



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Técnica Particular 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

Autores: Lucía de las Dolores Vintimilla Macías y

Mónica Germania Tamayo Guevara

Director tesis: Ing. Viviana del Cisne Espinoza Loaiza

Centro Universitario Quito

2012

Ing. Viviana Espinoza Loaiza

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 Lucía Vintimilla Macías y Mónica Tamayo Guevara, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

Loja, 12 de enero de 2012

f)

CESIÓN DE DERECHOS

“Nosotras, Lucía Vintimilla Macías y Mónica Tamayo Guevara declaramos ser las 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”.

.....
AUTORA

.....
AUTORA

AUTORÍA

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

.....

Lucía de las Dolores Vintimilla Macías

.....

Mónica Germania Tamayo Guevara

DEDICATORIAS

Con especial cariño, dedico este trabajo a mis hijos Ángel, Valerie, Linconl y Dayana, mi esposo Stewart, mis suegros y Peluchín.

Lucía Vintimilla Macías

Con especial cariño, dedico este trabajo a mis padres y hermanos

Mónica Tamayo Guevara

AGRADECIMIENTO

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

Al señores Gerentes y personal de la matriz de la Mutualista Pichincha y agencia El Condado de la ciudad de Quito, por su gentil colaboración al proporcionar toda la información necesaria para desarrollar el presente trabajo de investigación.

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

Los autores

ÍNDICE

RESÚMEN EJECUTIVO	vii
INTRODUCCIÓN	x
CAPÍTULO I: EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO: BREVE DESCRIPCIÓN Y CARACTERIZACIÓN.....	1
1.1 Ley general de instituciones financieras.....	1
1.1.1 Definición	1
1.1.2 Órganos rectores del sistema financiero.....	2
1.1.3 Alcance y Regulaciones.....	2
1.2 Estructura sistema financiero ecuatoriano.....	4
1.2.1 Banca Privada.....	4
1.2.2 Cooperativismo	6
1.2.3 El Mutualismo	8
1.2.4 La banca pública.....	10
1.3 Tendencias actuales de productos y servicios financieros	12
1.3.1 La importancia de la web 2.0 y la tecnología de los productos y servicios financieros	13
1.3.2 Canales de provisión de servicios financieros	14
1.3.3 Retos futuros de los productos y servicios financieros en el Ecuador.....	15
CAPITULO II: ANÁLISIS SITUACIONAL DEL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO. UNA PERSPECTIVA DESDE LA OFERTA POR PLAZA. ..	17
2.1 El sistema financiero local (Análisis por plaza y subsistema.....	19

2.2	Evolutivo de captaciones	22
2.2.1	Por tipo de depósito	22
2.2.2	Por subsistema.....	30
2.3	Evolutivo de colocaciones	35
2.3.1	Por tipo de cartera	35
2.3.2	Por subsistema.....	40
2.4	Productos y servicios financieros.....	62
2.4.1	Tipos	62
2.4.2	Por subsistema	64
CAPITULO III: ACCESO Y PREFERENCIA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS. UNA PERSPECTIVA DESDE LA DEMANDA.....		66
3.1	Factores que influyen en la preferencia de los productos y servicios financieros	69
3.1.1	Estudio comparativo entre tipos de subsistemas (IFIS)	69
3.1.1	Estudio comparativos entre productos y servicios financieros....	75
3.2	La comunicación con el cliente y servicios al cliente	93
3.2.1	Comunicación con el cliente	93
3.2.2	Servicios al cliente	97
CONCLUSIONES.....		102
RECOMENDACIONES.....		104
Bibliografía.....		106
Anexo - Tablas.....		109

RESÚMEN EJECUTIVO

Ecuador cuenta con un sistema de banca pública y privado, regulados por la Superintendencia de Bancos y Seguros. El sistema ofrece productos y servicios de depósitos, créditos e instrumentos de valor para negociación.

La banca ecuatoriana se ha mantenido a la par de la modernización gracias a la influencia de la computación personal, internet y telefonía móvil.

La evolución de captaciones y colocaciones en las instituciones financieras de Quito es variado y no siguieron ninguna tendencia en particular. La infusión de capital por parte del gobierno para créditos de vivienda en los bancos públicos, afectaron la oferta en las instituciones privadas.

La investigación de campo reveló que mientras la Mutualista Pichincha creía haber implementado sus servicios y tecnologías más recientes, la mayoría de clientes encuestados no conocen de su existencia y por lo tanto no tiene uso.

La mutualista no está consciente de la percepción que sus clientes tienen acerca de sus productos y servicios. Se recomienda que la mutualista implemente un programa de capacitación interna y una correcta promoción de sus productos y servicios.

