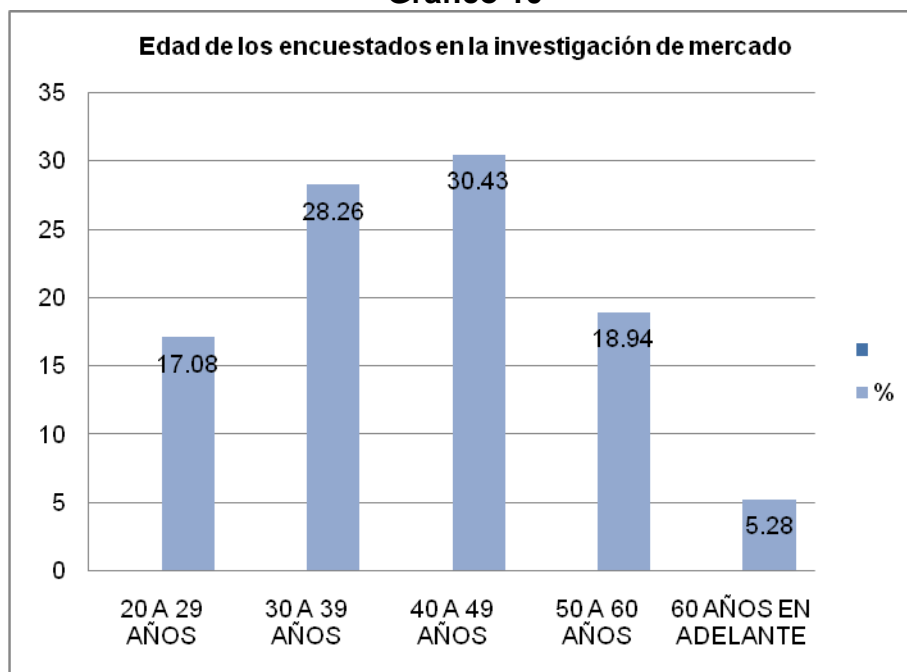
Considerando los resultados del estudio sobre las preferencias en el uso de los productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones del sistema financiero regulado ecuatoriano, con todos los datos recabados, se establecerá un análisis del cliente y de los factores relevantes que se consideraron para la encuesta como son: edad, género, nivel de instrucción, situación laboral, cuenta de correo electrónico, razones para tener una cuenta de correo electrónico, cuenta en red social, razón para tener una cuenta en una red social.

Tabla 35
Edad de los encuestados en la investigación de mercado

Edad	Porcentaje	Frecuencia
20 A 29 AÑOS	17.08	55
30 A 39 AÑOS	28.26	91
40 A 49 AÑOS	30.43	98
50 A 60 AÑOS	18.94	61
6 AÑOS EN ADELANTE	5.28	17
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 10



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

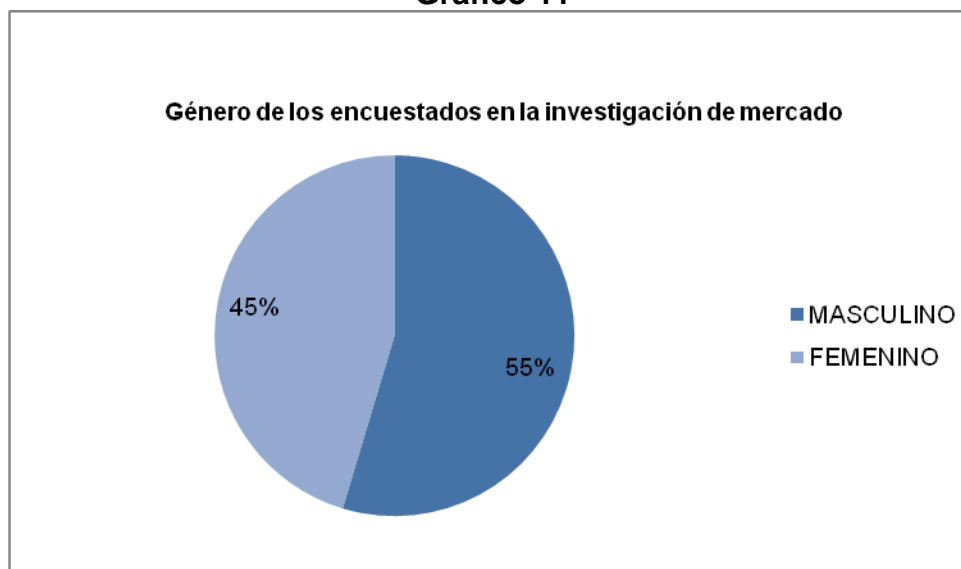
Del total de entrevistados, los resultados más importantes son: el 30.43% se encontraron en edad entre 30 y 49 años, 28.26% en edad entre 30 y 39 años y el 18.94% entre 50 y 60 años.

Tabla 36
Género de los encuestados en la investigación de mercado

Género	Porcentaje	Frecuencia
MASCULINO	54.66	176
FEMENINO	45.34	146
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 11



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

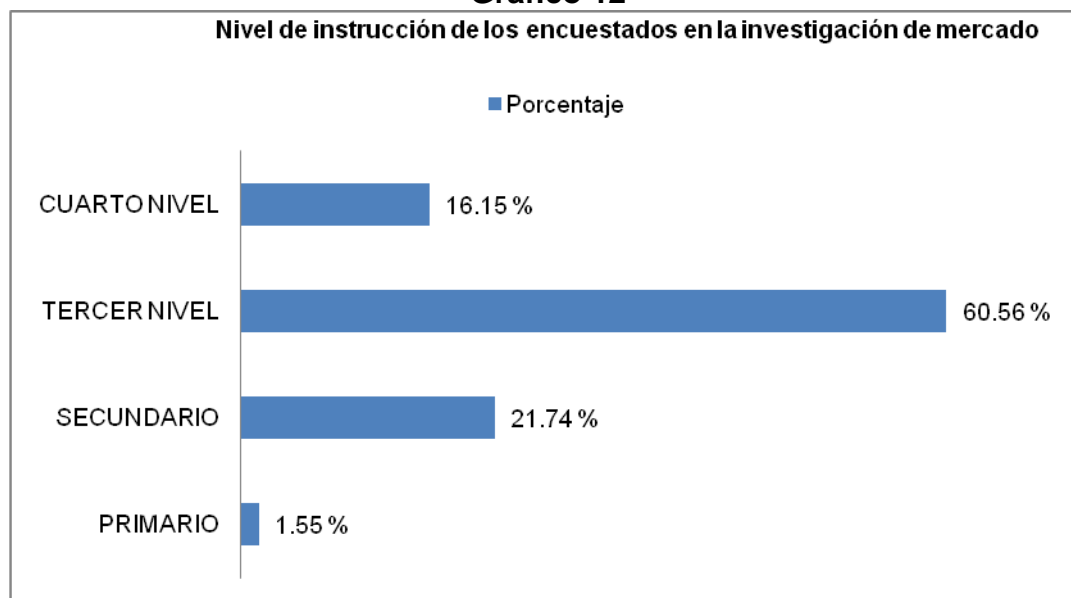
De la muestra total, el 45% son de sexo femenino y el 55% masculino.

Tabla 37
Nivel de instrucción de los encuestados en la investigación de mercado

Nivel Instrucción	Porcentaje	Frecuencia
PRIMARIO	1.55	5
SECUNDARIO	21.74	70
TERCER NIVEL	60.56	195
CUARTO NIVEL	16.15	52
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 12



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

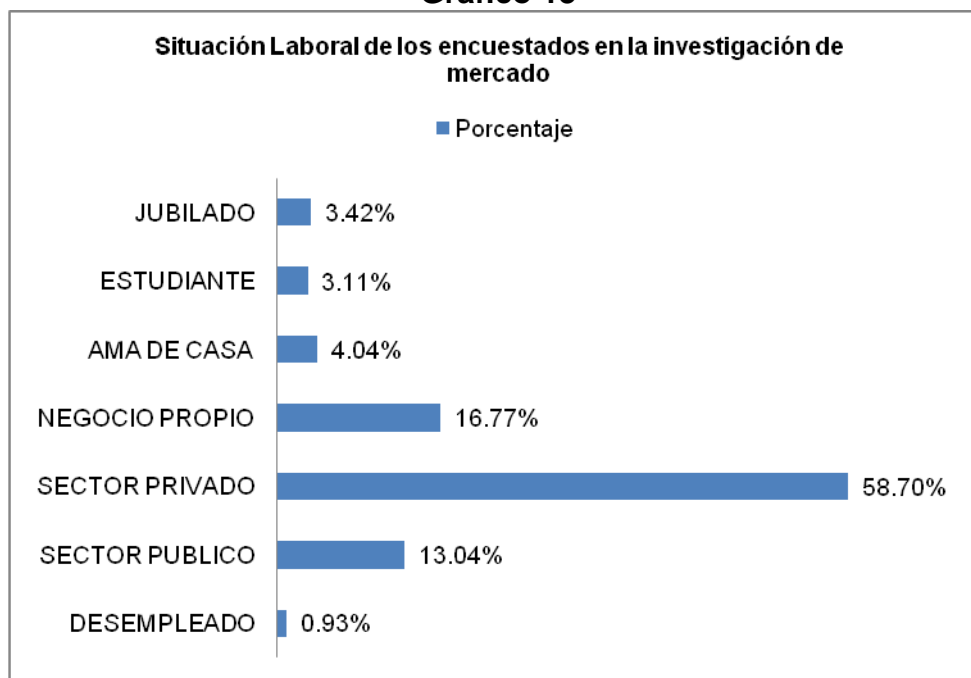
Un 60.56% de la muestra tienen un tercer nivel de instrucción, un 21.74% tienen un nivel de secundaria y un 16.15% tienen un cuarto nivel de estudios.

Tabla 38
Situación Laboral de los encuestados en la investigación de mercado

Situación Laboral	Porcentaje	Frecuencia
DESEMPLEADO	.93	3
SECTOR PUBLICO	13.04	42
SECTOR PRIVADO	58.70	189
NEGOCIO PROPIO	16.77	54
AMA DE CASA	4.04	13
ESTUDIANTE	3.11	10
JUBILADO	3.42	11
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 13



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Un 58.70% de las personas entrevistadas, nos indicaron como actividad principal ser empleado del sector privado, un 16.77% poseen un negocio propio y un 13.04% son empleados del sector público.

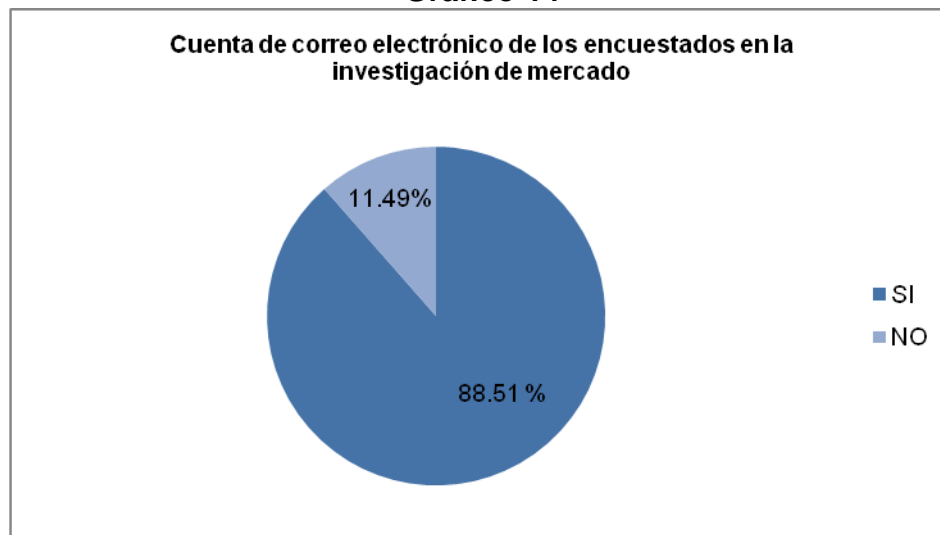
Tabla 39

Cuenta de correo electrónico de los encuestados en la investigación de mercado

Tiene cuenta de correo electrónico	Porcentaje	Frecuencia
SI	88.51	285
NO	11.49	37
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 14



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

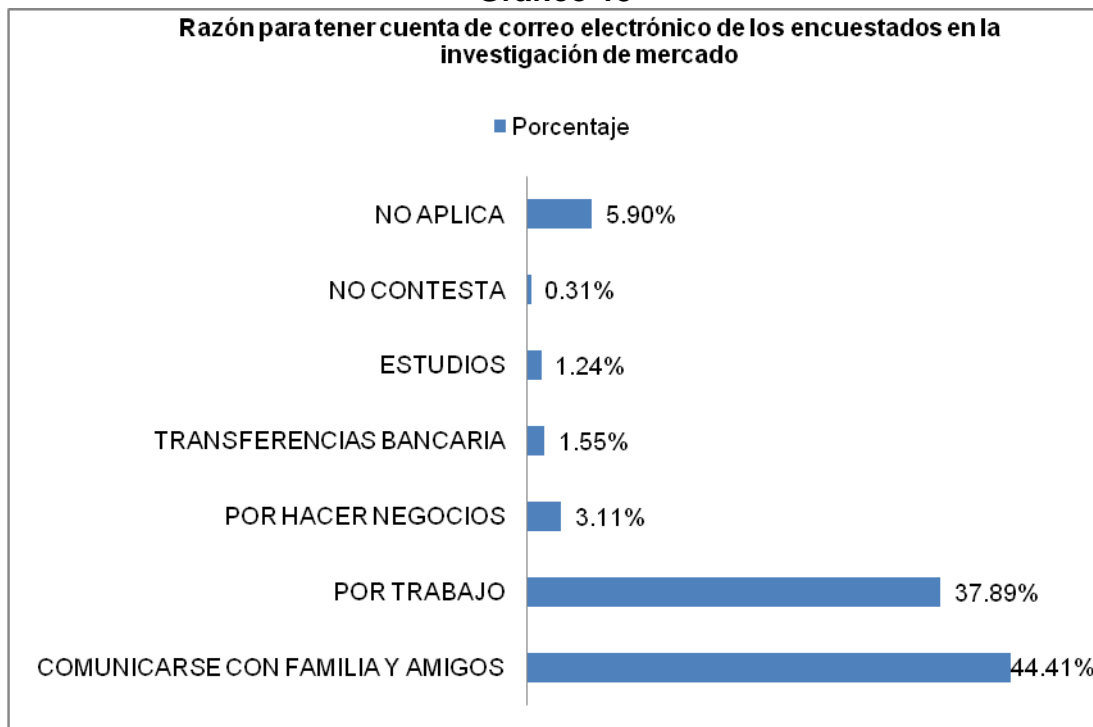
El número de personas que tienen una cuenta de correo electrónico del total de los encuestados es de 88.51%, y un 11.49% no tienen.

Tabla 40
Razón para tener cuenta de correo electrónico de los encuestados en la investigación de mercado

¿Cuál es la razón?	Porcentaje	Frecuencia
COMUNICARSE CON FAMILIA Y AMIGOS	44.41	143
POR TRABAJO	37.89	122
POR HACER NEGOCIOS	3.11	10
TRANSFERENCIAS BANCARIA	1.55	5
ESTUDIOS	1.24	4
NO CONTESTA	.31	1
NO APLICA	5.90	19
Total	94.41	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 15



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

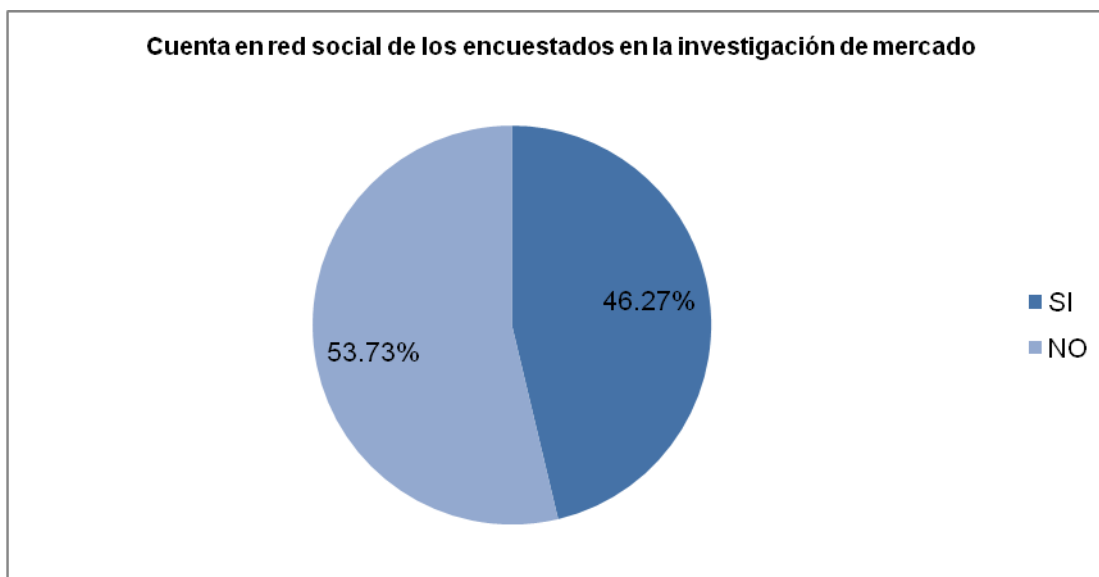
Los resultados a nivel total de la muestra dieron como resultado que un 44.41% utilizan su cuenta de correo electrónico para comunicarse con la familia y amigos, un 37.89% por razones de trabajo y un 3.11% para hacer negocios.

Tabla 41
Cuenta en red social de los encuestados en la investigación de mercado

¿Tiene cuenta en red social?	Porcentaje	Frecuencia
SI	46.27	149
NO	53.73	173
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 16



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

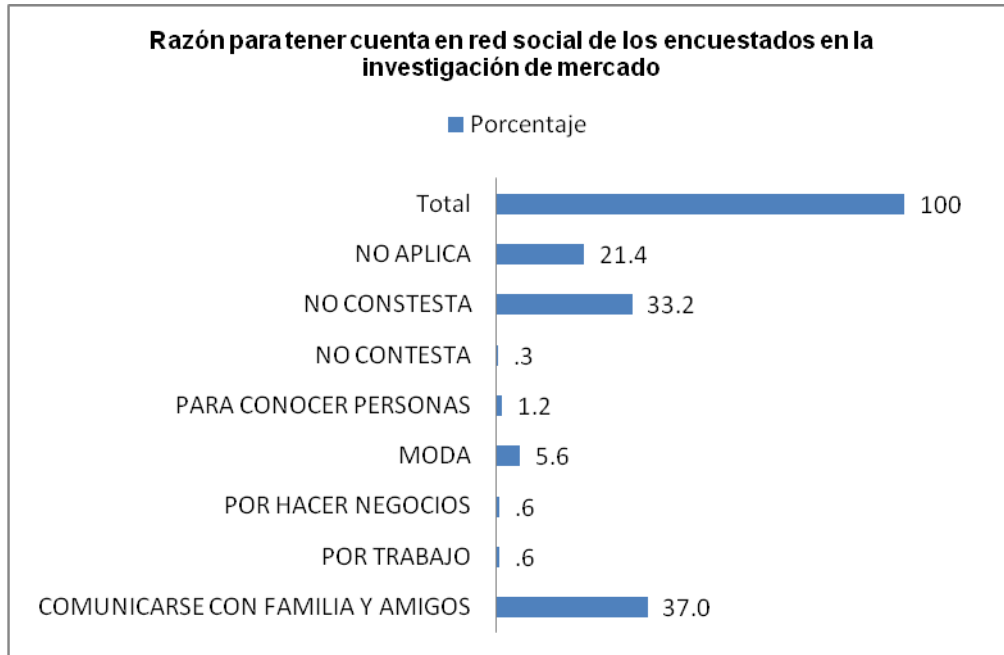
Un 46.27% de los encuestados tienen una cuenta en redes sociales, y un 53.73% no mantienen cuenta en redes sociales.

Tabla 42
Razón para tener cuenta en red social de los encuestados en la investigación de mercado

Razón para tener red social de los encuestados en la investigación de mercado	Porcentaje	Frecuencia
COMUNICARSE CON FAMILIA Y AMIGOS	36.96	119
POR TRABAJO	.62	2
POR HACER NEGOCIOS	.62	2
TRANSFERENCIAS BANCARIA	5.59	18
ESTUDIOS	1.24	4
MODA	.31	1
NO APLICA	21.43	69
Total	66.77	215

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 17



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Del total de los entrevistados que si mantienen una cuenta en una red social, un 33.2% no contestaron un 5.59% y un 5.60% por moda.

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

3.1.1 Estudio comparativo entre tipos de IFIS

Al realizar el estudio comparativo entre los tipos de IFIS, los encuestados pronunciaron como la institución más importante del país el Banco Pichincha, seguido por el banco pacifico y el Produbanco.

En el sector de cooperativas los encuestados nos indicaron como su opción de preferencia la Cooperativa Andalucía ocupando el primer lugar, seguida por la Cooperativa 29 de octubre.

Con respecto a las Mutualistas, la de mayor aceptación es la Mutualista Pichincha, seguida por la Mutualista de Ambato.

En la Banca Pública, el Banco Nacional de Fomento, tiene una cuota superior y es seguido por el Banco Ecuatoriano de la vivienda.

Por las Sociedades Financieras, Dinners Club demostró ser la líder, seguida por Unifinsa y Vazcorp.

Tabla 43
Preferencia de banco 1 de los encuestados en la investigación de mercado

Preferencia de banco 1	Porcentaje	Frecuencia
BANCO PICHINCHA	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 18



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

El 100% de nuestros encuestados debían tener como prioridad 1, el tener una cuenta en el Banco Pichincha.

Tabla 44
Preferencia del banco 2 de los encuestados en la investigación de mercado

Preferencia de banco 2	Porcentaje	Frecuencia
BP AMAZONAS	.31	1
BP AUSTRO	1.55	5
BP BOLIVARIANO	2.48	8
BP CAPITAL	.93	3
BP RUMIÑAHUI	1.24	4
BP GUAYAQUIL	7.14	23
BP INTERNACIONAL	2.17	7
BP LOJA	.31	1
BP PACIFICO	12.42	40
BP PRODUBANCO	9.01	29
BP PROAMERICA	1.55	5
BP SOLIDARIO	.31	1
NO RESPONDE	23.60	76
NO APLICA	36.96	119
Total	100.0	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 19



Fuente: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

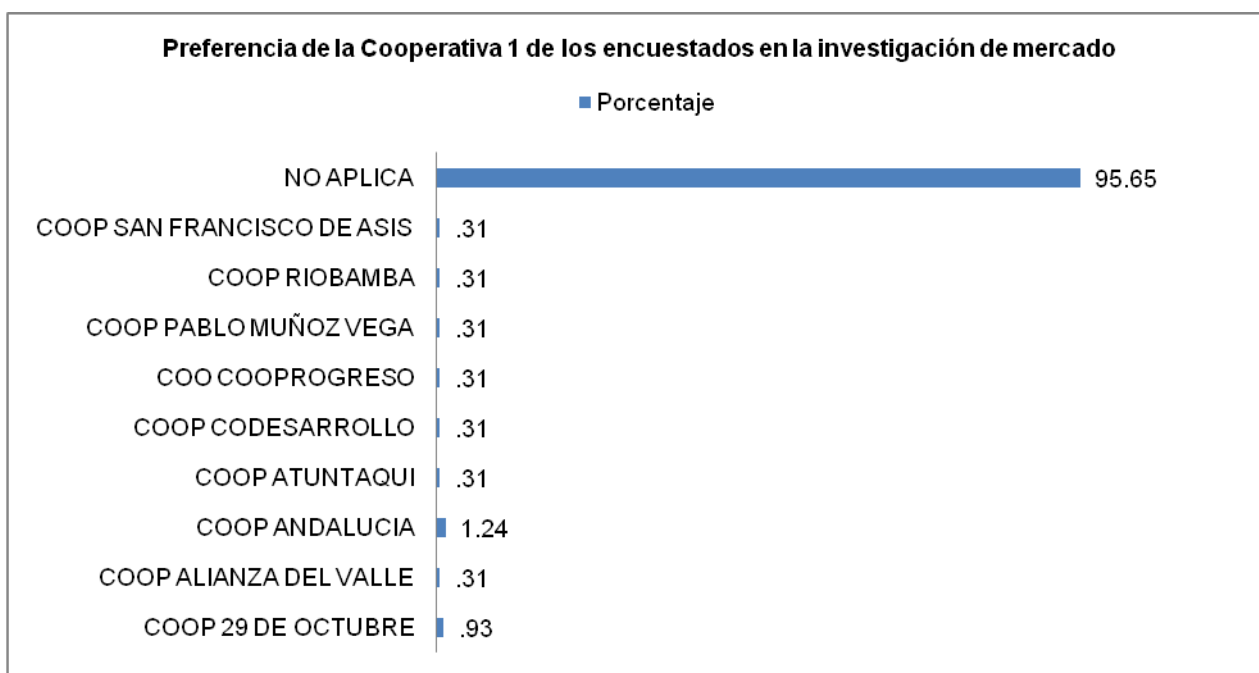
Interpretando los resultados de los encuestados, el 36.96% no tienen un segundo banco de preferencia, el 23.60 no responde y un 12.42% considera como segunda opción de Banco del Pacífico y con un porcentaje del 9.01% Produbanco.

Tabla 45
Preferencia de la Cooperativa 1 de los encuestados en la investigación de mercado

Preferencia de la Cooperativa 1	Porcentaje	Frecuencia
COOP 29 DE OCTUBRE	.93	3
COOP ALIANZA DEL VALLE	.31	1
COOP ANDALUCIA	1.24	4
COOP ATUNTAQUI	.31	1
COOP CODESARROLLO	.31	1
COO COOPROGRESO	.31	1
COOP PABLO MUÑOZ VEGA	.31	1
COOP RIOBAMBA	.31	1
COOP SAN FRANCISCO DE ASIS	.31	1
NO APLICA	95.65	308
Total	100.0	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 20



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

En un consenso global entre los entrevistados, nos damos cuenta que el 95.65% de los encuestados no tienen cuenta en una Cooperativa, un 1.24% tiene cuenta en la Cooperativa Andalucía, y 0.93% en la Cooperativa 29 de octubre; por lo tanto, nos damos cuenta que no hay una segunda opción de cooperativa en los encuestados.

Tabla 46
Preferencia de Mutualista de los encuestados en la investigación de mercado

Preferencia de mutualista	Porcentaje	Frecuencia
MUTUALISTA DE AMBATO	.31	1
MUTUALISTA PICHNCHA	4.97	16
NO APLICA	94.72	305
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 21



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

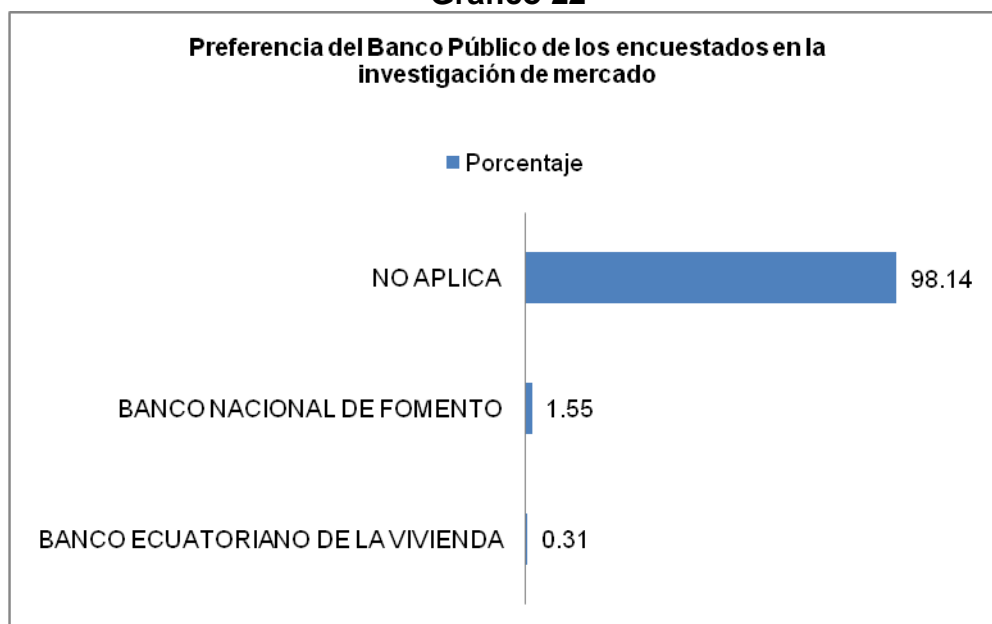
El 94.72% de los entrevistados, no tienen una cuenta en una mutualista, el 4.97% tienen cuenta en la mutualista pichincha y un 0.31% en la Mutualista de Ambato.

Tabla 47
Preferencia del Banco Público de los encuestados en la investigación de mercado

Preferencia del Banco Público	Porcentaje	Frecuencia
BANCO ECUATORIANO DE LA VIVIENDA	0.31	1
BANCO NACIONAL DE FOMENTO	1.55	5
NO APLICA	98.14	316
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 22



Fuente: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

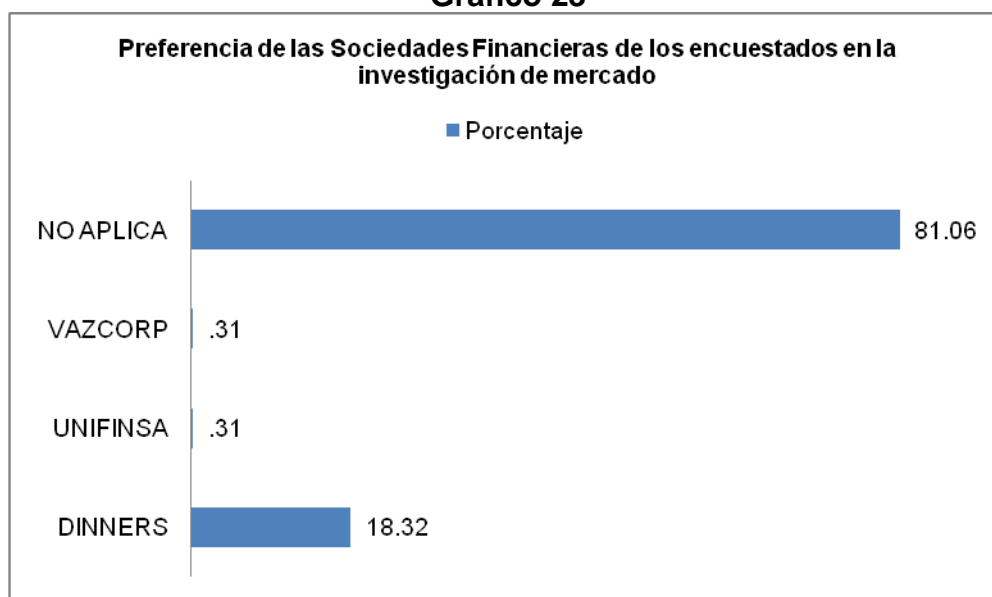
Un 98.14% de los entrevistados no tiene cuentas en la Banca Pública, un 1.55% tiene cuenta en el Banco Nacional de Fomento y un 0.31% en el Banco Ecuatoriano de la vivienda.

Tabla 48
Preferencia de las Sociedades Financieras de los encuestados en la investigación de mercado

Preferencia de las Sociedades Financieras	Porcentaje	Frecuencia
DINNERS	18.32	59
UNIFINSA	.31	1
VAZCORP	.31	1
NO APLICA	81.06	261
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 23



Fuente: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

Podemos darnos cuenta que el 81.06% de los encuestados no tienen ninguna relación con las sociedades financieras, el 18.32% mantienen una cuenta con dinners y el 0.31% tienen cuenta en vazcorp y unifinsa.

3.1.2 Estudio comparativo entre productos y servicios

A partir de los resultados, se pudo observar que el producto financiero de mayor acogida entre los encuestados fue la cuenta de ahorros registrando en el banco pichincha un 79.19%, y en los otros bancos un 22%; en el sector de cooperativas 3.73%; en las mutualistas 4.04%; y en la banca pública 0.93%.

Se pudo observar a través del análisis de la forma cruzada de las variables de preferencia de productos entre las diferentes IFIS, que los encuestados tienen un producto financiero que generalmente es la cuenta de ahorros, debido a que son consideradas requisitos indispensables para la acreditación de sueldos, jubilaciones, créditos hipotecarios, etc.; adicionalmente, la causa por la que las personas utilizan este producto, es por el crecimiento sostenido que se instauró en la dolarización porque con esto se dio mayor estabilidad a la economía. A pesar de que este producto financiero es el más utilizado, los incentivos para el ahorro en el sector financiero ecuatoriano son bajos, debido a que las tasas pasivas no responden a lo que desean los encuestados, esto fue lo que nos indicaron los encuestados en las entrevistas realizadas.

El segundo producto financiero de mayor preferencia en el banco pichincha es la cuenta corriente con un 18.01%, y el mismo producto financiero en los otros bancos con un 10.2%.

Para los servicios financieros según el estudio realizado, refleja que la prioridad el más utilizado es la transferencia bancaria: banco pichincha tiene un 60.60%, los otros bancos con 14.60%, las cooperativas con 1.90%, y las mutualistas 1.2%; en la banca pública con 0.30% es el cheque de gerencia que tiene mayor preferencia.

Entre las causas encontradas para la preferencia por estos servicios financieros son: facilidad del internet para poder realizar las transacciones bancarias por esta vía, por tiempo, por seguridad y por rapidez. Para el uso de la tarjeta de débito las causas principales encontradas son las facilidades para cancelación de productos y servicios

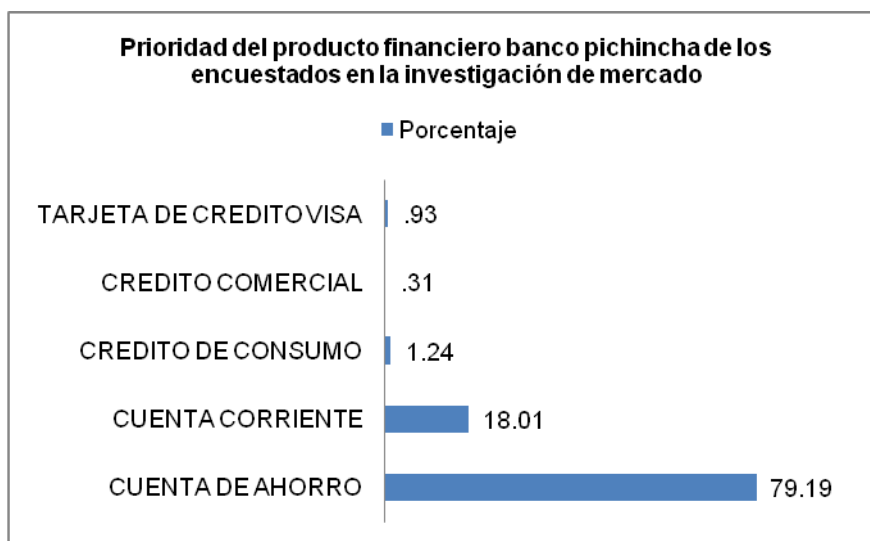
que ofrece la banca privada por convenios con instituciones dedicadas al consumo y comercio.

Tabla 49
Prioridad del producto financiero de Banco Pichincha de los encuestados en la investigación de mercado

Prioridad del producto financiero de Banco Pichincha	Porcentaje	Frecuencia
CUENTA DE AHORRO	79.19	255
CUENTA CORRIENTE	18.01	58
CREDITO DE CONSUMO	1.24	4
CREDITO COMERCIAL	.31	1
TARJETA DE CREDITO VISA	.93	3
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 24



Fuente: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

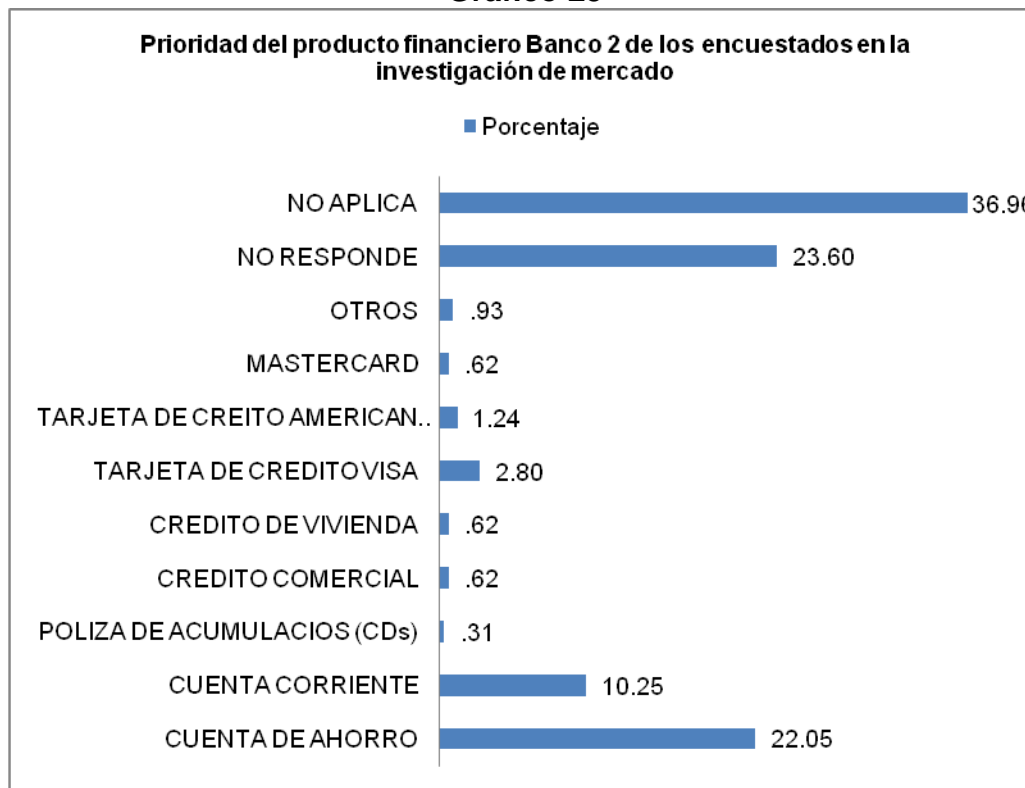
Del total de la muestra seleccionada, el 79.19% menciona que la cuenta de ahorros es el producto financiero que más les gusta, el 18.01% nos indican que son las cuentas corrientes y un 1.24% es el crédito de consumo.

Tabla 50
Prioridad del producto financiero del Banco 2 de los encuestados en la investigación de mercado

Prioridad del producto financiero del Banco 2	Porcentaje	Frecuencia
CUENTA DE AHORRO	22.05	71
CUENTA CORRIENTE	10.25	33
POLIZA DE ACUMULACIOS (CDs)	.31	1
CREDITO COMERCIAL	.62	2
CREDITO DE VIVIENDA	.62	2
TARJETA DE CREDITO VISA	2.80	9
TARJETA DE CREDITO AMERICAN EXPRESS	1.24	4
MASTERCARD	.62	2
OTROS	.93	3
NO RESPONDE	23.60	76
NO APLICA	36.96	119
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 25



Fuente: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

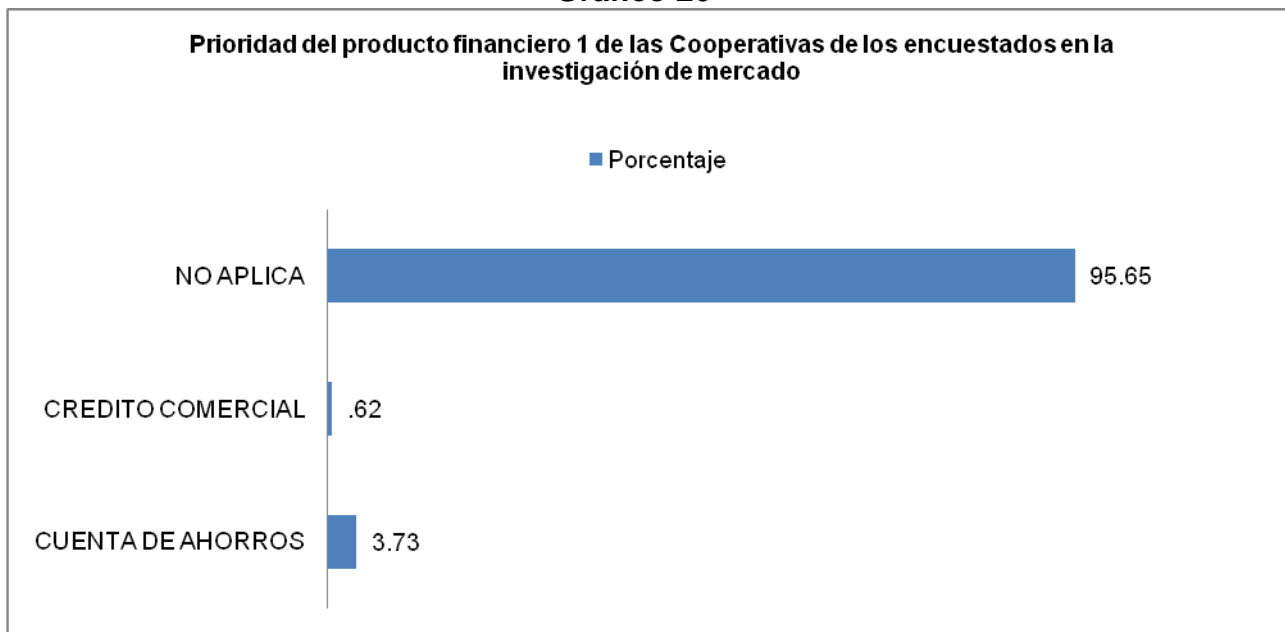
Referente a la prioridad del producto financiero del Banco 2 respecto de la totalidad de los encuestados, podemos indicar que el 36.96% no aplica, el 23.60% no responde y el 22.05% en cuenta de ahorro.