INTRODUCCIÓN

La presente tesis tiene por objetivo realizar un análisis sobre las preferencias en el uso de productos y servicios financieros ofrecidos por las instituciones financieras reguladas en la ciudad de Quito. Esta tesis forma parte de un grupo de tesis con las cuales la Universidad pretende obtener un cuadro similar a nivel nacional.

El estudio se divide en tres capítulos. El primer capítulo define la institución financiera, identifica las leyes que lo regulan y los tipos de instituciones regulatorias existentes en el país. El capítulo termina con un análisis de la tecnología web 2.0, los productos ofrecidos actualmente y el futuro de los servicios financieros ecuatorianos.

El segundo capítulo describe y expone un resumen de la evolución de los productos financieros ofrecidos durante los últimos tres años. Se presenta un análisis detallado de la evolución de las captaciones y colocaciones en el sistema financiero de la plaza Quito por tipo de depósito y por sub-sistemas entre los años 2008 y 2010.

El tercer capítulo resume y analiza la oferta de productos y servicios ofrecidos por las instituciones financieras desde la perspectiva del cliente. Esta tesis en particular se enfoca en la Mutualista Pichincha en Quito. El capítulo comprende una interpretación de los datos de una encuesta realizada a más de 200 clientes que visitaron la mutualista en dos agencias de esta ciudad. Se

obtiene varias conclusiones y recomendaciones sobre mejoras en el acceso y preferencia de productos y servicios financieros.

Las respuestas a las encuestas, así como conversaciones con funcionarios de la mutualista ayudaron a crear un panorama sobre la experiencia y concepto que el cliente tiene acerca de la mutualista Pichincha y a concretar las recomendaciones al final del estudio.

CAPÍTULO I:

EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO: BREVE DESCRIPCIÓN Y CARACTERIZACIÓN

1.1 Ley general de instituciones financieras

1.1.1 Definición

El sistema financiero está conformado por el conjunto de Instituciones bancarias, financieras y demás empresas e instituciones de derecho público o privado, debidamente autorizadas por la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador. Estas instituciones operan en la intermediación financiera. La intermediación financiera es la actividad de captar recursos del público y colocarlos en forma de créditos e inversiones. Es el conjunto de instituciones encargadas de la circulación del flujo monetario y cuya tarea principal es canalizar el dinero de los ahorristas hacia quienes desean hacer inversiones productivas. (Villegas, 2005)

En el Ecuador, las instituciones financieras reguladas se dividen en banca privada, cooperativas o cooperativismo, mutualismo y banca pública.

Estas instituciones están reguladas por la ley general de instituciones financieras creada por el congreso o asamblea nacional. El objetivo de la

ley es regular la creación, organización, actividad, funcionamiento y extinción de las instituciones del sistema financiero privado. (SBS, 2001)

1.1.2 Órganos rectores del sistema financiero

Según la Superintendencia de Bancos, (SBS, 2001) los órganos que dirigen y regulan el sistema financiero son los siguientes:

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

1.1.3 Alcance y Regulaciones

- Banco Central del Ecuador (BCE) Su función original fue de actuar como el banco de la reserva del Ecuador. El Banco era el emisor de la moneda nacional, el Sucre que se encontraba respaldado por las reservas de oro y dólares americanos. En el presente el BCE cumple la función como banco depositario del estado, regulador del comercio exterior – importaciones y exportaciones y otros. Además contribuye en el diseño de políticas y estrategias para el desarrollo de la nación, administrar el sistema de pagos, invertir la reserva de libre disponibilidad, actuar como agente fiscal y financiero del Estado.
- Superintendencia de Bancos y Seguros Esta es la principal institución regulador del sistema financiero. La superintendencia se encarga

específicamente de regular y supervisar el sistema financiero desde su creación, funcionamiento y eventual cese de funciones. Esto lo hace velando por la seguridad, estabilidad, transparencia y solidez de los sistemas financiero, de seguros privados y de seguridad social.

- Junta Bancaria Son atribuciones de la Junta Bancaria las siguientes: (SBS, 2008)

1. Formular la política de control y supervisión del sistema financiero, aprobar las modificaciones del nivel requerido de patrimonio técnico y las ponderaciones de los activos de riesgo. La Junta también se pronuncia sobre el establecimiento y liquidación de las instituciones financieras, así como de la remoción de sus administradores;
2. Resolver los casos no consultados en la Ley, dudas en cuanto al carácter bancario y financiero de las operaciones y actividades que realicen las instituciones financieras.