Tabla 51
Prioridad del producto financiero 1 de las Cooperativas de los encuestados en la investigación de mercado

Prioridad del producto financiero 1 de las Cooperativas	Porcentaje	Frecuencia
CUENTA DE AHORROS	3.73	12
CREDITO COMERCIAL	.62	2
NO APLICA	95.65	308
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 26



Fuente: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

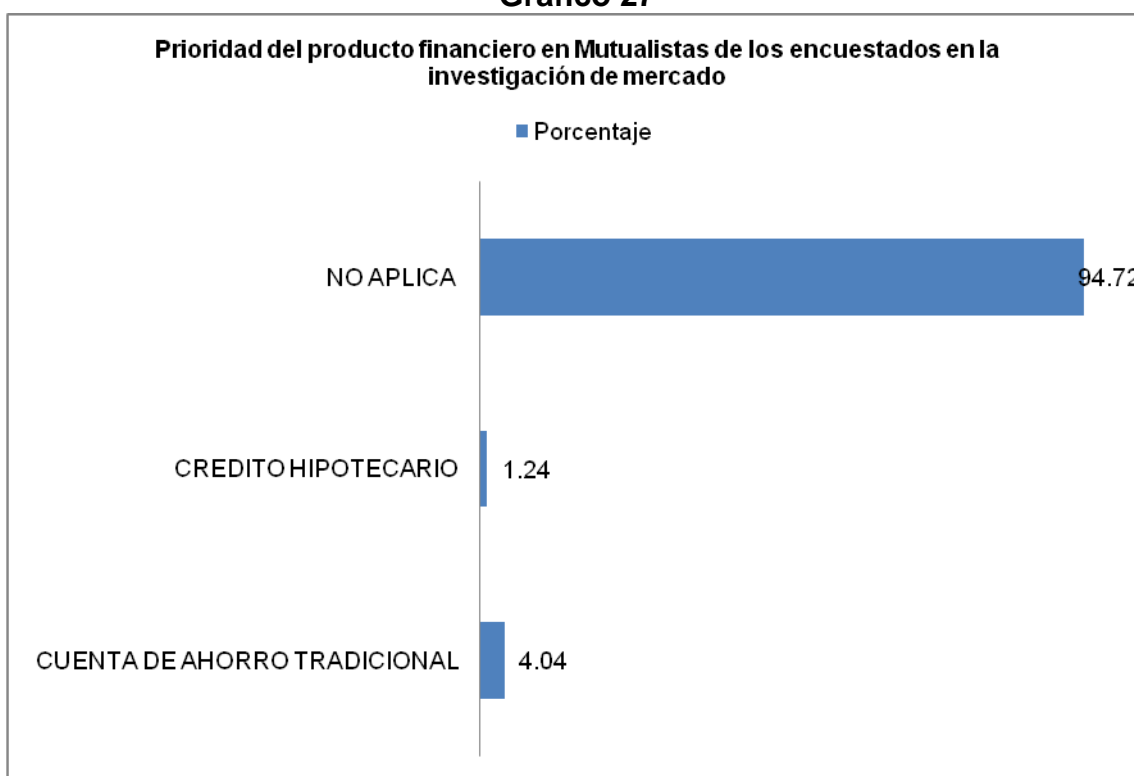
Como se puede notar, los parámetros de los encuestados nos demuestran que el 95.65% no tienen un producto financiero en una cooperativa, el 3.73% tienen una cuenta de ahorros y el 0.62% considera que el crédito comercial es el producto financiero de su preferencia.

Tabla 52
Prioridad del producto financiero en Mutualistas de los encuestados en la investigación de mercado

Prioridad del producto financiero en Mutualistas	Porcentaje	Frecuencia
CUENTA DE AHORRO TRADICIONAL	4.04	13
CREDITO HIPOTECARIO	1.24	4
NO APLICA	94.72	305
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 27



Fuente: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

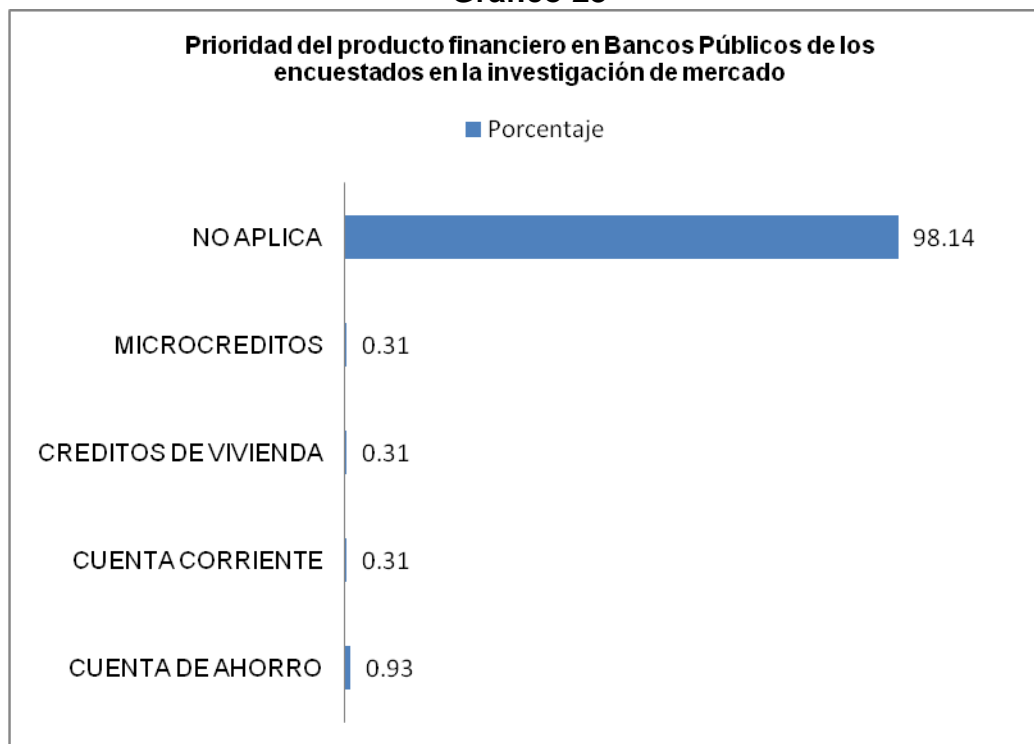
Del total de la muestra podemos indicar que en el caso de las Mutualistas, el 94.72% de los encuestados no tienen un producto en esta institución financiera, el 4.04% prefieren una cuenta de ahorro tradicional y un 1.24% en crédito hipotecario.

Tabla 53
Prioridad del producto financiero en Bancos Públicos de los encuestados en la investigación de mercado

Prioridad del producto financiero en Bancos Públicos	Porcentaje	Frecuencia
CUENTA DE AHORRO	0.93	3
CUENTA CORRIENTE	0.31	1
CREDITOS DE VIVIENDA	0.31	1
MICROCREDITOS	0.31	1
NO APLICA	98.14	316
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 28



Fuente: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

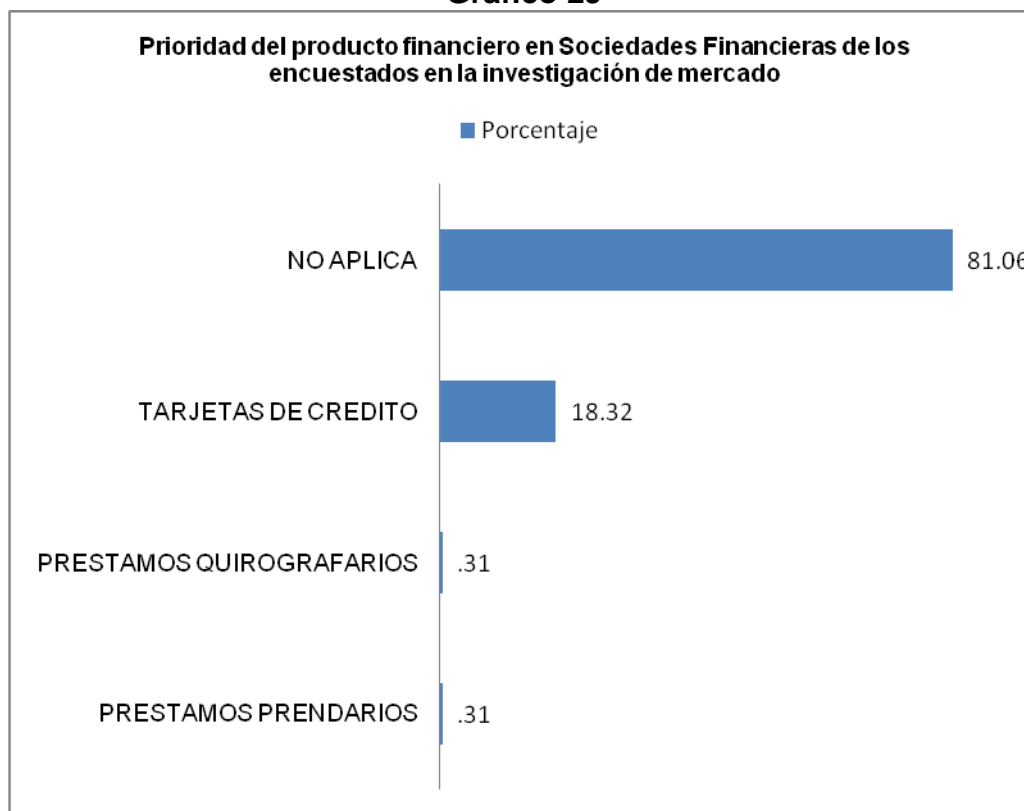
El 98.14% del total de la muestra, nos indica que los entrevistados tienen preferencia de los productos financieros en la banca pública, el 0.93% tienen cuenta de ahorros y el 0.31% consideran a los microcréditos, los créditos de vivienda y la cuenta corriente.

Tabla 54
Prioridad del producto financiero en Sociedades Financieras de los encuestados en la investigación de mercado

Prioridad del producto financiero en Sociedades Financieras	Porcentaje	Frecuencia
PRESTAMOS PRENDARIOS	.31	1
PRESTAMOS QUIROGRAFARIOS	.31	1
TARJETAS DE CREDITO	18.32	59
NO APLICA	81.06	261
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 29



Fuente: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

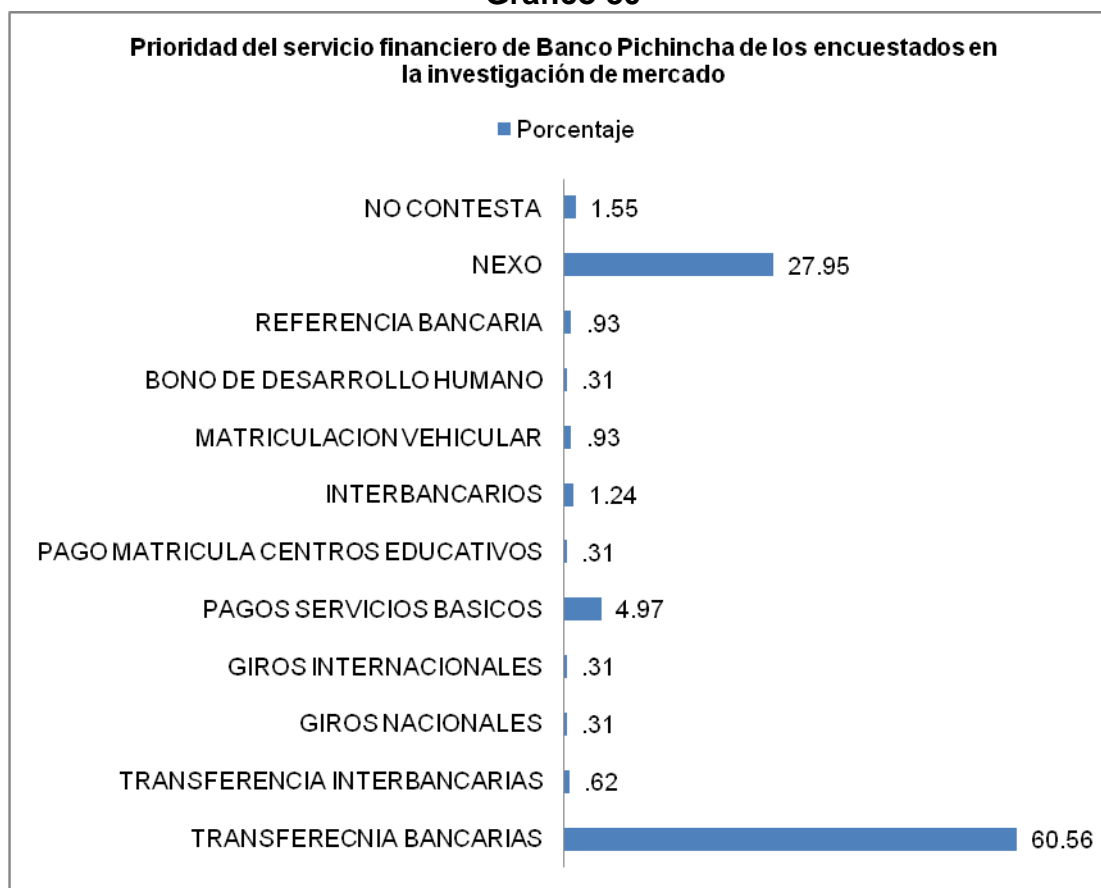
El 81.06% de los encuestados no tienen preferencia de un producto financiero en las Sociedades Financieras, el 18.32% tiene preferencia por las tarjetas de crédito y el 0.31% tiene preferencia en los préstamos quirografarios y prendarios.

Tabla 55
Prioridad del servicio financiero de Banco Pichincha de los encuestados en la investigación de mercado

Prioridad del servicio financiero de Banco Pichincha	Porcentaje	Frecuencia
TRANSFERECNIA BANCARIAS	60.56	195
TRANSFERENCIA INTERBANCARIAS	.62	2
GIROS NACIONALES	.31	1
GIROS INTERNACIONALES	.31	1
PAGOS SERVICIOS BASICOS	4.97	16
PAGO MATRICULA CENTROS EDUCATIVOS	.31	1
INTERBANCARIOS	1.24	4
MATRICULACION VEHICULAR	.93	3
BONO DE DESARROLLO HUMANO	.31	1
REFERENCIA BANCARIA	.93	3
NEXO	27.95	90
NO CONTESTA	1.55	5
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 30



Fuente: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

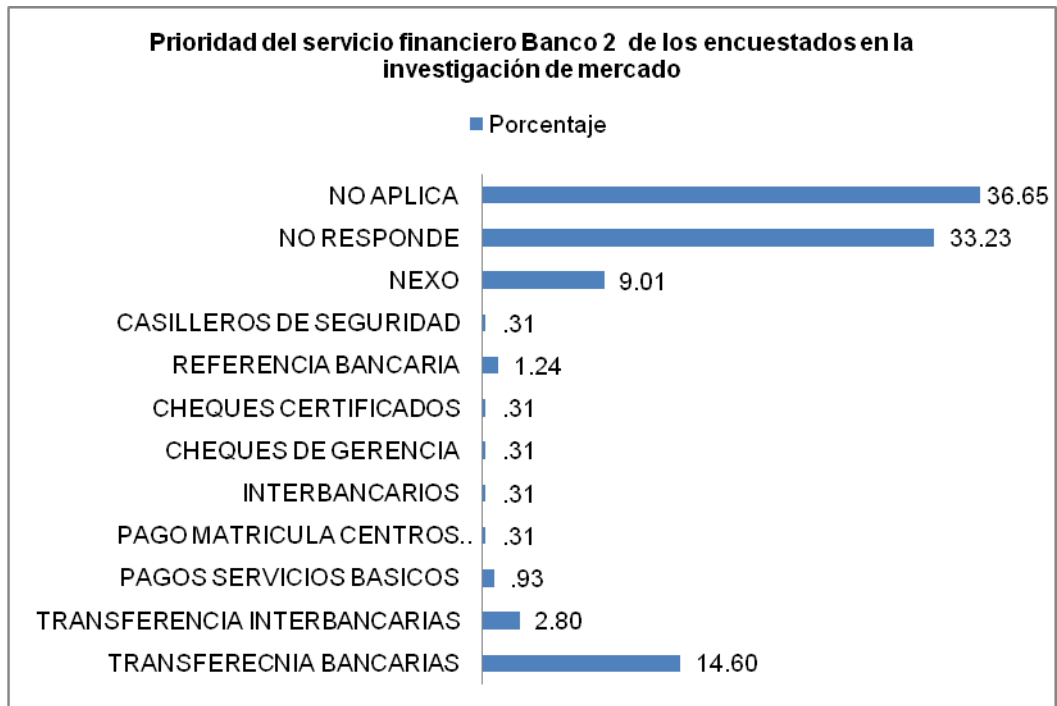
Del total de los entrevistados, el 60.56% consideran como prioridad de servicio financiero de Banco Pichincha las transferencias bancarias, el 27.95% las tarjetas nexo y un 4.97% los pagos de servicios básicos.

Tabla 56
Prioridad del servicio financiero Banco 2 de los encuestados en la investigación de mercado

Prioridad del servicio financiero banco 2 de los encuestados en la investigación de mercado	Porcentaje	Frecuencia
TRANSFERECNIA BANCARIAS	14.60	47
TRANSFERENCIA INTERBANCARIAS	2.80	9
PAGOS SERVICIOS BASICOS	.93	3
PAGO MATRICULA CENTROS EDUCATIVOS	.31	1
INTERBANCARIOS	.31	1
CHEQUES DE GERENCIA	.31	1
CHEQUES CERTIFICADOS	.31	1
REFERENCIA BANCARIA	1.24	4
CASILLEROS DE SEGURIDAD	.31	1
NEXO	9.01	29
NO RESPONDE	33.23	107
NO APLICA	36.65	118
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 31



Fuente: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

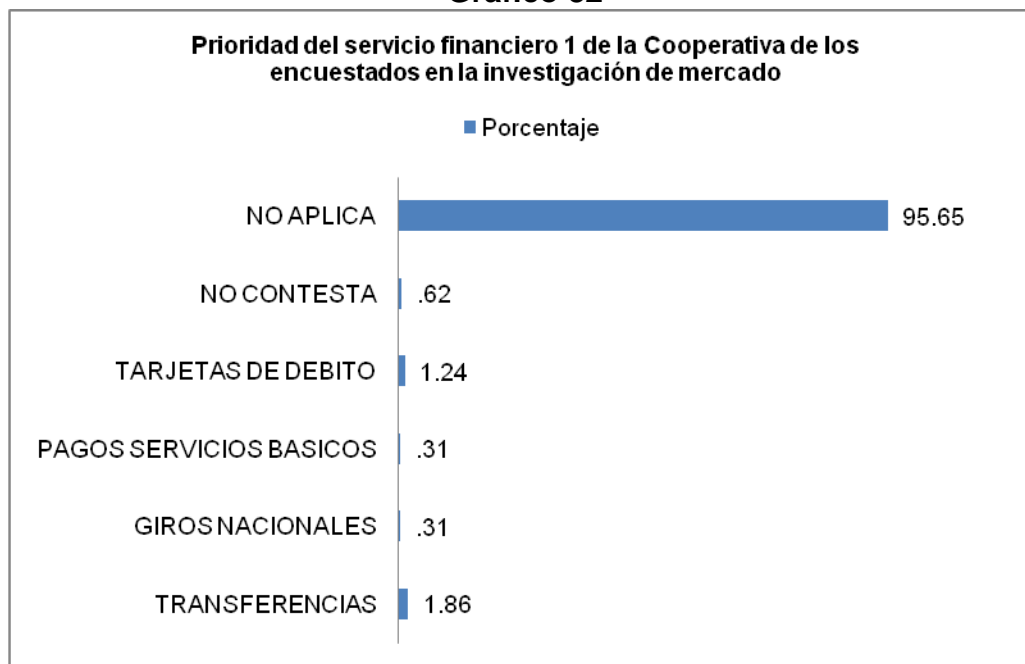
De la muestra total, el 36.65% no tienen un servicio de preferencia, el 33.23% no respondieron, y el 14.60% las transferencias bancarias.

Tabla 57
Prioridad del servicio financiero 1 de la Cooperativa de los encuestados en la investigación de mercado

Prioridad del servicio financiero 1 de la Cooperativa	Porcentaje	Frecuencia
TRANSFERENCIAS	1.86	6
GIROS NACIONALES	.31	1
PAGOS SERVICIOS BASICOS	.31	1
TARJETAS DE DEBITO	1.24	4
NO CONTESTA	.62	2
NO APLICA	95.65	308
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 32



Fuente: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

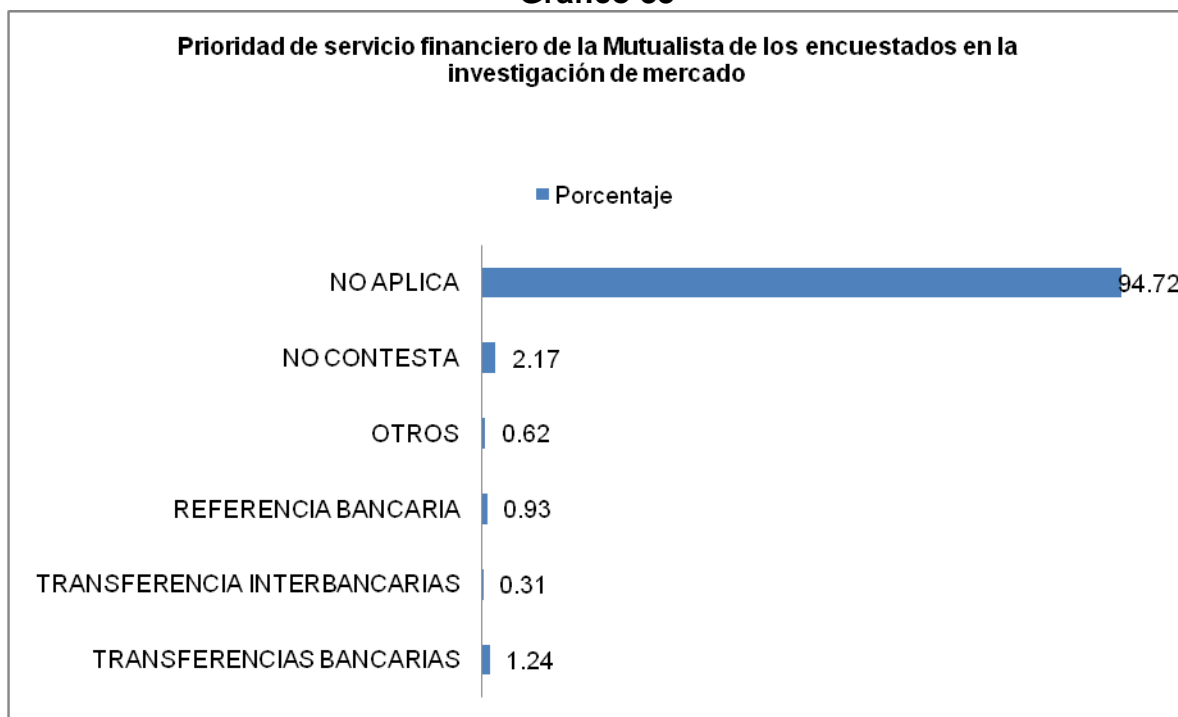
Del total de la muestra, un 95.65% no aplica a la preferencia de servicio financieros de las cooperativas, 1.86% tienen preferencia por las transferencias y el 1.24% las tarjetas de debito.

Tabla 58
Prioridad de servicio financiero de la Mutualista de los encuestados en la investigación de mercado

Prioridad de servicio financiero de la Mutualista	Porcentaje	Frecuencia
TRANSFERENCIAS BANCARIAS	1.24	4
TRANSFERENCIA INTERBANCARIAS	0.31	1
REFERENCIA BANCARIA	0.93	3
OTROS	0.62	2
NO CONTESTA	2.17	7
NO APLICA	94.72	305
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 33



Fuente: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

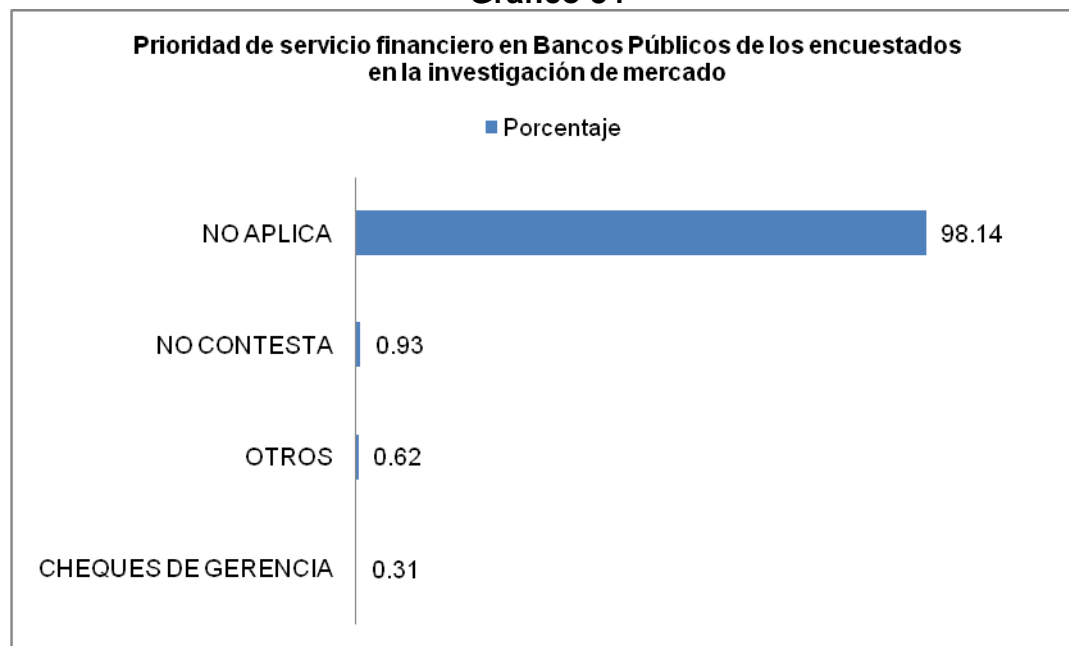
Del total de la muestra encuestada, el 94.72% no tienen una prioridad de servicio financiero de la mutualista, el 2.17% no contesta y 1.24% las transferencias bancarias.

Tabla 59
Prioridad de servicio financiero en Bancos Públicos de los encuestados en la investigación de mercado

Prioridad de servicio financiero en Bancos Públicos	Porcentaje	Frecuencia
CHEQUES DE GERENCIA	0.31	1
OTROS	0.62	2
NO CONTESTA	0.93	3
NO APLICA	98.14	316
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 34



Fuente: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

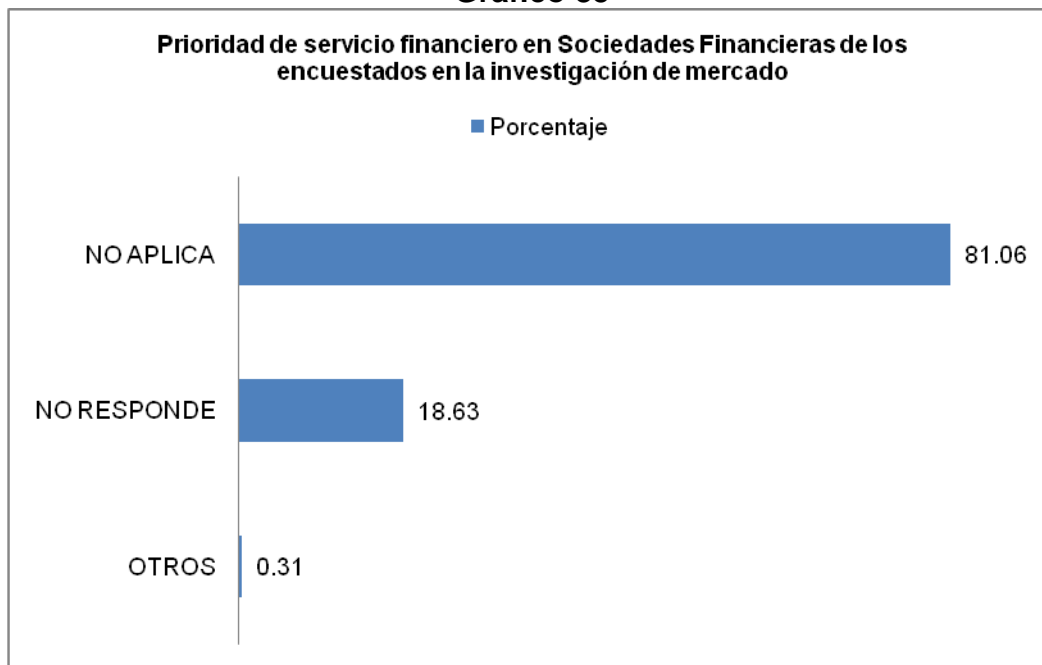
El porcentaje de los entrevistados que no aplican por la prioridad de servicio financiero en banca pública es de 98.14, el 0.93% no contesta y el 0.62% prefirió otros.

Tabla 60
Prioridad de servicio financiero en Sociedades Financieras de los encuestados en la investigación de mercado

Prioridad de servicio financiero en sociedades financieras	Porcentaje	Frecuencia
OTROS	0.31	1
NO RESPONDE	18.63	60
NO APLICA	81.06	261
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 35



Fuente: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

Los resultados a nivel del total de la muestra dieron como resultado que un 81.06% no tienen prioridad de servicio financiero en sociedades financieras, 18.63% no respondieron y 0.31% otros.

3.2 La comunicación con el cliente y servicio al cliente

3.2.1 Comunicación con el cliente

De acuerdo a los porcentajes obtenidos de los encuestados, el primer canal de comunicación sigue siendo la visita del cliente física al banco, pese a la serie de canales que han sido desarrollados hoy en día como son banca virtual, vía telefónica, mails, y medios escritos. El segundo canal de comunicación es por medio de la vía telefónica, según los encuestados es el manera en que más rápido pueden comunicarse para pedir cualquier información o denunciar robos, solicitar bloqueos, etc., lo consideran la mejor manera de poder solicitar ayuda en caso de tener alguna emergencia financiera.

Tabla 61
Canal de comunicación con Banco Pichincha de los encuestados en la investigación de mercado

Canal de comunicación con Banco Pichincha	Porcentaje	Frecuencia
FISICO (VOY AL BANCO)	77.64	250
UN FUNCIONARIO DEL BANCO ME VISITA	.31	1
A TRAVES DEL TELEFONO	10.56	34
A TRAVES DE BANCA VIRTUAL	10.25	33
NO RESPONDE	1.24	4
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 36



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

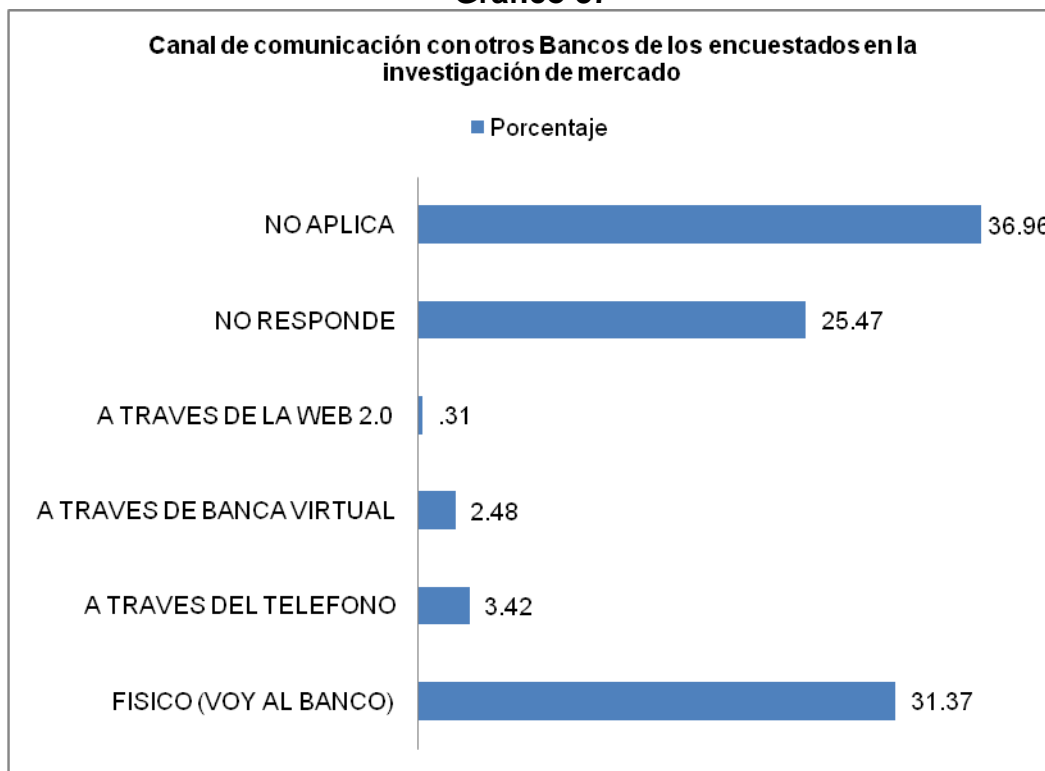
Con Banco Pichincha el porcentaje de utilización del canal de comunicación es la visita al banco con 77.64% seguida por la llamada telefónica con 10.56% y 10.25% a través de la banca virtual.

Tabla 62
Canal de comunicación con otros Bancos de los encuestados en la investigación de mercado

Canal de comunicación con otros Bancos	Porcentaje	Frecuencia
FISICO (VOY AL BANCO)	31.37	101
A TRAVES DEL TELEFONO	3.42	11
A TRAVES DE BANCA VIRTUAL	2.48	8
A TRAVES DE LA WEB 2.0	.31	1
NO RESPONDE	25.47	82
NO APLICA	36.96	119
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 37



Fuente: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

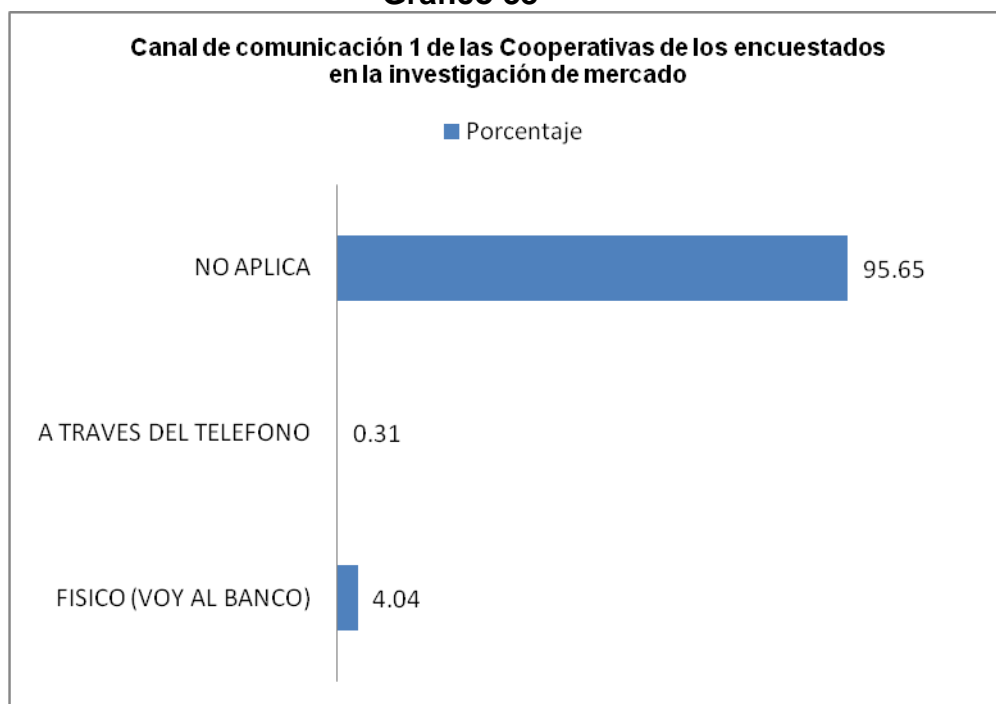
En otros Bancos el 36.96% no aplica, el 31,37% el canal de comunicación de los entrevistados es la visita física al banco con un porcentaje, y vía telefónica 3.4%.

Tabla 63
Canal de comunicación 1 de las Cooperativas de los encuestados en la investigación de mercado

Canal de comunicación 1 de las Cooperativas	Porcentaje	Frecuencia
FISICO (VOY AL BANCO)	4.04	13
A TRAVES DEL TELEFONO	0.31	1
NO APLICA	95.65	308
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 38



Fuente: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

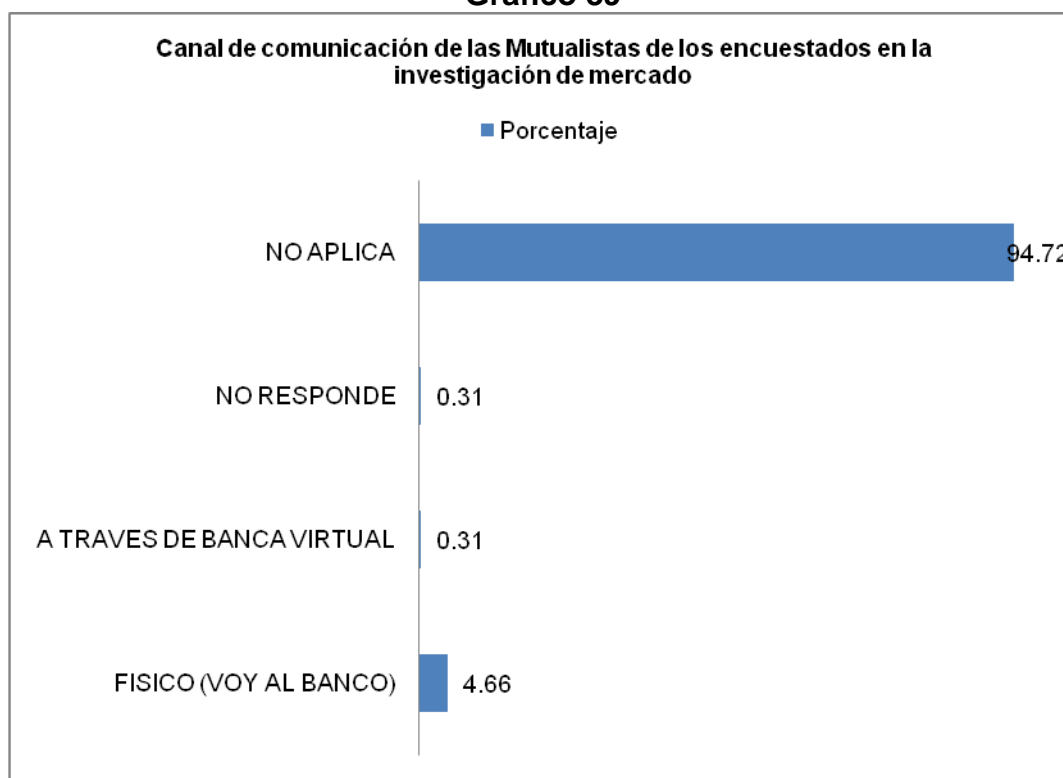
Un 95.65% de la muestra resultó no tener canal de comunicación con las Cooperativas, 4.04% visita física y el 0.31% a través del teléfono.

Tabla 64
Canal de comunicación de las Mutualistas de los encuestados en la investigación de mercado

Canal de comunicación de las Mutualistas	Porcentaje	Frecuencia
FISICO (VOY AL BANCO)	4.66	15
A TRAVES DE BANCA VIRTUAL	0.31	1
NO RESPONDE	0.31	1
NO APLICA	94.72	305
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 39



Fuente: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

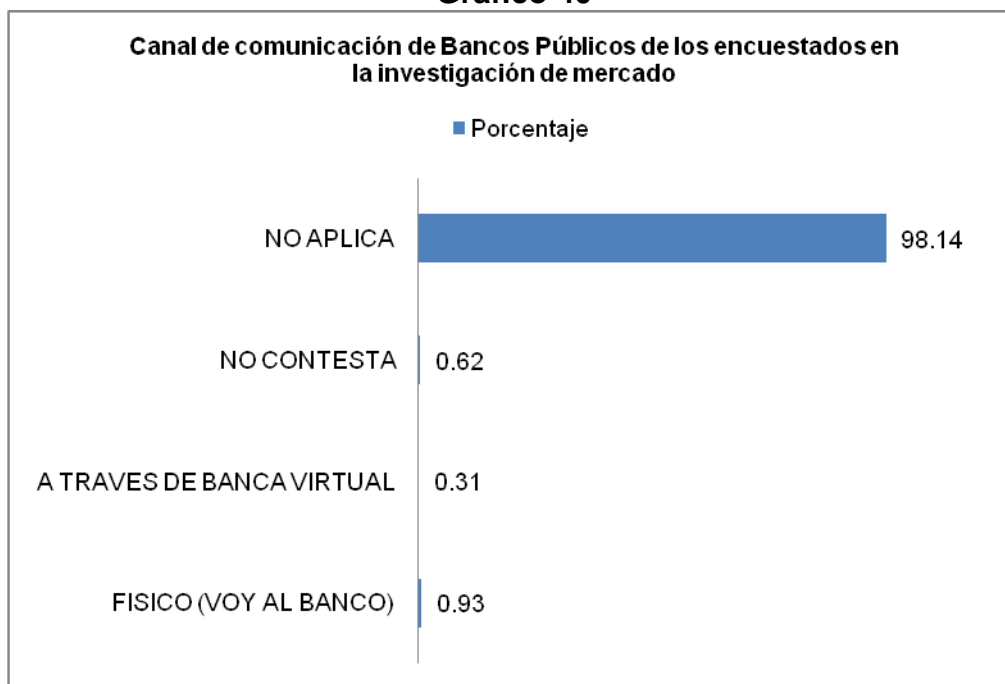
Como canal de comunicación de los encuestados con las mutualistas, el 94.72% no aplican, el 4.66% es la visita física y 0.31% a través de la banca virtual.

Tabla 65
Canal de comunicación de Bancos Públicos de los encuestados en la investigación de mercado

Canal de comunicación de Bancos Públicos	Porcentaje	Frecuencia
FISICO (VOY AL BANCO)	0.93	3
A TRAVES DE BANCA VIRTUAL	0.31	1
NO CONTESTA	0.62	2
NO APLICA	98.14	316
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 40



Fuente: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

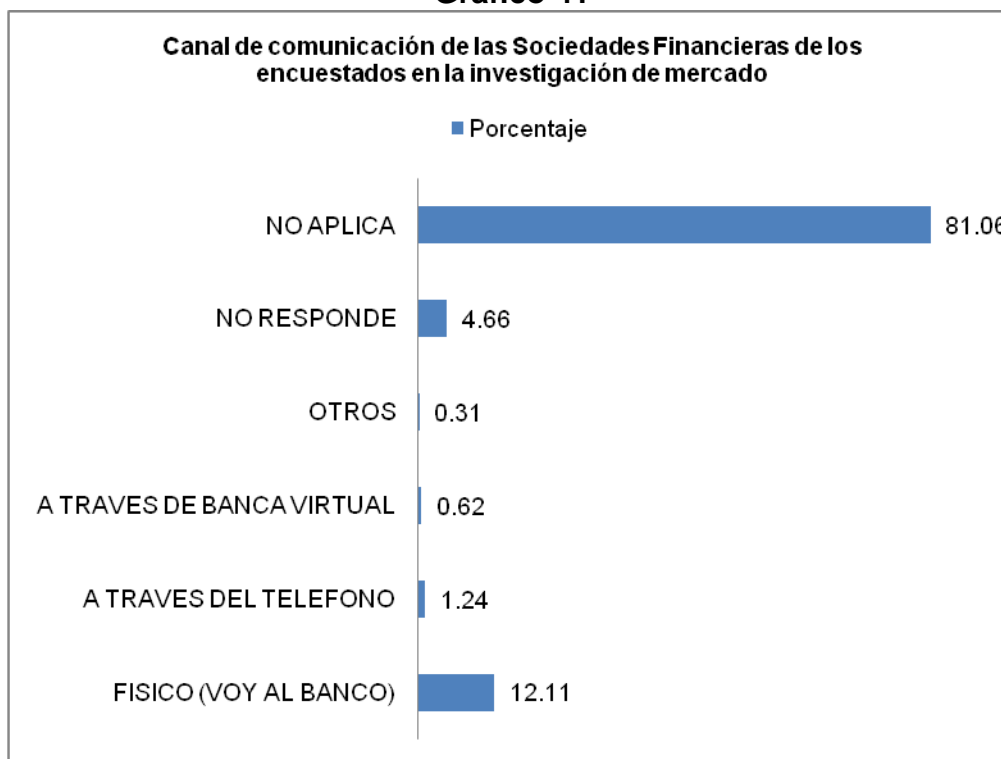
Del total de la muestra, el 98.14% de los encuestados no aplican a esta pregunta, el 0.93% se comunica con la Banca pública de manera física, el 0.62% no contesta.