La Junta Bancaria también puede solicitar al Superintendente de Bancos y Seguros la expedición de una resolución que fuere necesaria;

- 3 Determinar las operaciones y servicios no señalados expresamente en la Ley que sean compatibles con las actividades de las instituciones financieras;
- 4 Resolver los recursos de revisión de orden administrativo planteados ante este órgano;

- 5 Aprobar el presupuesto y la escala de remuneraciones del personal de la Superintendencia;

1.2 Estructura sistema financiero ecuatoriano

El sistema financiero ecuatoriano se encuentra compuesto por instituciones financieras privadas (bancos, sociedades financieras, cooperativas y mutualistas), instituciones financieras públicas, instituciones de servicios financieros, compañías de seguros y compañías auxiliares del sistema financiero. (SBS, 2001) Los bancos contribuyen a más del 90% las operaciones del total del sistema.

1.2.1 Banca Privada

Definiciones Básicas

Son las instituciones financieras de propiedad particular que realizan funciones de captación y financiamiento de recursos, persiguiendo con ello una utilidad o beneficio como resultado del diferencial entre las tasas de interés activas y pasivas. (Definición.org)

Caracterización de la banca ecuatoriana

La banca privada se caracteriza por:

- Bajo nivel de capitalización.
- Gran concentración de poder y de capitales.

- El sistema bancario privado está ligado a unos pocos grupos económicos y depende de ellos.
- Existe cruce de capitales y de crédito con instituciones no financieras pertenecientes al grupo económico que controla el banco respectivo.
- No existe una verdadera especialización en las funciones que le competen a la banca privada.
- Tiene una elevada tecnología de servicios.
- Muestra una tendencia a un exceso de activos improductivos

La cobertura de los bancos privados es a nivel nacional, pero debido a su capital existen bancos privados únicamente en las provincias o ciudades del Ecuador

Productos y servicios financieros

Los bancos privados ofrecen una variedad de productos y servicios, diferentes para cada tipo de ciudad y por las necesidades de los clientes:

- Cuentas corrientes y de ahorros personales y comerciales
- Créditos Empresariales y personales
- Pagos educativos, pago de servicios públicos
- Transporte de valores, giros y transferencias
- Depósitos a plazo, certificados e inversiones

1.2.2 Cooperativismo

Definiciones Básicas

Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido para formar una organización cuya administración y gestión debe llevarse a cabo de la forma que acuerden los socios, generalmente en el contexto de la economía de mercado o la economía mixta.. Su objetivo es hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes haciendo uso de una empresa. La diversidad de necesidades y aspiraciones (trabajo, consumo, comercialización conjunta, enseñanza, crédito, etc.) de los socios, que conforman el objeto social o actividad corporativizada de estas empresas, define una tipología muy variada de cooperativas.

Cooperativismo en el Ecuador

Las cooperativas en Ecuador han existido desde los años 1900 para el impulso de la agricultura como lo eran el cacao y banana. Sin embargo las cooperativas han mantenido un perfil limitado con una falta de modernización, manejo profesional y fiscalización adecuada. Sus directores han estado limitados en su capacitación de manejo, liderazgo e interés por fortalecer y expandir esta institución financiera. (Ros, 2007)

Como parte de la última reforma a la constitución, mediante Decreto 194 y su Plan de Desarrollo, las cooperativas han recibido un impulso por parte del gobierno para facilitar los servicios a sus miembros. (Ecuador, 2009)

Según el censo de cooperativas del 2002, existen 2.668 cooperativas en el país con 781.000 socios. La mayor concentración esta en las provincias de Pichincha y Guayas. El 61% de las cooperativas son de servicio, las cooperativas de consumo componen el 15% y las de crédito el 14% del total de cooperativas.

En porcentajes de membrecías, el 76% de miembros pertenecen a cooperativas de ahorro y crédito.

Sin embargo la participación de las cooperativas de ahorro y crédito en el sistema financiero fue del 4.6% en términos de activos y 3.3% de pasivos.

Productos y servicios

Mediante una revisión de las varias páginas web de algunas cooperativas así como visitas de campo se puede establecer en promedio las cooperativas ofrecen los siguientes productos y servicios:

- Ahorros simples, planificados y a la vista.- La cooperativa de ahorro y crédito “23 de julio” ofrece un producto llamado Ahorro Planificado en donde el cliente puede abrir una cuenta con \$20 y con un convenio de abono periódico de \$10 más una bonificación de acuerdo a los términos pactados al momento de abrir la cuenta.
- Inversiones a plazo fijo.- La cooperativa San Francisco de Asis ofrece depósitos a plazo fijo con monto mínimo de \$300 a 31 días con cálculo de interés mensual.

- Cuentas para menores de edad.- La cooperativa de ahorro y crédito “23 de julio” ofrece a menores de edad la Cuenta Mágica la cual se abre con \$25 y los documentos del menor y su representante. La cuenta va acompañada de un seguro obligatorio la cual tiene valor residual al momento de una liquidación.
- Créditos de consumo, microcréditos y micro-productivos, créditos para vehículos, comercial y vivienda .- La cooperativa San Francisco de Asis ofrece créditos para la vivienda que cubre la compra, construcción, reparación para el usuario final como vivienda propia.
- Tarjetas de débito, transferencias, pagos de nómina y pensiones, pagos de impuestos y matrículas. ¹ La cooperativa Pablo Muñoz Vega ofrece la tarjeta de débito “Megared Cooperativa” la cual está afiliada a sistema Banred. Con esta tarjeta, el cliente puede obtener acceso a su cuenta desde cualquier cajero del sistema Banred.

1.2.3 El Mutualismo

Definiciones básicas

Entidad Aseguradora constituida por la asociación de personas que se reparten entre sí los riesgos que individualmente les corresponde, fijando las cantidades con que cada uno de ellos habrá de contribuir al resarcimiento de los daños o pérdidas colectivas. El objeto fundamental

¹ Cooperativa 4 de octubre, Ltda., Cooperativa de Ahorro y Credito San Francisco, Cooperativa de Ahorro y Credito Pablo Muñoz Vega, Cooperativa de Ahorro y Crédito “23 de Julio”

de una Mutualidad es la consecución de una cobertura colectiva frente a los riesgos individuales de sus asociados, al mínimo coste posible.

El Mutualismo en el Ecuador

El sistema del mutualismo en el país, nació por el año de 1959, como una iniciativa de la Cámara de Comercio y la Cámara Junior de Quito, con empresarios que agruparon a sus empleados, para el sistema mutual. En locales pequeños empezaron sus operaciones como un sistema alternativo a la banca que tradicionalmente operaba con la industria y empresas productivas. El sistema bancario, habiendo descuidado el financiamiento a la familia, en consecuencia nace el mutualismo como un mecanismo de crédito y ahorro para las necesidades de la familia, muy especialmente para la adquisición, construcción, y compra de vivienda, también para ampliación de vivienda. Una característica particular son los planes de vivienda para venta directa.

Productos y Servicios

Las mutualistas ofrecen productos destinados hacia el crédito para la financiación hipotecaria. Algunos de los productos son Cuentas tradicionales, cuentas constructivas con depósitos programados, inversiones a plazos, créditos hipotecarios, vehiculares y de consumo, tarjetas de crédito y planes de vivienda propios. La mutualista Pichincha ofrece un crédito hipotecario. Es un crédito de amortización mensual a mediano o largo plazo otorgado a personas naturales para satisfacer

necesidades de financiamiento en la compra, construcción, remodelación o adecuación de vivienda

1.2.4 La banca pública

Definiciones básicas

La función que cumple la banca pública es establecer, controlar y aplicar las políticas crediticias del Estado, así como también la atribución de conocer, aprobar y evaluar la ejecución de los presupuestos de las instituciones financieras públicas.

La banca pública en el Ecuador

Además de su función de establecer la política monetaria y crediticia, el Estado es un actor importante en el sistema financiero nacional a través de la Banca Pública de Desarrollo. Su función primordial es incentivar el desarrollo a través de créditos a cada uno de los sectores productivos o de servicios del país. Existen cinco entidades creadas por el Estado ecuatoriano destinadas a sectores específicos:

- Banco Ecuatoriano de la Vivienda → Acumulación y provisión de fondos destinados a la construcción, adquisición y mejora de la vivienda de mediano y bajo costo.
- Banco Nacional del Fomento → Sector agropecuario. Actualmente otorga créditos para bosques y siembra

- Corporación Financiera Nacional. → Industrialización a sectores productivos y de inversión en riesgo
- Banco del Estado. → Apoyo a gobiernos autónomos descentralizados a ejecutar obra pública
- El Fondo de Solidaridad: una de las tareas a futuro será la de crear un marco jurídico e institucional que permita la convergencia de las diferentes instituciones públicas en una sola banca pública redesarrollo.
- IECE: conceder préstamos a estudiantes para iniciar o proseguir estudios y administrar las becas que organismos nacionales e internacionales conceden al país.

Los activos totales de la banca pública de desarrollo, son mucho menores que las del sector privado, por lo que cumplen una función complementaria a las decisiones de arbitraje realizadas desde la banca privada.

En la actualidad no se dispone de una normativa legal que guíe y permita la coordinación de la banca pública de desarrollo de una manera coherente y estructurada.