Tabla 66
Canal de comunicación de las Sociedades Financieras de los encuestados en la investigación de mercado

Canal de comunicación de las Sociedades Financieras	Porcentaje	Frecuencia
FISICO (VOY AL BANCO)	12.11	39
A TRAVES DEL TELEFONO	1.24	4
A TRAVES DE BANCA VIRTUAL	0.62	2
OTROS	0.31	1
NO RESPONDE	4.66	15
NO APLICA	81.06	261
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 41



Fuente: Investigación de mercado
 Elaborado por: Autoras de la Tesis

El nivel de encuestados que no aplican para esta pregunta en las Sociedades Financieras es de 81.06%, el 12.11 van de manera física, el 4.66% no responde.

3.2.2 Servicio al cliente

La información recopilada de las encuestas realizadas es la siguiente: el Banco Pichincha tiene una calificación buena, la razón atribuida a esta percepción de los encuestados es que deben mejorar en servicios al cliente, argumentan que a pesar de que tienen muchas oficinas y sucursales, la gran afluencia del público hace que haya demoras en el servicio. La razón por la que los encuestados pertenecen a esta institución financiera son: la solidez, tradición y recomendación, porque debido a que el Banco Pichincha, es el mayor banco del país, su trayectoria durante estos años ha demostrado ser un banco confiable, y con una larga historia por esto recomiendan tener sus cuentas en ese banco. Otro variable que tomamos en cuenta es que los encuestados son clientes de este banco más de 6 años.

Con respecto a los otros Bancos, los encuestados nos indicaron que deben mejorar los servicios hacia el cliente, pero podemos indicar que estos Bancos tienen una aceptación mayor en lo que respecta al Banco Pichincha, porque en la segunda variable para calificar sus servicios nos indican que consideran que está todo bien, las razones por la que son clientes de estas instituciones son solidez y recomendación. Comparando con el Banco Pichincha estos Bancos no son calificados como tradicionales. La calificación otorgada por los encuestados de estas Instituciones Financieras es de muy buenos. Los clientes poseen sus cuentas desde más de seis años.

Para el análisis de las Cooperativas su calificación es de muy buena solicitando mejoras en relación al servicio del cliente, de productos y servicios financieros. Las razones indicadas para ser cliente de estas Instituciones Financieras fueron la solidez y cobertura indicando que desearían mayores oficinas y sucursales para realizar sus transacciones, además, los encuestados acudieron a las Cooperativas después de la crisis financiera ocurrida en el año 2000, la cual afectó la imagen de los Bancos.

Las Mutualistas tienen un empate en la calificación de los encuestados, las consideran buenas y muy buenas, las razones por las que son clientes son solidez y tradición; en

relación con las mejoras solicitadas está el servicio al cliente y la tecnología; el tiempo que los encuestados pertenecen a esta institución es de más de 6 años, debido a que son instituciones creadas para otorgar préstamos de vivienda.

En el caso de la Banca Pública los clientes tiene una antigüedad de 1 a 6 años y la califican como buena, las razones para pertenecer a este sector de la Banca Pública son: solvencia, tradición y cobertura. Las mejoras solicitadas son imagen corporativa, servicio al cliente y recursos humanos.

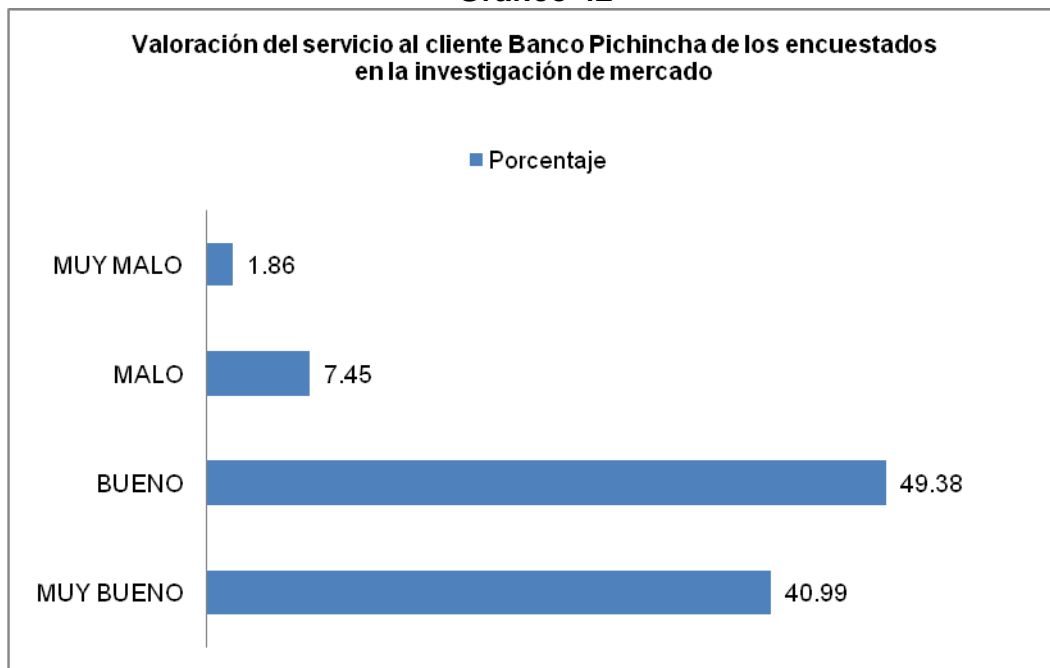
Las Sociedades Financieras son calificadas como muy buenas, los clientes tiene una antigüedad de 4 a 6 años, la razón principal por ser miembros de esta institución es por su solidez; con respecto a las mejoras la gran mayoría coincide en que todo está bien con un leve porcentaje que nos indica que deben mejorar el servicio al cliente.

Tabla 67
Valoración del servicio al cliente Banco Pichincha de los encuestados en la investigación de mercado

Valoración del servicio cliente Banco Pichincha	Porcentaje	Frecuencia
MUY BUENO	40.99	132
BUENO	49.38	159
MALO	7.45	24
MUY MALO	1.86	6
NO RESPONDE	.31	1
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 42



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Del total de la muestra, el 49.38% indica que el servicio al cliente del Banco Pichincha es bueno.

Tabla 68
Mejoras Banco Pichincha de los encuestados en la investigación de mercado

Mejoras Banco Pichincha	Porcentaje	Frecuencia
MEJORAS EN LOS PRODUCTOS Y SS FINANCIEROS	11.80	38
MEJORA IMAGEN INSTITUCIONAL	7.45	24
MEJORA SERVICIOS AL CLIENTE	40.99	132
MEJORA RECURSO HUMANO	7.76	25
MEJORA TECNOLOGIA	6.52	21
MEJORA TRAMITOLOGIA	4.04	13
COSTOS	4.04	13
TODO BIEN	11.80	38
NO RESPONDE	5.28	17
NO APLICA	.31	1
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 43



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

El 40.99% de los entrevistados, nos han indicado que el banco pichincha debe mejorar en servicio al cliente, el 11.80% que deben mejorar en los productos y servicios financieros y un 11.80% considera que todo está bien.

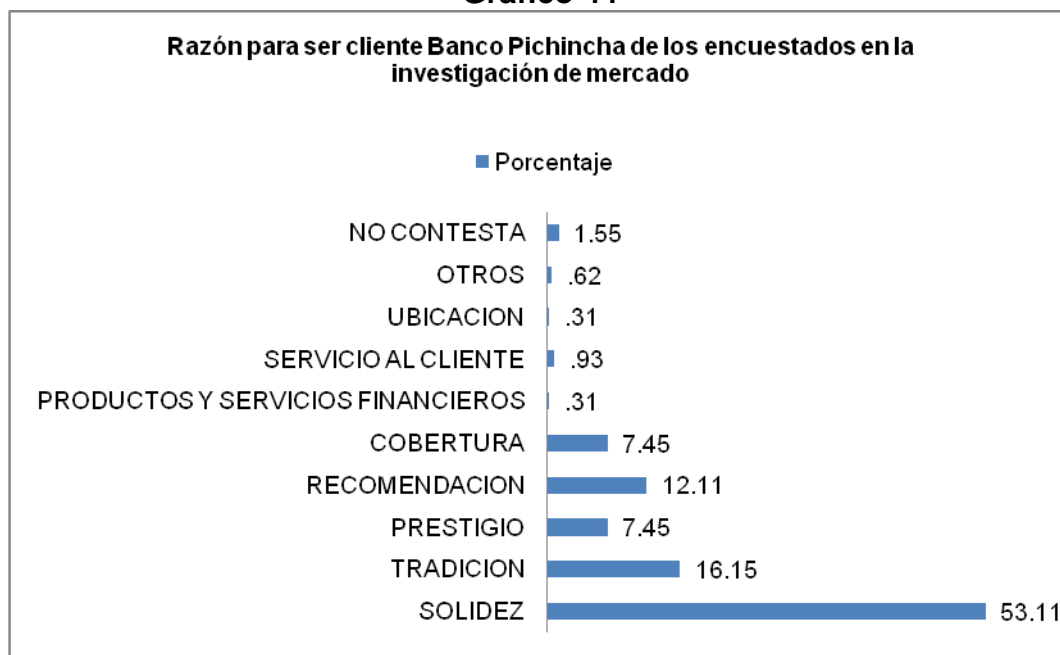
Tabla 69

Razón para ser cliente Banco Pichincha de los encuestados en la investigación de mercado

Razón para ser cliente Banco Pichincha	Porcentaje	Frecuencia
SOLIDEZ	53.11	171
TRADICION	16.15	52
PRESTIGIO	7.45	24
RECOMENDACION	12.11	39
COBERTURA	7.45	24
PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS	.31	1
SERVICIO AL CLIENTE	.93	3
UBICACION	.31	1
OTROS	.62	2
NO CONTESTA	1.55	5
Total	100.00	322.0

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 44



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

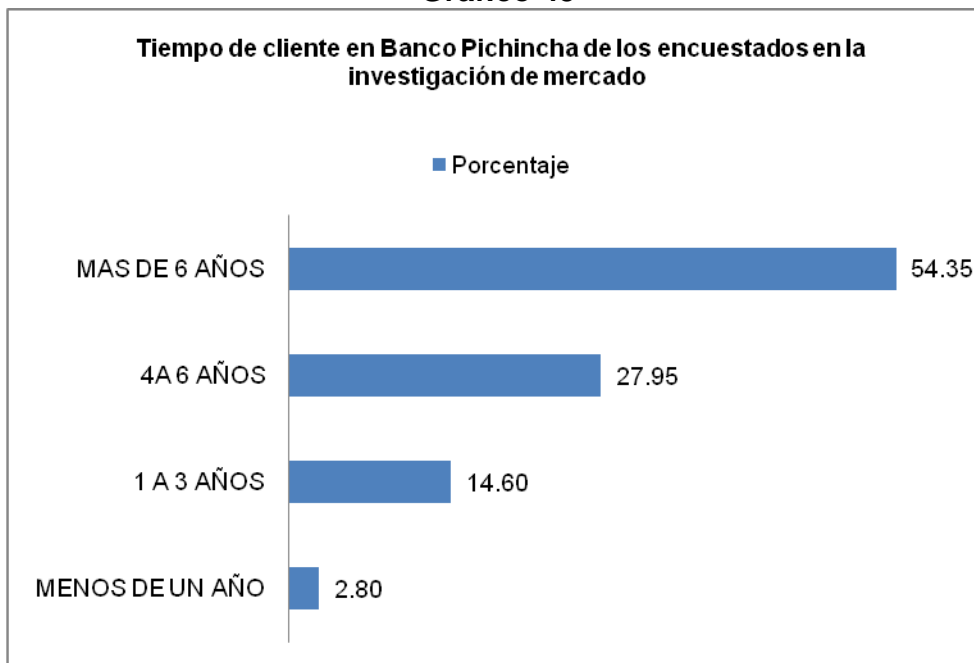
Entre las razones que los entrevistados consideraron para ser clientes del banco pichincha, la solidez con 53.11%, 16.15% tradición y 12.11% recomendación.

Tabla 70
Tiempo de cliente en Banco Pichincha de los encuestados en la investigación de mercado

Tiempo de cliente en Banco Pichincha	Porcentaje	Frecuencia
MENOS DE UN AÑO	2.80	9
1 A 3 AÑOS	14.60	47
4 A 6 AÑOS	27.95	90
MAS DE 6 AÑOS	54.35	175
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 45



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

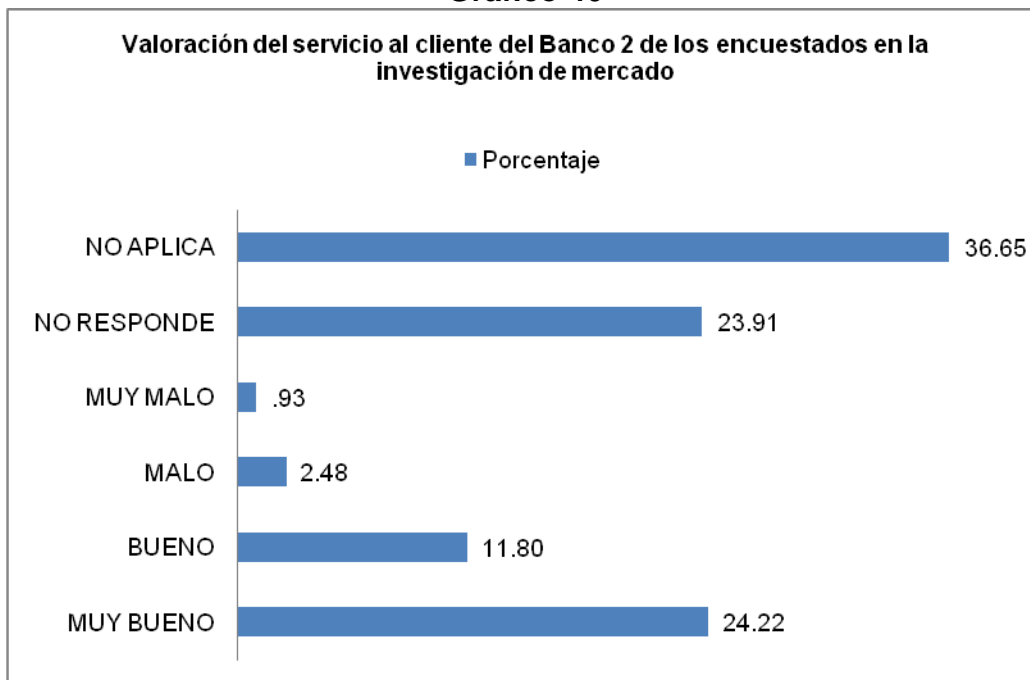
El tiempo que los encuestados nos indicaron los encuestados que son clientes del Banco Pichincha es de más de 6 años.

Tabla 71
Valoración del servicio al cliente del Banco 2 de los encuestados en la investigación de mercado

Valoración del servicio al cliente Banco 2	Porcentaje	Frecuencia
MUY BUENO	24.22	78
BUENO	11.80	38
MALO	2.48	8
MUY MALO	.93	3
NO RESPONDE	23.91	77
NO APLICA	36.65	118
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 46



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

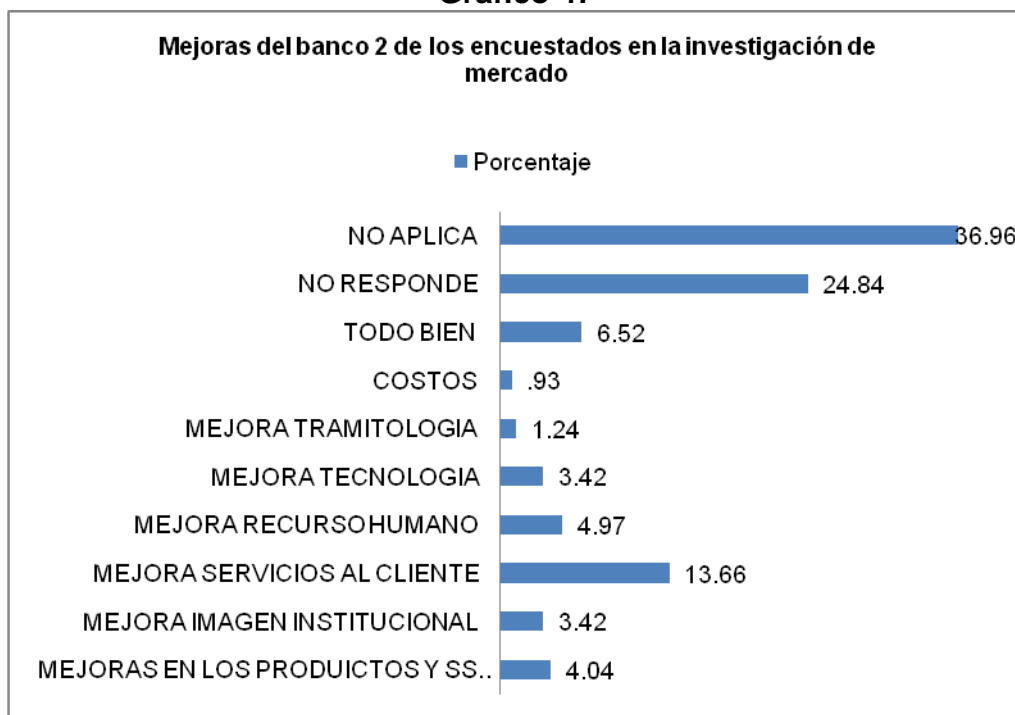
Como se puede notar los encuestados contestaron con no aplica un 36.65%, 24.22% valoran el servicio al cliente de la opción 2 de Bancos como muy bueno, y un 23.91% no responde.

Tabla 72
Mejoras del Banco 2 de los encuestados en la investigación de mercado

Mejoras del banco 2	Porcentaje	Frecuencia
MEJORAS EN LOS PRODUCTOS Y SS FINANCIEROS	4.04	13
MEJORA IMAGEN INSTITUCIONAL	3.42	11
MEJORA SERVICIOS AL CLIENTE	13.66	44
MEJORA RECURSO HUMANO	4.97	16
MEJORA TECNOLOGIA	3.42	11
MEJORA TRAMITOLOGIA	1.24	4
COSTOS	.93	3
TODO BIEN	6.52	21
NO RESPONDE	24.84	80
NO APLICA	36.96	119
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 47



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

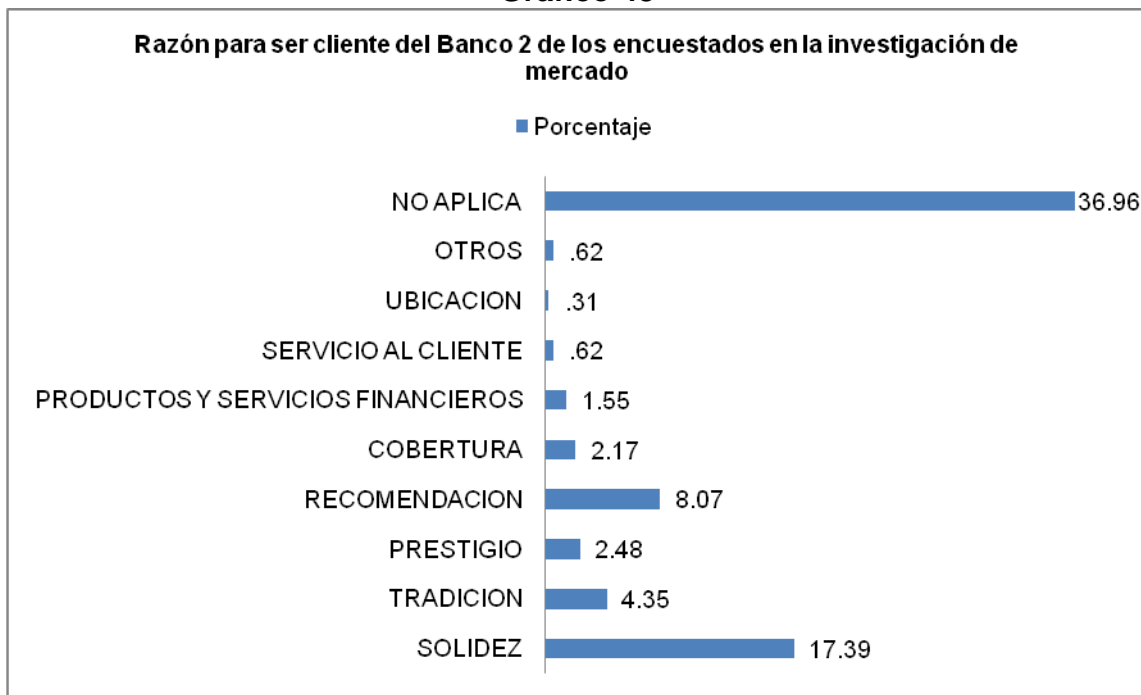
De la muestra total, el 36.96% no aplica, el 28.84% no responde y el 13.66% nos indica que los Bancos opción 2, deben mejorar el servicio al cliente.