Productos y servicios

Dentro de los productos y servicios que ofrece la banca pública están:

BANCO NACIONAL DE FOMENTO: (BANCO NACIONAL DE FOMENTO, 2011)

- Cuentas Corrientes, Cuentas de Ahorros
- Certificaciones varias
- Cheques de Gerencia
- Cobro de cartera BEV y BNF
- Envío y pago de giros
- Pago a jubilados del IESS, cheques y recepción de cuentas judiciales
- Recaudación de Impuestos
- Solicitud de crédito 555
- Crédito Desarrollo Humano y microcréditos
- Tarjeta de Débito

CORPORACION FINANCIERA NACIONAL

- Crédito automotriz
- Línea de crédito multisectorial inclusivo destinado a compra de activos fijos, capital de trabajo o asistencia técnica
- División de comercio exterior
- Programa de financiamiento bursátil y fomento productivo

1.3 Tendencias actuales de productos y servicios financieros

Desde hace aproximadamente 10 años, los mayores bancos del Ecuador actualmente tienen los siguientes productos que ofrecer a sus clientes:

- Captaciones de renta fija (inversiones)
- Cuentas corrientes con chequeras
- Cuentas de ahorros
- Administración de cuentas a la vista
- Cambios y Giros al exterior
- Cámara, Remesas y tránsito
- Administración de crédito y cartera
- Comercio exterior
- Garantía, avales y custodia
- Mesa de dinero y de cambios
- Contabilidad

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

La “web 2.0” se refiere a la generación de herramientas y aplicaciones para protocolo vía internet que permiten al usuario interactuar y colaborar con otros usuarios o proveedores de manera activa; esto en lugar de recibir información pasivamente. Por ejemplo: realizar y pagar compras, reservaciones y generar reportes personalizados de estados de cuentas bancarios.

Desde aproximadamente 1998 en que el internet se estableció firmemente en el Ecuador, los bancos han hecho uso extenso de la web 2.0. El mayor beneficiario es el cliente o usuario del banco. Al ingresar a su cuenta, el usuario puede hacer uso de varias herramientas para generar un reporte personalizado, filtrando por fechas, débitos, créditos, etc., sin necesidad de esperar su estado de cuenta al final del mes. El banco,

agencia de viaje o almacén ahorra costos de personal e inventario ya que no tiene que atender personalmente al cliente cada vez que este llama.

1.3.2 Canales de provisión de servicios financieros

En Latinoamérica y Ecuador, el canal más importante de provisión de servicios financieros es el banco. Los bancos proveen servicios para sus propios productos. Además actúan como canal de provisión para servicios de gobierno como es el pago de servicios públicos, impuestos, seguridad social, etc.

Sin embargo, cooperativas e intermediarios no financieros han aumentado sus canales de provisión para servicios en los últimos diez años. Por ejemplo, los almacenes se han convertido en canales de provisión de microcréditos para bienes de consumo. Los supermercados y otros almacenes medianos y grandes ofrecen el servicio POS, punto de servicio. Este servicio permite al cliente utilizar su tarjeta del cajero automático para realizar el pago de su compra sin la necesidad de efectivo.

Los distribuidores de automóviles y camiones también son canales de provisión de servicio de crédito. De esta manera el cliente tiene la facilidad de cerrar el contrato de compra en una sola oficina en lugar de tener que gestionar el crédito en el banco o alguna institución financiera.

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

De acuerdo a (Rojas-Suarez, 2007) una mayor profundización financiera afecta directamente el crecimiento económico; PBI. Otros estudios también han demostrado una limitada reducción en la pobreza en países que han creado productos financieros para sectores de escasos recursos. Un ejemplo práctico son los servicios de transferencia de dinero o minutos telefónicos a través de teléfonos celulares.

Este servicio se ofreció por primera vez en las Filipinas en el 2005 y en Kenia en el 2007. (Rice, 2007) Personas de escasos recursos que por diversas razones no pueden acceder a una cuenta bancaria pudieron acceder a los mismos servicios bancarios de transferencia de dinero sin la necesidad de poseer una cuenta o incurrir en estos gastos. Los cobros por estos servicios vía teléfono son más asequibles para este grupo poblacional. En Kenia el 19% de la población adulta tiene acceso a servicios bancarios mientras que el 54% de la misma población utiliza un teléfono celular. El 58% recibe transferencias del exterior las cuales son erosionadas por cobros de hasta el 10% por las casas de envío.

El caso de Kenia es una opción muy práctica para la mayoría de ecuatorianos que viven de la informalidad y manejan montos de dinero pequeños. Vendedores pequeños ya no necesitan esperar varios días o semanas para recobrar su dinero o pagar mercadería con intereses. Las transferencias ahora son inmediatas lo cual acelera la rotación económica.

En sus conclusiones, (FELABAN, 2007) también opina que una mayor profundización en los sectores de menores recursos tanto en sentido geográfico como de servicios afectaría positivamente el desarrollo de un país.

CAPÍTULO II:

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

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

Debido a que la banca latinoamericana en general, luego de varias crisis en los 80 y 90, se han ajustado a las normas de Basilea, estas ahora muestran mayor solidez. (Rioseco, 2008) En los últimos cinco años y medio, el Sistema Financiero Nacional del Ecuador se ha fortalecido, lo cual está demostrado a través de un incremento en el número de usuarios de servicios y productos financieros ofrecidos en el mercado.