Tabla 73
Razón para ser cliente del Banco 2 de los encuestados en la investigación de mercado

Razón para ser cliente Banco 2	Porcentaje	Frecuencia
SOLIDEZ	17.39	56
TRADICION	4.35	14
PRESTIGIO	2.48	8
RECOMENDACION	8.07	26
COBERTURA	2.17	7
PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS	1.55	5
SERVICIO AL CLIENTE	.62	2
UBICACION	.31	1
OTROS	.62	2
NO APLICA	36.96	119
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 48



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

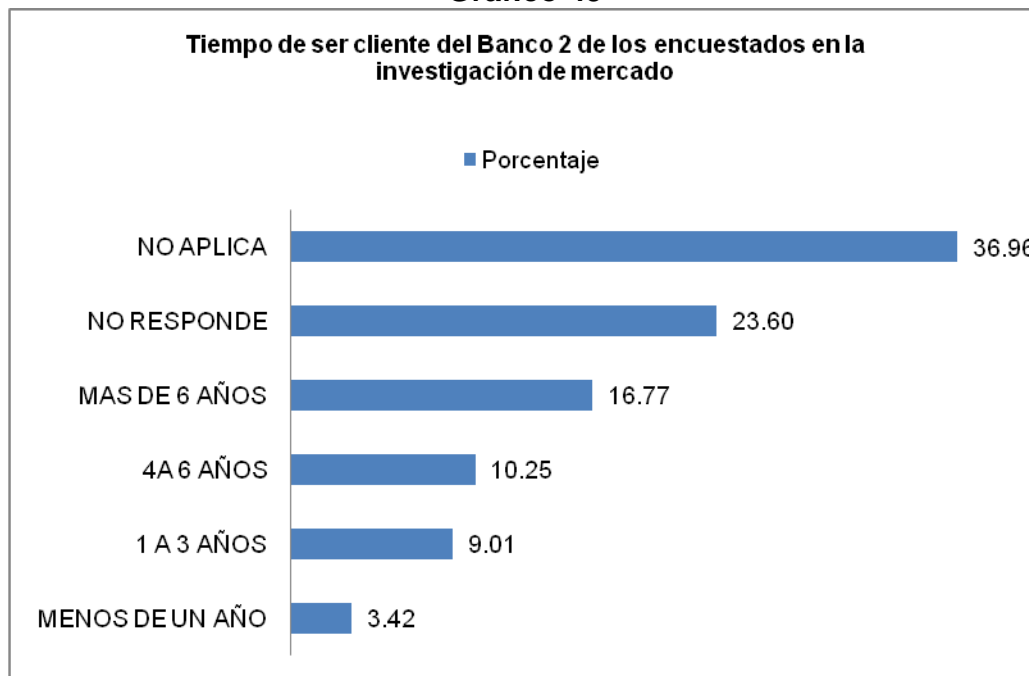
El 36.96% de los encuestados, no aplica a las razones para ser cliente del Banco opción 2, un 17.39% por solidez y 8.07% por recomendación.

Tabla 74
Tiempo de ser cliente del Banco 2 de los encuestados en la investigación de mercado

Tiempo de ser cliente del Banco 2	Porcentaje	Frecuencia
MENOS DE UN AÑO	3.42	11
1 A 3 AÑOS	9.01	29
4 A 6 AÑOS	10.25	33
MAS DE 6 AÑOS	16.77	54
NO RESPONDE	23.60	76
NO APLICA	36.96	119
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 49



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

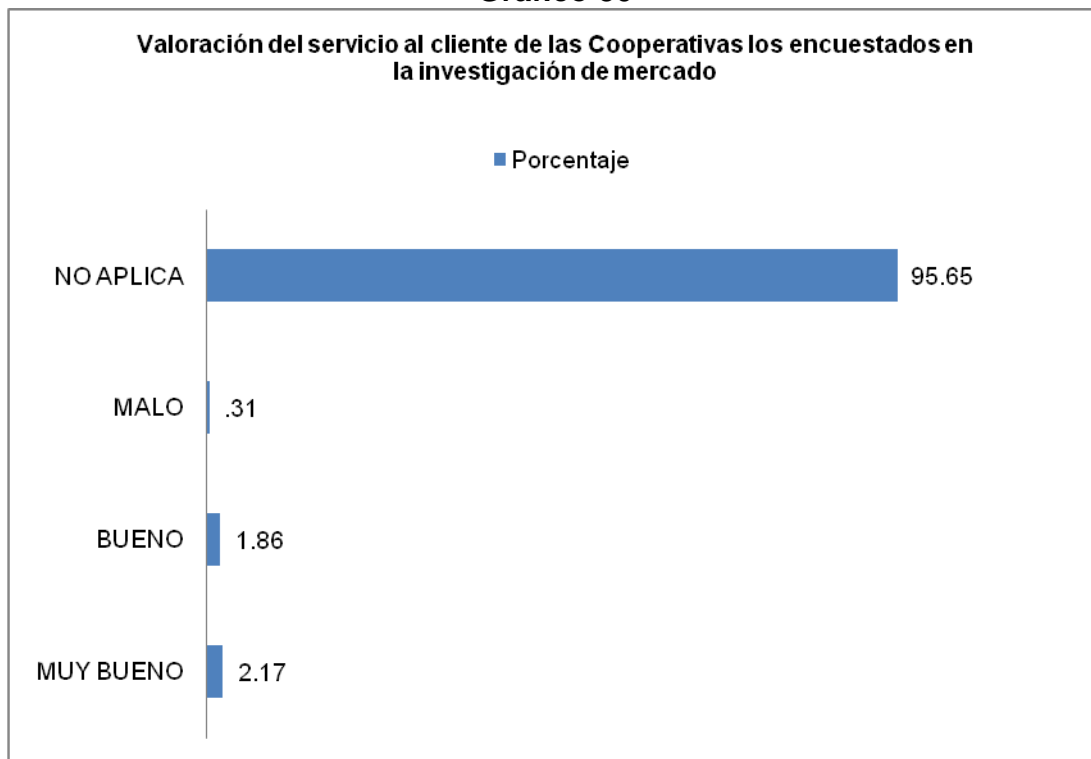
Del total de la muestra, un 36.96% no aplica, el 23.60% no responde y un 16.77% nos indica que son clientes del Banco opción 2 más de 6 años.

Tabla 75
Valoración del servicio al cliente de las Cooperativas de los encuestados en la investigación de mercado

Valoración del servicio al cliente de las Cooperativas	Porcentaje	Frecuencia
MUY BUENO	2.17	7
BUENO	1.86	6
MALO	.31	1
NO APLICA	95.65	308
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 50



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Del total de la muestra, el 95.65% no aplica, el 2.17% califica a las Cooperativas como muy bueno y 1.86% como bueno.

Tabla 76

Mejoras de las Cooperativas de los encuestados en la investigación de mercado

Mejoras de las Cooperativas	Porcentaje	Frecuencia
MEJORAS EN LOS PRODUCTOS Y SS FINANCIEROS	.93	3
MEJORA SERVICIOS AL CLIENTE	1.24	4
MEJORA RECURSO HUMANO	.31	1
MEJORA TECNOLOGIA	.62	2
MEJORA TRAMITOLOGIA	.62	2
TODO BIEN	.62	2
NO APLICA	95.65	308
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 51



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

El 95.65% no aplica, el 1.24% de los encuestados desean que mejore el servicio al cliente, 0.93% que existan mejoras en los productos y servicios financieros.

Tabla 77

Razón para ser cliente de las Cooperativas los encuestados en la investigación de mercado

Razón para ser cliente de las Cooperativas	Porcentaje	Frecuencia
SOLIDEZ	2.17	7
TRADICION	.31	1
PRESTIGIO	.31	1
RECOMENDACION	.62	2
COBERTURA	.62	2
UBICACION	.31	1
NO APLICA	95.65	308
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 52



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

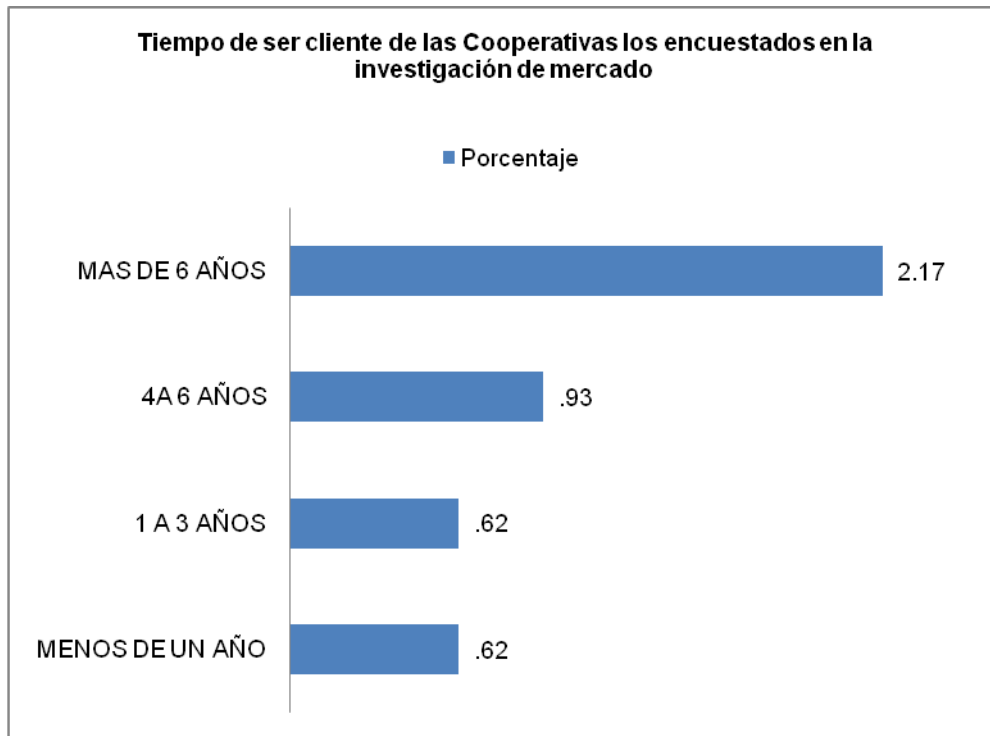
De la muestra total, un 95.65% no aplica, el 2.17% por solidez, y 0.62% por cobertura y recomendación.

Tabla 78
Tiempo de ser cliente de las Cooperativas los encuestados en la investigación de mercado

Tiempo de ser cliente de las Cooperativas	Porcentaje	Frecuencia
MENOS DE UN AÑO	.62	2
1 A 3 AÑOS	.62	2
4 A 6 AÑOS	.93	3
MAS DE 6 AÑOS	2.17	7
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 53



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

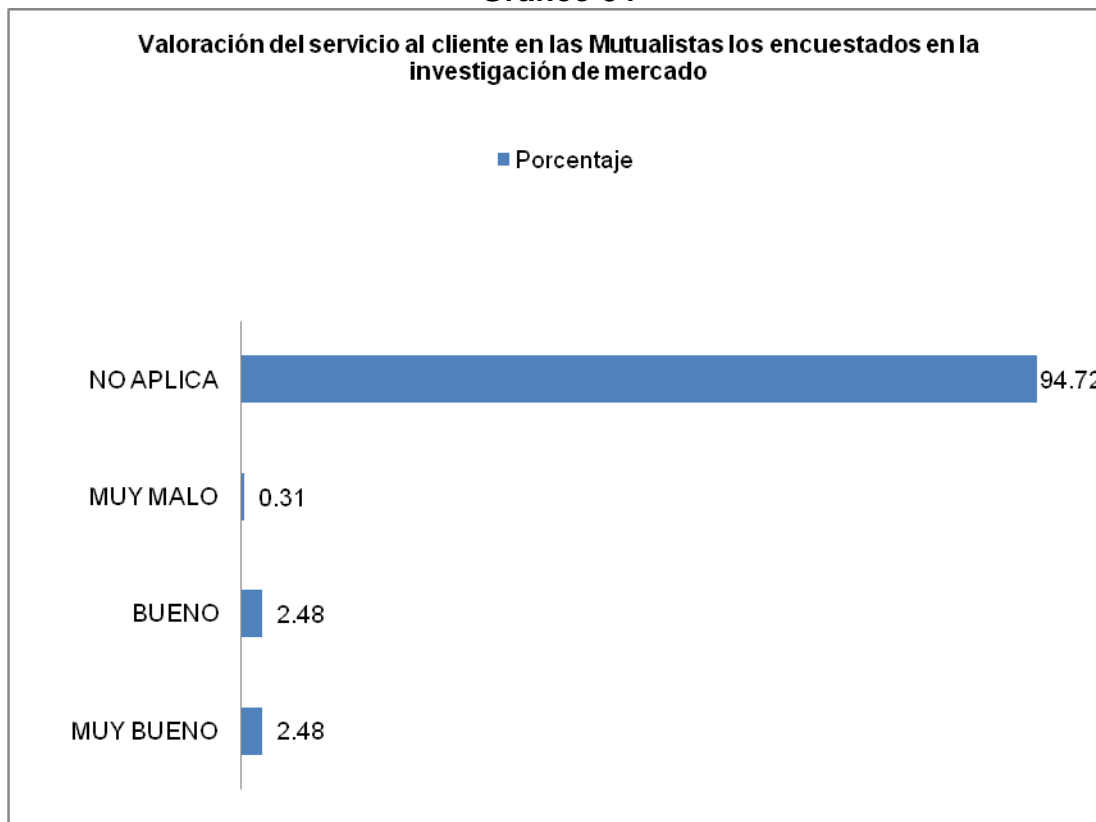
El 2.17% del total de la muestra, son clientes de las Cooperativas más de 6 años.

Tabla 79
Valoración del servicio al cliente en las Mutualistas los encuestados en la investigación de mercado

Valoración del servicio al cliente en las Mutualistas	Porcentaje	Frecuencia
MUY BUENO	2.48	8
BUENO	2.48	8
MUY MALO	0.31	1
NO APLICA	94.72	305
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 54



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

El 94.72% no aplica, el 2.48% valora el servicio como muy bueno y bueno.

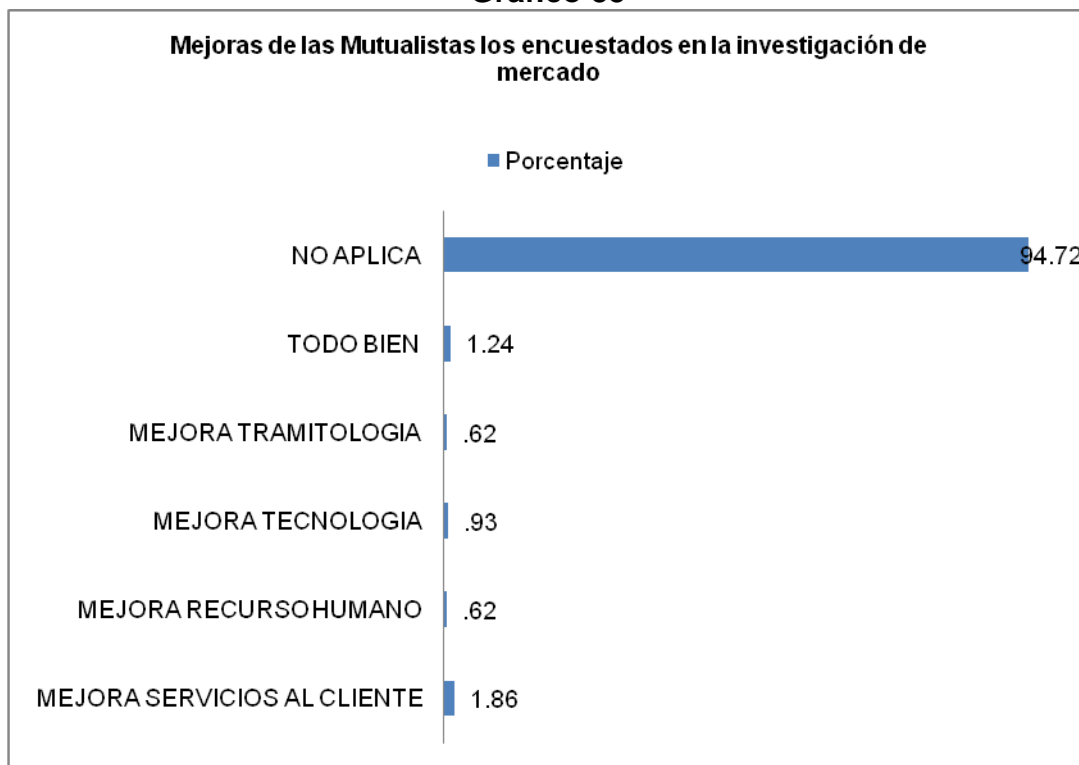
Tabla 80

Mejoras de las Mutualistas los encuestados en la investigación de mercado

Mejoras en Mutualistas	Porcentaje	Frecuencia
MEJORA SERVICIOS AL CLIENTE	1.86	6
MEJORA RECURSO HUMANO	.62	2
MEJORA TECNOLOGIA	.93	3
MEJORA TRAMITOLOGIA	.62	2
TODO BIEN	1.24	4
NO APLICA	94.72	305
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 55



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

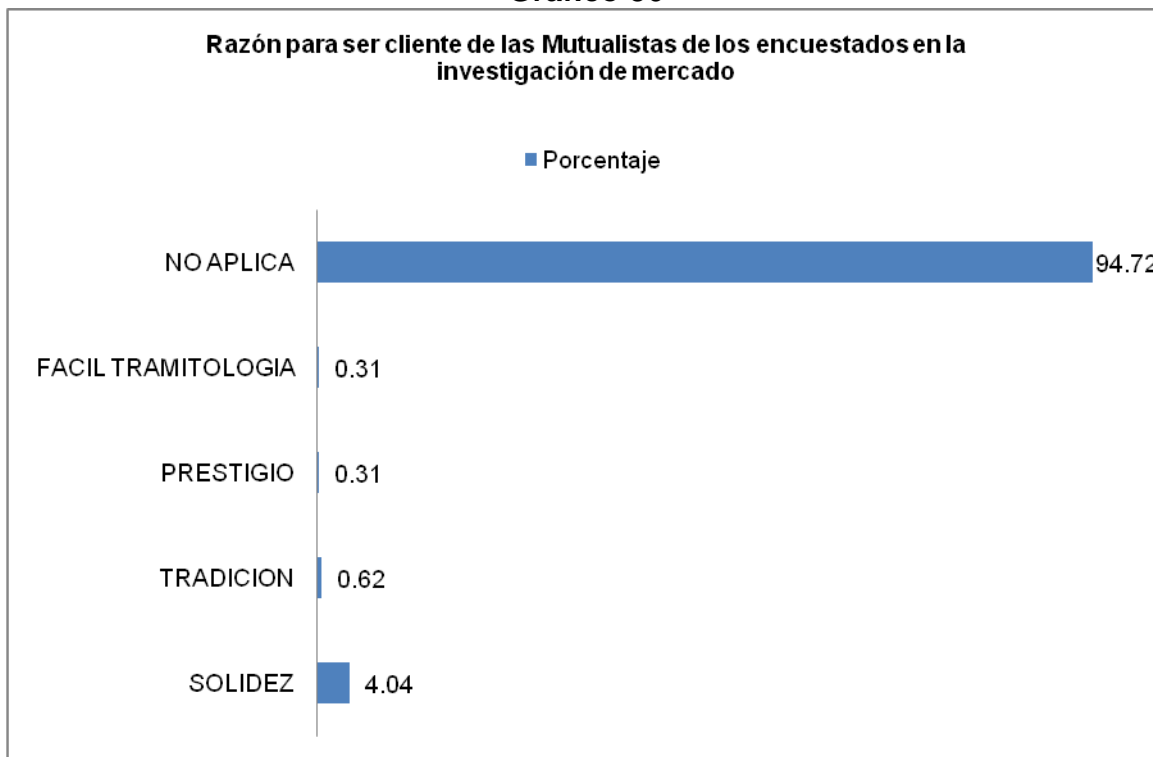
Un 94.72% no aplica, 1.86% mejoras en servicio al cliente y un 1.24% considera que todo está bien.