La plaza de Quito es una de las dos plazas más importantes del país, junto a Guayaquil. Esto se debe naturalmente a que es la capital y principal centro de negocios del país.

Captaciones

En Quito, las instituciones financieras captaron más de 9 billones de dólares a finales del 2010. Esta captación se repartió principalmente entre depósitos a plazos, cuentas corrientes y cuentas de ahorros. Los depósitos a plazos totalizaron cerca de 3.7 billones de dólares, seguido por 3.1 billones en cuentas corrientes y 2 billones en cuentas de ahorro.

Esto indica que los clientes financieros de Quito todavía optan por productos tradicionales para sus negocios e inversiones financieras. Inclusive la tradición se concentra alrededor de cuentas de ahorros que abarca 1.9 millones de clientes. Es decir más del 50% del universo total de 2.3 millones de clientes en Quito.

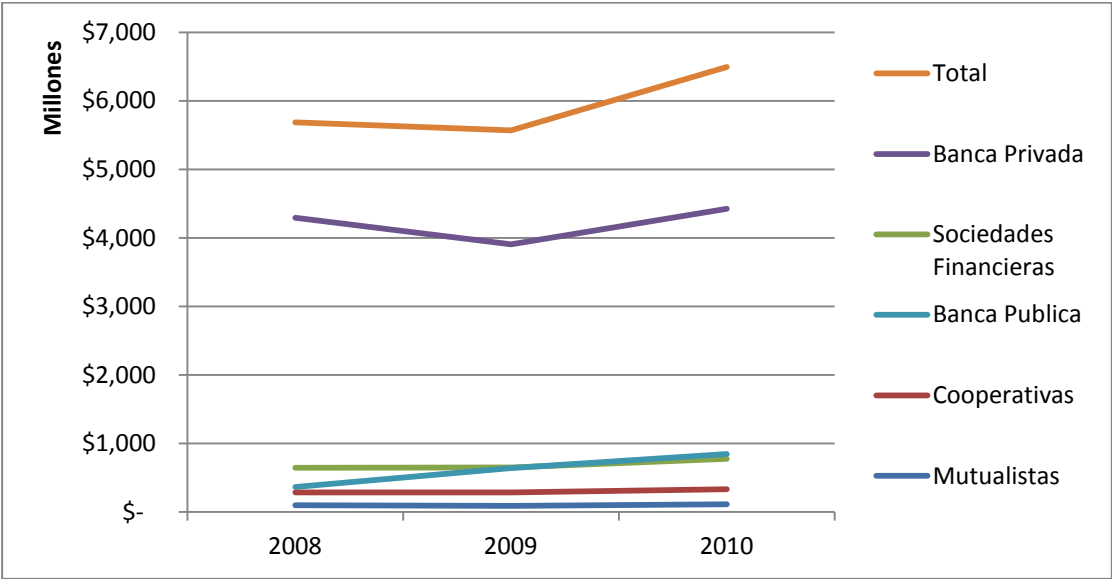
En Quito, el subsistema predominante es la banca privada la cual captó 7.1 billones de dólares a fines del 2010. Esto representa el 78% de la cantidad de dinero depositada. El subsistema que le sigue es la banca pública con 1.1 billones de dólares, representando el 12% de los depósitos.

Colocaciones

Para diciembre del 2010 las instituciones financieras de Quito tenían un total de 6.5 billones de dólares colocados en el mercado crediticio de la ciudad. Los dos años anteriores, esta colocación fue de un 17% menos. (ver anexo - tabla 1) Se atribuye el crecimiento nulo entre 2008 y 2009 a la crisis financiera mundial en donde los créditos fueron severamente restringidos. El crecimiento del siguiente periodo se le atribuye a la combinación de dos factores: La infusión de capital en el mercado hipotecario por parte del gobierno nacional y la infusión de créditos varios por parte de la banca pública, igualmente el gobierno nacional.

La figura 1 muestra la evolución de captaciones para cada subsistema en Quito desde diciembre del año 2008 al mismo mes del 2010.

Figura 1 Total de colocaciones de cada subsistema en Quito



Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador
Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

El 68% de estos créditos fueron otorgados por la banca privada, una vez más demostrando la importancia de este sector financiero en la ciudad. Más adelante se observará que el 50% de este crédito se encuentra colocado en inversiones comerciales y un 32% en consumo.