Tabla 81
Razón para ser cliente de las Mutualistas de los encuestados en la investigación de mercado

Razón para ser cliente de las Mutualistas	Porcentaje	Frecuencia
SOLIDEZ	4.04	13
TRADICION	0.62	2
PRESTIGIO	0.31	1
FACIL TRAMITOLOGIA	0.31	1
NO APLICA	94.72	305
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 56



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

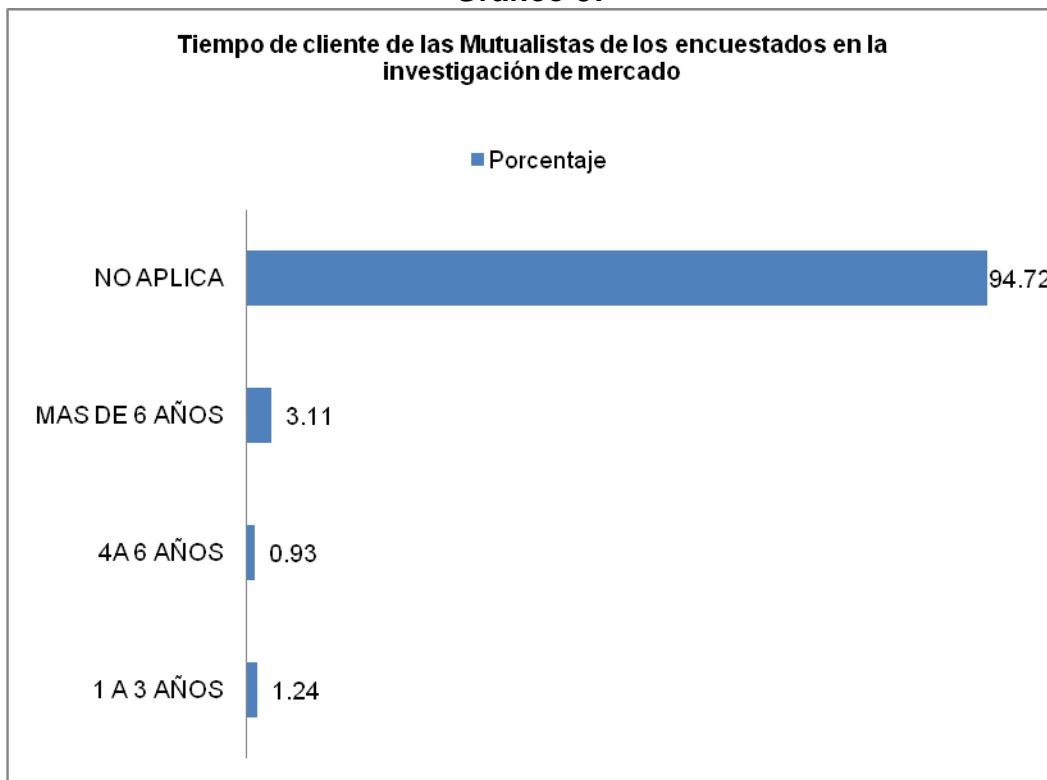
El 94.72% no aplica, el 4.04% tienen como razón la solidez de las mutualistas, y un 0.62% por tradición.

Tabla 82
Tiempo de cliente en las Mutualistas de los encuestados en la investigación de mercado

Tiempo de cliente en las Mutualistas	Porcentaje	Frecuencia
1 A 3 AÑOS	1.24	4
4 A 6 AÑOS	0.93	3
MAS DE 6 AÑOS	3.11	10
NO APLICA	94.72	305
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 57



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

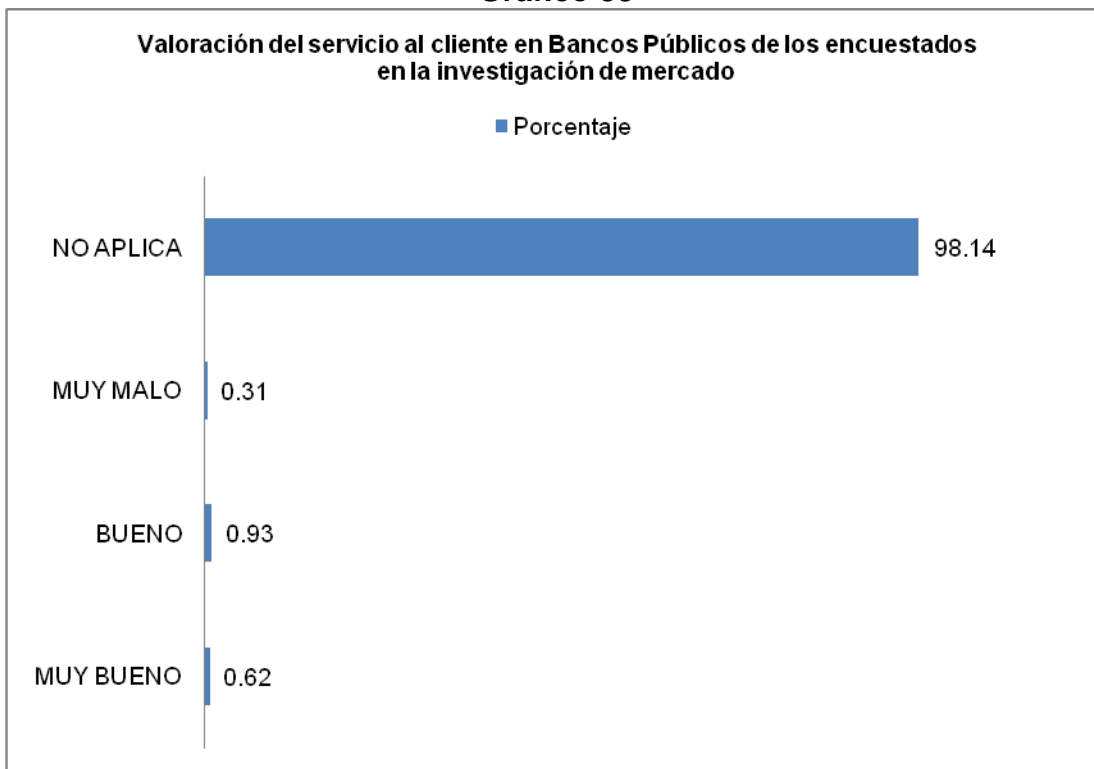
El 94.72% de la muestra, no aplica, el 3.11% son clientes de las Mutualistas desde más de 6 años.

Tabla 83
Valoración del servicio en Bancos Públicos de los encuestados en la investigación de mercado

Valoración del servicio en Bancos Públicos	Porcentaje	Frecuencia
MUY BUENO	0.62	2
BUENO	0.93	3
MUY MALO	0.31	1
NO APLICA	98.14	316
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 58



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

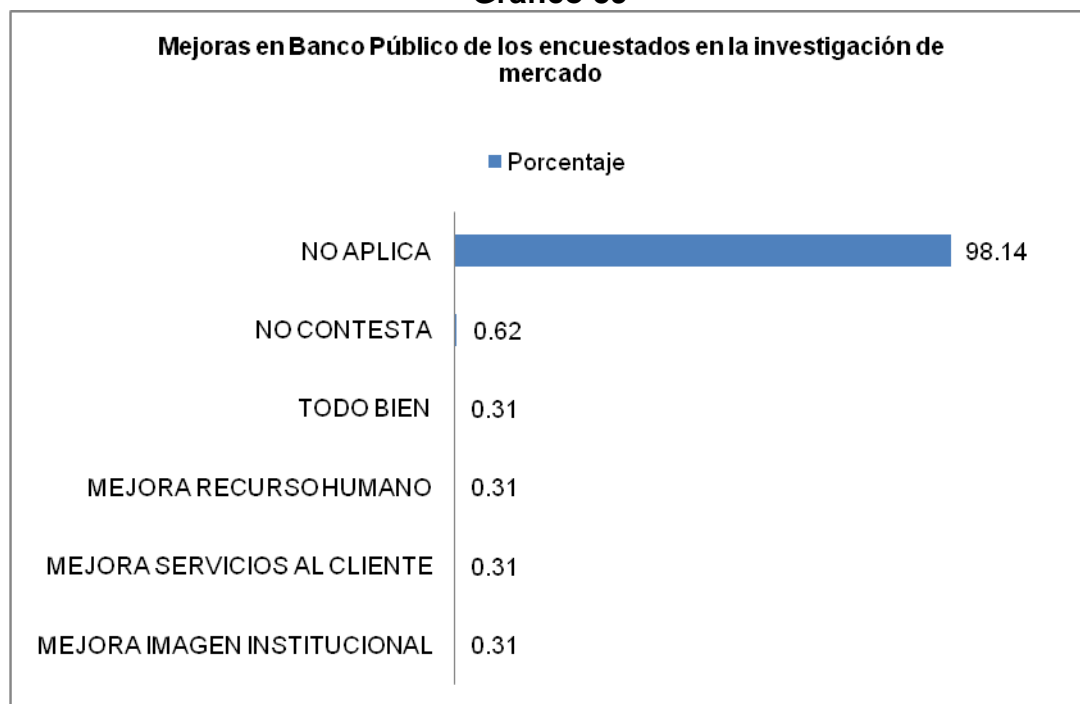
EL 98.14% no aplica, el 0.62% califica el servicio de los Bancos Públicos como muy bueno, el 0.93% como bueno.

Tabla 84
Mejoras en Banco Público de los encuestados en la investigación de mercado

Mejoras en Banco Público	Porcentaje	Frecuencia
MEJORA IMAGEN INSTITUCIONAL	0.31	1
MEJORA SERVICIOS AL CLIENTE	0.31	1
MEJORA RECURSO HUMANO	0.31	1
TODO BIEN	0.31	1
NO CONTESTA	0.62	2
NO APLICA	98.14	316
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 59



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

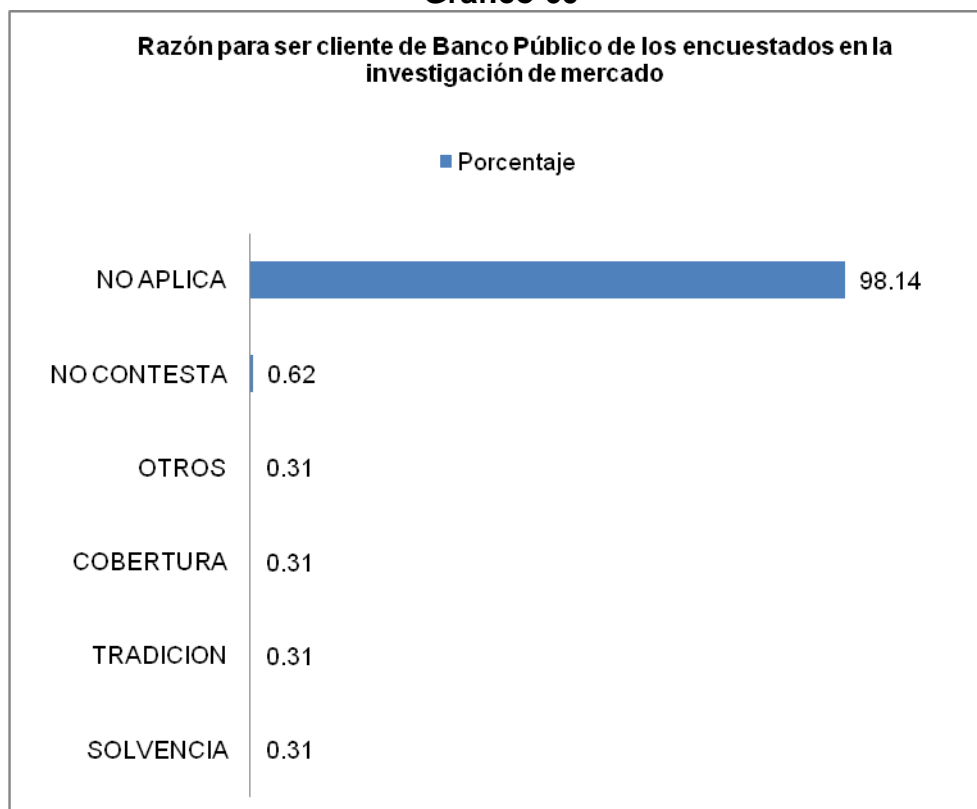
Un 98.14% de la muestra no aplica, 0.62% no contesta, y un 0.31% considera que debe haber mejora en imagen institucional, en servicio al cliente, en recurso humano y que todo está bien.

Tabla 85
Razón para ser cliente de Banco Público de los encuestados en la investigación de mercado

Razón para ser cliente de Banco Público	Porcentaje	Frecuencia
SOLVENCIA	0.31	1
TRADICION	0.31	1
COBERTURA	0.31	1
OTROS	0.31	1
NO CONTESTA	0.62	2
NO APLICA	98.14	316
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 60



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

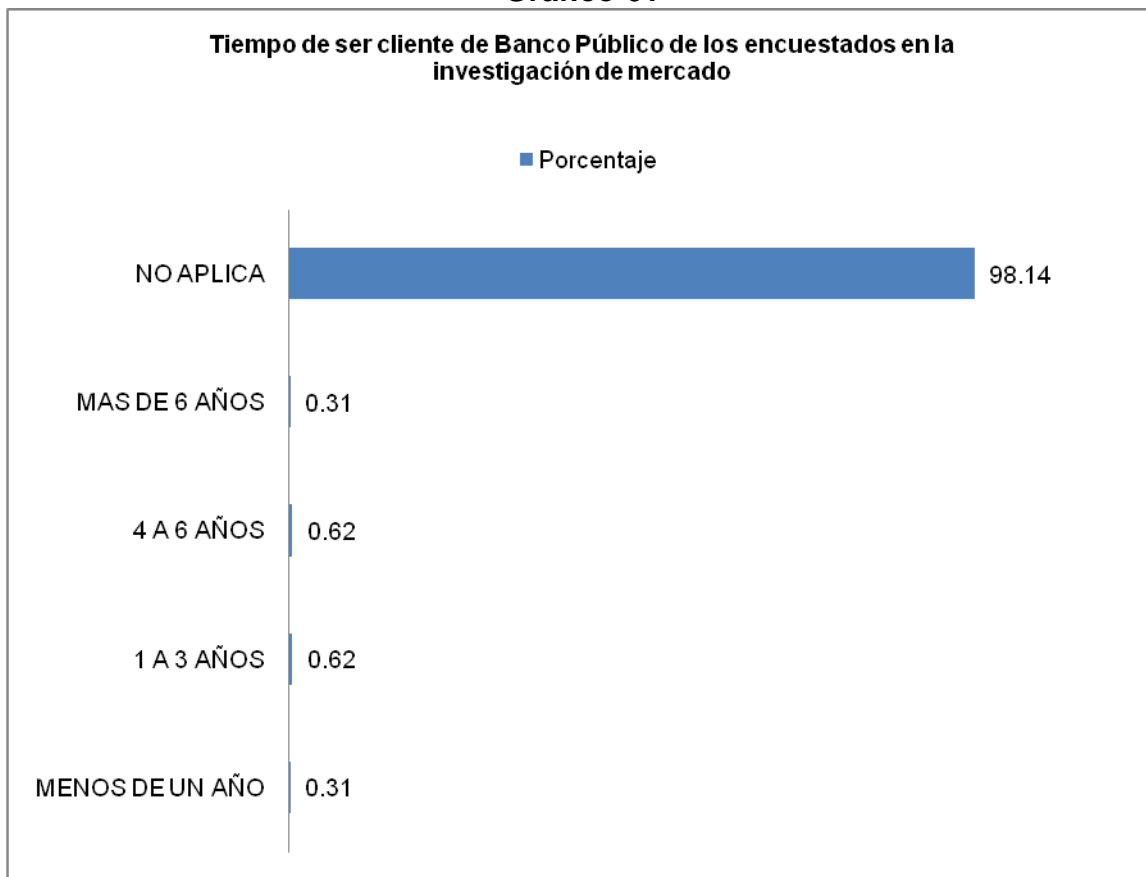
El 98.14% no aplica, el 0.62% no contesta y un 0.31% considera su razones son solvencia, tradición, cobertura y otros.

Tabla 86
Tiempo de ser cliente de Banco Público de los encuestados en la investigación de mercado

Tiempo de ser cliente de Banco Público	Porcentaje	Frecuencia
MENOS DE UN AÑO	0.31	1
1 A 3 AÑOS	0.62	2
4 A 6 AÑOS	0.62	2
MAS DE 6 AÑOS	0.31	1
NO APLICA	98.14	316
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 61



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

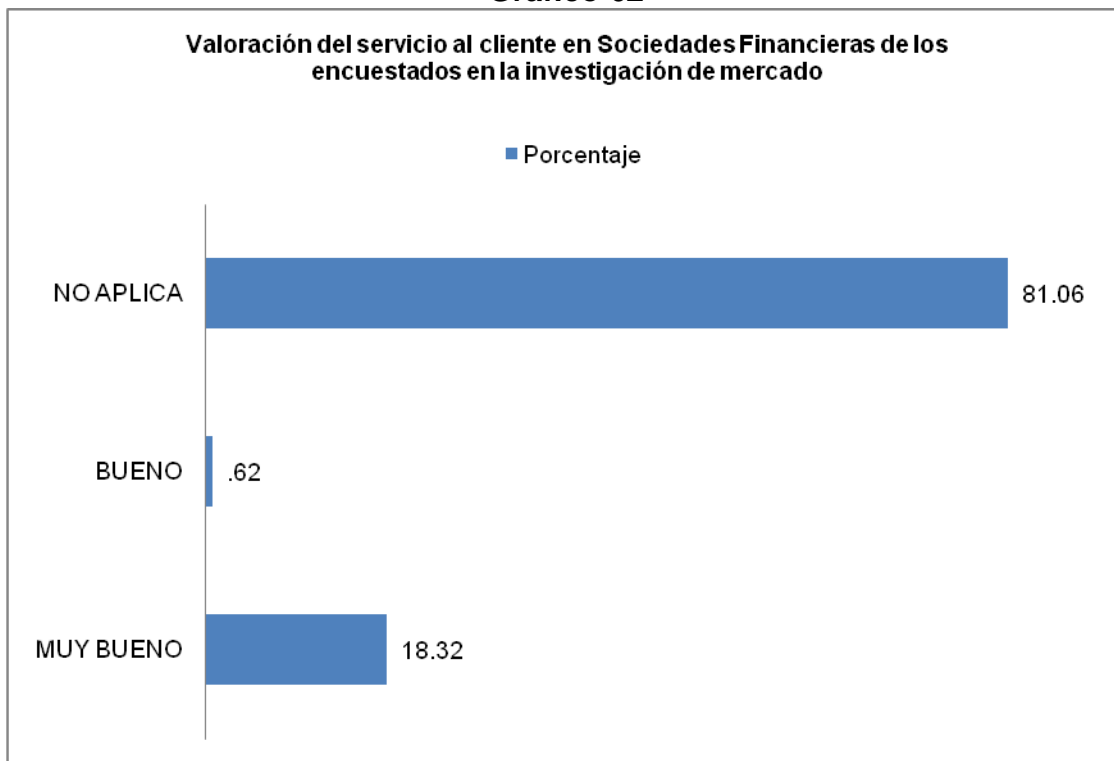
El 98.14% no aplica, el 0.62% de los encuestados, indicaron que tienen de ser clientes en el Banco Público entre 1 a 3 años y 4 a 6 años.

Tabla 87
Valoración del servicio al cliente en Sociedades Financieras de los encuestados en la investigación de mercado

Valoración del servicio al cliente en Sociedades Financieras	Porcentaje	Frecuencia
MUY BUENO	18.32	59
BUENO	.62	2
NO APLICA	81.06	261
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 62



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Un 81.06% de la muestra, no aplica, 18.32% lo valoran como muy bueno y un 0.62% como bueno.

Tabla 88
Mejoras en Sociedades Financieras de los encuestados en la investigación de mercado

Mejoras en Sociedades Financieras	Porcentaje	Frecuencia
MEJORAS EN LOS PRODUCTOS Y SS FINANCIEROS	1.24	4
MEJORA IMAGEN INSTITUCIONAL	1.86	6
MEJORA SERVICIOS AL CLIENTE	4.97	16
MEJORA RECURSO HUMANO	3.73	12
MEJORA TECNOLOGIA	0.62	2
TODO BIEN	5.59	18
NO RESPONDE	0.93	3
NO APLICA	81.06	261
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 63



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

El 81.06% no aplica, el 4.97% mejoras en el servicio al cliente y un 3.73% en recurso humano.

Tabla 89
Razón para ser cliente en Sociedades Financieras de los encuestados en la investigación de mercado

Razón para ser cliente en Sociedades Financieras	Porcentaje	Frecuencia
SOLIDEZ	17.08	55
TRADICION	0.62	2
PRESTIGIO	0.62	2
NO RESPONDE	0.62	2
NO APLICA	81.06	261
Total	100.0	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 64



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

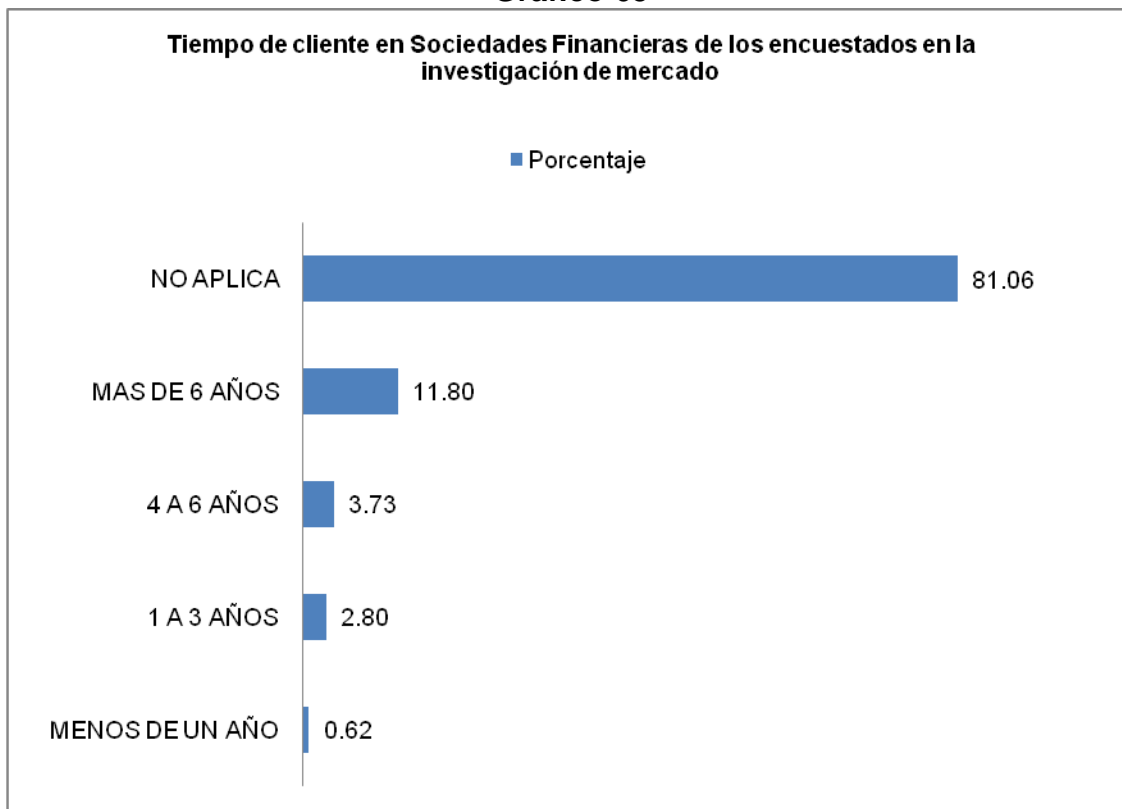
Un 81.06% del total de la muestra no aplica, el 17.08 por solidez, y el 0.62% por prestigio, tradición y no responde.

Tabla 90
Tiempo de cliente en Sociedades Financieras de los encuestados en la investigación de mercado

Tiempo de cliente en Sociedades Financieras	Porcentaje	Frecuencia
MENOS DE UN AÑO	0.62	2
1 A 3 AÑOS	2.80	9
4 A 6 AÑOS	3.73	12
MAS DE 6 AÑOS	11.80	38
NO APLICA	81.06	261
Total	100.00	322

Fuente de Consulta: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Gráfico 65



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autoras de la Tesis

Un 81.06% del total de la muestra no aplica, el 11.80% son clientes de las Sociedades Financieras desde más de 6 años.

Conclusiones

De la investigación realizada y efectuada los diferentes análisis indicados anteriormente llegamos a las siguientes conclusiones de las “Preferencias en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones del sistema financiero regulado ecuatoriano”.

Así tenemos que de las 322 encuestas aplicadas en el cantón Quito al sur oeste en la entidad financiera Banco Pichincha podemos observar:

- La percepción de los encuestados del banco pichincha tiene un porcentaje de 53.11% que lo consideran una entidad sólida, 16.15 % la consideran tradicional; en tanto el servicio al cliente que ofrece este banco tiene un 24.22% como muy bueno.
- En preferencia de entidad financiera privada después del banco pichincha que fue nuestra entidad de estudio, los clientes tiene preferencia por el banco pacífico con un 12.42% y el produbanco con un 9.01%.
- En cooperativas el 1.24% tiene de preferencia la cooperativa Andalucía, la mutualista pichincha 4.97%, en la banca pública el Banco Nacional de Fomento 1.55% y en sociedades financieras Dinners con un 18.32%.
- Para productos financieros el de más utilizado es la cuenta de ahorros con un porcentaje de 79.19% en el banco pichincha, en otros bancos el 22.05%, en cooperativas un 3.73%, mutualista con 4.04%, banca pública el 0.93%. Se puede observar que hay una buena predisposición al ahorro.

- Las personas encuestadas manifestaron que mantienen cuanta de ahorro en entidades que no son de su preferencia debido a que hay un convenio con la empresa en la que laboran.
- Pese al desarrollo de la tecnología en el estudio se ve que el canal más utilizado es la visita a la entidad financiera con un 77.64% un porcentaje alto, la respuesta que dieron los clientes es que se sienten más seguros visitando la entidad y todavía tienen resistencia a los demás canales de comunicación.
- El 40.99% de los encuestados solicitan mejoras en servicio al cliente, reclaman sobre una atención eficiente, facilidades de crédito y costos.

Recomendaciones:

Detalladas las conclusiones en el apartado anterior se puede establecer una serie de recomendaciones, las cuales podrán servir a las diferentes instituciones para potencializar un producto, mejorar estrategias de mercado, comunicación, etc. Las recomendaciones de este estudio serían:

- El sistema financiero debería dar mayor información al cliente de sus productos y servicios ya que la mayoría se queja de la atención que les da; pero con el uso de la tecnología podría el cliente mejorar esta percepción que tiene del sistema financiero.
- Los costos de las operaciones de crédito que ofrece el sistema aún son muy altas, tasas que van desde un 9% a un 25% dependiendo del tipo de crédito, en un país dolarizado como el nuestro donde un comparativo sería los EEUU que manejan tasas de hasta un 5%.
- Viendo en las conclusiones que hay predisposición al ahorro se debería incentivar, ofreciendo una mejor tasa para pago de depósitos, ofrecer productos como fondos de educación, jubilación, etc. Crear una imagen de preocupación por el bienestar de sus clientes.
- Los porcentajes demuestran que la solidez de una entidad es lo que mueve al cliente, los bancos deben resaltar esa fortaleza y difundirla.
- Finalmente los bancos deben ofrecer mejoras en seguridad, costos y servicios personalizados, identificar las características de sus clientes y potenciar los requerimientos de estos.

ANEXOS

CAPTACIONES BANCA PRIVADA

CAPTACIONES BANCA PRIVADA	Dic-08	Dic-09	Dic-10
DE 1 A 30	628,112.61	9,208,882.57	7,963,201.42
DE 31 A 90	708,199.37	6,012,526.57	7,297,910.40
DE 91 A 80	434,818.66	6,425,251.88	8,064,101.76
DE 181 A 360	464,799.45	2,714,456.76	2,143,321.99
CTA CORRIENTES	2,341,442.50	6,943,032.11	9,644,354.40
DEPOSITOS EN GARANTIA	188.34	8,412.00	8,372.00
DEPOSITOS RESTIRNGIDOS	74,368.63	27,731.00	1,935,845.90
DEPOSITO EN AHORROS	1,149,382.90	2,792,506.64	6,156,291.28
DEPOSITOS POR CONFIRMAR	127.98	0.00	0.00
MAS DE 361 DIAS	40,764.21	860,064.98	867,811.39
	5,842,204.66	34,992,864.51	44,081,210.54

CAPTACIONES COOPERATIVAS

COOPERATIVAS	Dic-08	Dic-09	Dic-10
DE 1 A 30 DÍAS	30,610.51	40,687,288	1,834,507
DE 31 A 90 DÍAS	25,856.05	36,791,316	3,350,977
DE 91 A 180 DÍAS	12,347.61	19,970,439	3,080,024
DE 181 A 360 DÍAS	6,845.92	10,008,590	0
DEPÓSITOS A PLAZO DE 181 A 360 DÍAS	0	0	721,278
DE MÁS DE 361 DÍAS	1,732.25	2,517,248	27,957
DEPÓSITOS EN GARANTIA	11.92	16,416	0
DEPÓSITOS RESTRINGIDOS	16,242.96	13,442,847	29,921
DEPÓSITOS DE AHORRO	104,745.11	124,370,716	11,571,616
DEPÓSITOS POR CONFIRMAR	216.18	132,912	0
DEPOSITOS A LA VISTA	0.00	127,850,560	0
DEPOSITOS A PLAZO	0.00	110,107,792	0
	198,608.51	485,896,123.36	20,616,279.62

CAPTACIONES MUTUALISTAS

MUTUALITAS	Dic-08	Dic-09	Dic-10
DE 1 A 30 DÍAS	29,130,610.21	33,090,046.08	202,908
DE 31 A 90 DÍAS	27,949,750.42	27,806,202.42	486,492
DE 91 A 180 DÍAS	15,590,104.16	14,210,726.06	724,032
DE 181 A 361 DÍAS	12,441,162.09	5,200,096.48	0.00
DEPÓSITOS A PLAZO DE 181 A 360 DÍAS	0.00	0.00	2,646,666
DE MÁS DE 361 DÍAS	1,733,549.66	683,640.25	451,974
DEPÓSITOS EN GARANTIA	4,450.00	7,018.00	0.00
DEPÓSITOS RESTRINGIDOS	899,438.92	1,090,127.23	209,312
DEPÓSITOS DE AHORRO	79,633,246.25	82,717,802.47	691,768
DEPÓSITOS POR CONFIRMAR	0.00	0.00	0.00
DEPÓSITOS A LA VISTA	0.00	135,488,079.14	0.00
DEPÓSITOS A PLAZO	0.00	80,990,711.29	0.00
	167,382,311.71	381,284,449.42	5,413,151.02

CAPTACIONES BANCA PÚBLICA

BANCA PUBLICA	Dic-08	Dic-09	Dic-10
CUENTAS CORRIENTES	19,467.09	74,387,760.81	0.00
DE 1 A 30 DÍAS	832.55	90,111,592.64	5,871,854.45
DE 31 A 90 DÍAS	25,814.89	131,982,899.54	10,203,080.25
DE 91 A 180 DÍAS	586.48	71,643,050.38	13,327,668.20
DE 181 A 360 DÍAS	75,128.46	72,170,486.54	13,156,180.98
DE MÁS DE 361 DÍAS	12.12	584,626,672.30	259,048,733.31
DEPÓSITOS EN GARANTIA	34,158.60	0.00	40,429,947.16
DEPÓSITOS DE AHORRO	27,567.41	22,843,850.25	40,064,564.31
DEPÓSITOS A PLAZO	0.00	950,534,701.40	0.00
DEPÓSITOS POR CONFIRMAR	4.00	0.00	4.95
DEPOSITOS RESTRINGIDOS	0.00	0.00	0.00
DEPÓSITOS MONETARIOS DE INSTITUCIONES FINANCIERAS	0.00	0.00	0.00
DEPÓSITOS MONETARIOS QUE GENERAN INTERESES	0.00	0.00	0.00
DEPÓSITOS MONETARIOS QUE NO GENERAN INTERESES	0.00	0.00	0.00
DEPÓSITOS DE GARANTÍA	0.00	40,496,255.53	0.00
DEPÓSITOS MONETARIOS DE INSTITUCIONES FINANCIERAS	0.00	738,979.07	1,080,721.41
DEPÓSITOS MONETARIOS QUE GENERAN INTERESES	0.00	11,471,755.78	34,073,512.52
DEPÓSITOS MONETARIOS QUE NO GENERAN INTERESES	0.00	3,639,485.24	4,413,545.80
TOTAL	183,571.61	2,054,647,489.48	421,669,813.34

CAPTACIONES SOCIEDADES FINANCIERAS

SOCIEDADES FINANCIERAS	Dic-08	Dic-09	Dic-10
DE 1 A 30 DÍAS	39,783.00	46,590,050.16	52,466,465.18
DE 181 A 360 DÍAS	50,866.73	63,588,506.91	92,102,549.96
DE 31 A 90 DÍAS	60,806.21	78,927,832.80	107,919,120.23
DE 91 A 180 DÍAS	85,304.30	71,104,017.35	97,505,383.77
DE MÁS DE 361 DÍAS	82,274.22	2,938,200.45	14,101,478.47
DEPÓSITOS RESTRINGIDOS	12,060.80	0.00	2,610,248.66
DEPÓSITOS POR CONFIRMAR	0.00	0.00	0.00
DEPÓSITOS A LA VISTA	0.00	3,827,137.05	0.00
DEPÓSITOS A PLAZO	0.00	263,148,607.67	0.00
OPERACIONES DE REPORTO	0.00	0.00	8,050.46
	331,095.25	530,124,352.39	366,713,296.73

COLOCACIONES BANCA PRIVADA

BANCA PRIVADA	Dic-08	Dic-09	Dic-10
COMERCIAL	2,109,224.64	1,936,239,894.19	2,112,563,405.95
CONSUMO	1,204,559.08	1,099,162,948.00	1,431,354,327.59
VIVIENDA	728,754.22	569,176,026.40	647,641,084.91
MICROEMPRESA	248,293.61	191,636,826.44	237,067,042.34
	4,290,831.54	3,796,215,695.03	4,428,625,860.79

COLOCACIONES COOPERATIVAS

COOPERATIVAS	Dic-08	Dic-09	Dic-10
COMERCIAL	2,547.56	2,622,996.82	3,020,818.22
CONSUMO	105,558.88	122,580,259.77	151,177,005.19
VIVIENDA	37,885.57	39,933,861.06	59,064,737.79
MICROEMPRES	114,331.70	120,840,741.65	142,039,024.14
	260,323.71	285,977,859.30	355,301,585.34

COLOCACIONES MUTUALISTAS

MUTUALISTAS	Dic-08	Dic-09	Dic-10
COMERCIAL	17,065.51	21,284,699.80	21,176,158.23
CONSUMO	16,042.47	17,505,606.80	49,810,812.15
VIVIENDA	64,394.60	50,450,550.92	42,372,231.11
MICROEMPRESA	116,118.80	433,581.80	439,150.08
	213,621.39	89,674,439.32	113,798,351.57

COLOCACIONES BANCA PÚBLICA

BANCA PUBLICA	Dic-08	Dic-09	Dic-10
COMERCIAL	349,595.02	618,856,304.93	748,189,232.07
CONSUMO	1,540.80	877,297.48	0.00
VIVIENDA	0.00	4,897,140.48	674,003.20
MICROEMPRESA	12,261.00	14,494,920.16	8,679,367.24
	363,396.82	639,125,663.05	757,542,602.51

COLOCACIONES SOCIEDADES FINANCIERAS

SOCIEDADES FINANCIERAS	Dic-08	Dic-09	Dic-10
COMERCIAL	16,633.27	18,712,739.26	37,459,486.80
CONSUMO	609,414.70	591,289,576.08	702,734,700.34
VIVIENDA	2.25	0.00	0.00
MICROEMPRESA	1,731.85	2,906,510.63	2,338,637.62
	627,782.06	612,908,825.97	742,532,824.76

BIBLIOGRAFÍA:

Alianza del Valle, *Trasparencia de la Información Tarifas vigente de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <http://www.alianzadelvalle.fin.ec/cav.dnn/Qui%C3%A9nessomos/TransparenciadeInformaci%C3%B3n/tabid/82/language/es-CO/Default.aspx>

Ambran, Jorge Roberto. *Diccionario del Mercado Financiero*, Editorial Universidad de Buenos Aires.

América Economía, *Banca ecuatoriana cierra 2010 con cifras positivas*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011, desde <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/banca-ecuatoriana-cierra-2010-con-cifras-positivas>

Asociación de bancos privados del Ecuador, *Bancos Asociados*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011, desde, www.asobancos.org.ec

Banco Amazonas, *Trasparencia de la Información Tarifas vigentes de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <https://www.bancoamazonas.com/portal/index.jsp>

Banco Bolivariano, *Trasparencia de la Información Tarifas vigentes de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <http://www.bolivariano.com/es/inicio2/transparencia-en-la-informacion-inicio.html>

Banco Central del Ecuador, *Sector público*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011, desde, <http://www.bce.fin.ec/pregun2.php>

Banco Confiec, *Productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011, desde, <http://cofiiec.neu.dm/Transparencia/BancoCofiec.aspx>

Banco de Guayaquil, *Trasparencia de la Información Tarifas vigentes de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <http://www.bancoguayaquil.com/bg/transparencia-de-la-informacion.html>

Banco de Loja, *Tasas y Tarifas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, http://www.bancodeloja.fin.ec:8080/index.php?option=com_content&task=view&id=94&Itemid=435

Banco de Machala, *Tasas y Tarifas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <http://www.bancomachala.com/Banca-Personal/Cuenta-Ahorros/.aspx>

Banco del Austro, *Costos y Tasas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <http://www.bancodelaustro.com/Documentos/Derterminación%20de%20cargos%20Asociados.pdf>

Banco del Litoral, *Costos y Tasas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, http://www.bancodellitoral.com/html/productos_servicios.htm

Banco del Pacifico, *Trasparencia de la Información Tarifas vigentes de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <http://www.bp.fin.ec/transparencia-de-informacion.aspx>

Banco Ecuatoriano de la Vivienda, *Transparencia de la Información Tarifas vigentes de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <http://www.bev.fin.ec/index.html>

Banca electrónica en línea, *Internet, mobile banking, Web 2.0 y bancarización*, obtenidos el 5 de agosto de 2011, p.5. s.f., desde, <http://www.ebanking.cl>

Banco Finca, *Tarifarios de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <http://www.bancofinca.com/transparencia/1.pdf>

Banco General Rumiñahui, *Tasas y Tarifas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, http://www.bgr.com.ec/paginas/un_nues_tarifas.html

Banco Internacional, *Tasas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <http://www.bancointernacional.com.ec/bcointernacional/tarifas.pdf>

Banco Nacional de Fomento, *Tasas y Tarifas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <https://www.bnf.fin.ec/>

Banco ProCredit, *Transparencia de la Información Tarifas vigentes de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <http://www.bancoprocredit.com.ec/>

Banco Proamerica, *Transparencia de la Información Tarifas vigentes de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <http://www.bancopromerica.ec/default.aspx?obj=21&sub=247>

Banco Sudamericano, *Transparencia de la Información Tarifas vigentes de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <http://www.sudamericano.fin.ec/WBSTasC.aspx>

Boletín informativo de la asociación de bancos privados en el Ecuador, *Evolución de la banca privada Ecuatoriana*, obtenidos el 4 noviembre de 2011, desde, http://www.asobancos.org.ec/inf_macro/Evoluci%C3%B3n%20de%20la%20Banc%20a%20Noviembre%202010.pdf

Chiriboga Rosales, Luis Alberto. *Sistema Financiero*, primera edición, año 2007, Quito Ecuador.

Cooperativa Andalucía Cía. Ltda., *Costos y Tasas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, http://www.andalucia.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=18&Itemid=22

Cooperativa CACPECO, *Transparencia de la Información Costos y Tasas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <http://www.cacpeco.com/inicio.html>

Cooperativa Cámara de Comercio de Ambato, *Transparencia de la Información Costos y Tasas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <http://www.ccca.fin.ec/index.php?id=costosfinancieros.php>

Cooperativa de ahorro y crédito Atuntaqui Ltda. , *Costos y Tasas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, http://www.atuntaqui.fin.ec/coop/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=45&Itemid=134

Cooperativa de Ahorro y Crédito Cooprogreso, *Transparencia de la Información Costos y Tasas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, [http://www.cooprogreso.fin.ec/Tasas de Transparencia.html](http://www.cooprogreso.fin.ec/Tasas_de_Transparencia.html)

Cooperativa de Ahorro y Crédito El Sagrario, *Transparencia de la Información Costos y Tasas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <http://www.elsagrario.com/>

Cooperativa de Ahorro y Crédito Pablo Muñoz Vega, *Transparencia de la Información Costos y Tasas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, [http://www.cpmv.fin.ec/Transp info/Transp info.aspx](http://www.cpmv.fin.ec/Transp_info/Transp_info.aspx)

Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa Rosa Ltda., *Transparencia de la Información Costos y Tasas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <http://www.cooperativacotocollao.fin.ec/documentos/tcredito.pdf>

Cooperativa de Ahorro y Crédito 23 de Julio, *Transparencia de la Información Costos y Tasas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <http://www.coop23dejulio.fin.ec/transparencia-de-la-informacion/2011/>

Cooperativa de Ahorro y Crédito 29 de Octubre, *Transparencia de la Información Costos y Tasas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, [https://www.29deoctubre.fin.ec/la cooperativa/info/transparencia de la informacion](https://www.29deoctubre.fin.ec/la_cooperativa/info/transparencia_de_la_informacion)

Corporación Financiera Nacional, *Tasas y Tarifas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=597&Itemid=420

Diners Club Internacional, *Transparencia de la Información Costos y Tasas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <http://www.dinersclub.com.ec/portal/web/diners-club1/inicio>

Fabozzi Frank, Modigliani Franco. *Mercados e Instituciones Financieras*, Editorial Prentice Hall, México.

Grupo Financiero Producción, *Costos y Tasas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, [http://www.produbanco.com/GFPNet/html temp/trin/trin_tari_prod_101.htm](http://www.produbanco.com/GFPNet/html_temp/trin/trin_tari_prod_101.htm)

Hernández, Roberto. *Metodología de la Investigación*, Editorial Mc.Graw - Hill México 1996.

Mutualista Imbabura, *Tarifario de los Costos y Tasas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, http://www.mutualistaimbabura.com/?page_id=122

Mutualista Pichincha, *Costos y Tasas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, http://www.mutualistapichincha.com/mupi/der_costospor servicios.jhtml

Ranking Financiero 2011, *Análisis del sector financiero Ecuador 2011*. (abril 2011), EKOS Negocios, pp. 28 – 34.

Ranking de las principales empresas e instituciones financieras del país, *Rankin anual de gestión bancos*. (junio 2011), Gestión Economía y Sociedad, EKOS, pp. 24 – 31.

San Francisco Institución Financiera Cooperativa, *Transparencia de la Información Costos y Tasas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <http://www.coacsanfra.com/transparencia.php?id=4&id1=1&submenuheader=-1>

Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador, *Trasporencia de la Información Tarifas máximas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, http://www.sbs.gob.ec/practg/p_index?vp_art_id=64&vp_tip=2

Superintendencia de bancos y Seguros del Ecuador, *Codificación publicada en el registro oficial N° 250 de 23 de enero de 2001*, http://www.hoy.com.ec/wp-content/uploads/2009/06/ley_general_de_instituciones_del_sistema_financiero200811.pdf

Unibanco, *Tarifas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, http://www.unibanco.ec/ubadmin/data/archivos/Ar552_tasasdeinteresytarifa.pdf

Unifinsa Sociedad Financiera, *Transparencia de la Información Costos y Tasas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <http://www.unifinsa.com/>

Universidad Politécnica Salesiana Repositorio digital, *Definición de las Mutualistas en el Ecuador*, <http://dspace.ups.edu.ec/>

Universidad Politécnica Salesiana Repositorio digital, *Sistema Financiero en el Ecuador*, pp. 12 – 13, <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/86/6/CAPITULO%20I.pdf>

Vásquez S, Lola & Saltos G, Napoleón. (2010-2011). *Ecuador su realidad*. Editorial Fundación José Peralta, pp. 266 – 267

Vazcorp, *Costos y Tasas de los productos y servicios financieros*, obtenidos el 4 de noviembre de 2011 desde, <http://www.vazcorpsf.com/Contenido.aspx?id=25>