Las cooperativas también han jugado un papel importante en el sistema financiero de Quito. De acuerdo al presidente de la asociación de cooperativas Edgar Peñaherrera, (Diario HOY, 2007) la razón para el

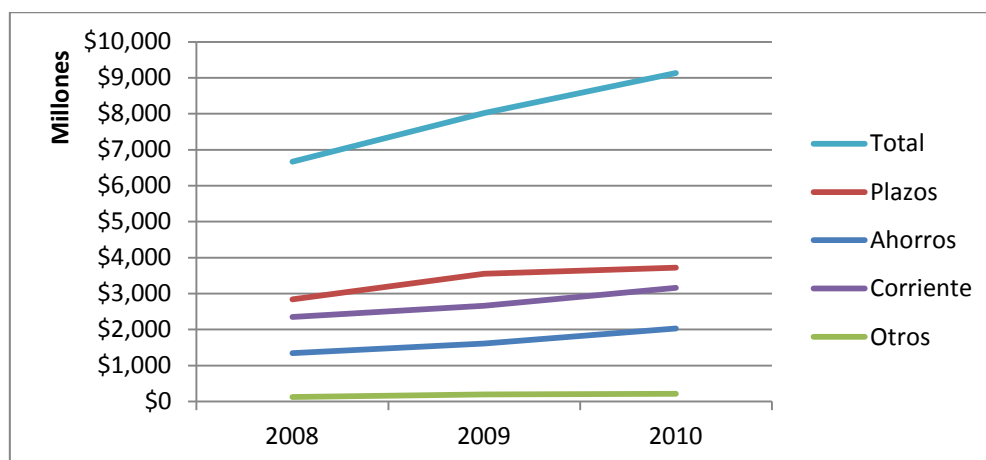
crecimiento de las cooperativas hasta ese año se debe a la confianza de sus clientes. Explica que las cooperativas se han enfocado en los sectores más necesitados con créditos a la microempresa, vivienda y consumo. Específicamente, su cartera de microcréditos representó más del 42% del subsistema. Esta demanda de crédito para consumo y microempresa favoreció su expansión.

2.2. Evolutivo de captaciones

2.2.1 Por tipo de depósito

Los depósitos en la plaza Quito totalizaron 9'130.980 millones de dólares en diciembre del 2010. Esto es un 13,85% más que el año anterior y 37,00% más que el año 2008. (ver anexo - tabla 2) La figura 2 muestra la tendencia incremental estable para cada tipo de depósito. Estos recursos fueron depositados por 2'342mil clientes en Quito, un crecimiento acumulado de 22,39% de clientes en el mismo periodo. Esto quiere decir que hubo un incremento neto en la cantidad de dinero depositado y de clientes. (ver anexo- tabla 3) La figura 3 muestra la misma tendencia para el número de clientes

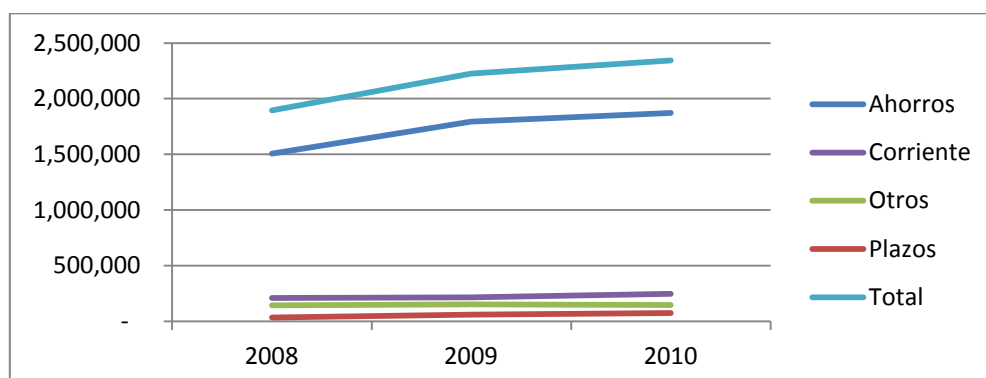
FIGURA 2 Evolución de depósitos en millones de dólares para Quito



Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

FIGURA 3 – Evolución de clientes depositantes para Quito por tipo de depósito



Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

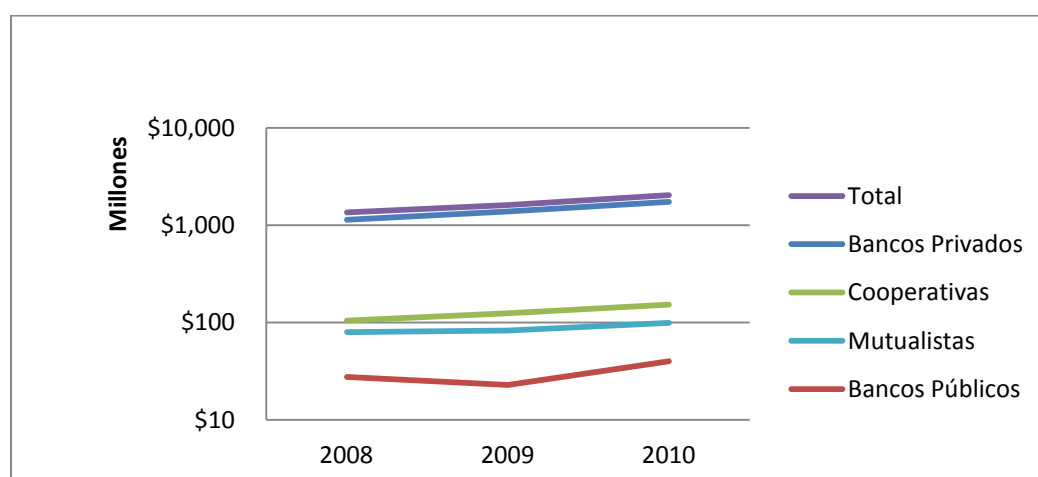
Depósitos en Ahorros

En un análisis por tipos de depósito vemos que las cuentas de ahorro tuvieron un incremento muy sustancial del 19,57% entre el 2008 y el 2009, y del 26,10% entre el 2009 y 2010 para un crecimiento total de 50,72%.

Los cuenta ahorristas por su lado crecieron a un paso similar en el primer periodo, 19,2% pero solo el 4,25% para el siguiente periodo. (ver anexo - tabla 4) Esto nos hace pensar que el mismo grupo de clientes aumento sus depósitos entre el 2009 y 2010.

Los depósitos de ahorros en bancos tuvieron un crecimiento sostenido de aproximadamente el 23% en cada periodo. Para las cooperativas, su crecimiento también fue sostenido en aproximadamente 20% sin ninguna variación apreciable. Los ahorros en mutualistas, a pesar de crecer solo el 4% entre 2008 y 2009, también mantuvieron un incremento del 20% en el segundo periodo. Entre las dos mutualistas en la plaza, Pichincha e Imbabura, la mutualista Pichincha defiende que este incremento fue gracias a una promoción efectiva por su parte. Los ahorros en la Banca Pública se contrajeron un 17% al 2009 pero crecieron 75% al 2010. La figura 4 resume estas variaciones.

FIGURA 4 – Evolución de depósitos en Ahorros para cada subsistema de Quito



Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

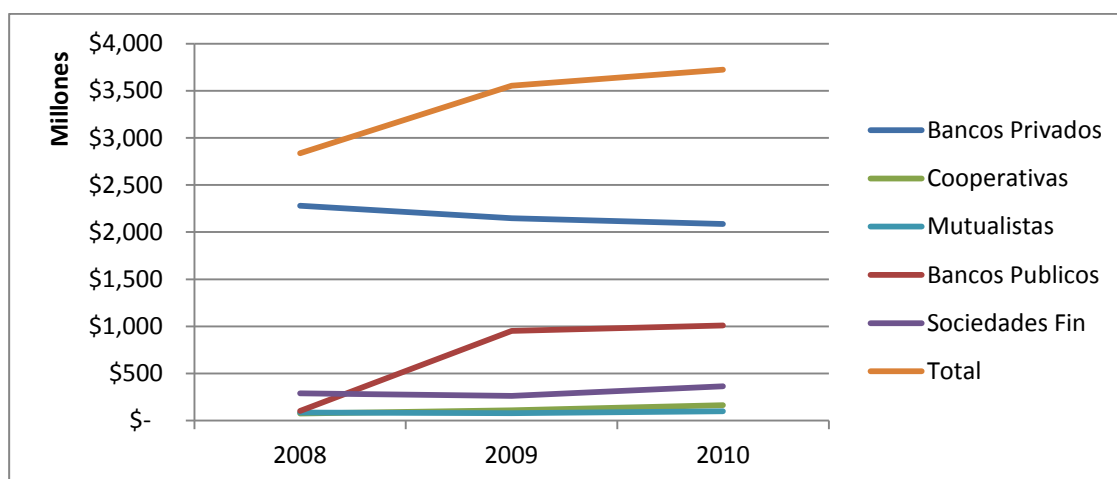
Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Depósitos a Plazos

Los depósitos a plazos (0 a 360 días) crecieron un total de 31,20% entre 2008 y 2010. Los depositantes también crecieron en un orden similar de magnitud del 35,72%. (ver figura 5)

Los depósitos a plazos en bancos se redujeron casi un 6% entre 2008 y 2009 y otro 3% para el año siguiente. (ver anexo - tabla 5) La base de clientes se redujo en igual porcentaje el primero periodo pero luego aumento en casi un 16%.

FIGURA 5 – Evolución de depósitos a Plazos para cada subsistema



Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

En las cooperativas hubo un aumento del 42% y de 49 puntos más para cada uno de los periodos. El número de clientes aumento en 12% y 38% correspondientemente.

Las mutualistas sufrieron una reducción en dinero a plazos en casi 7% al 2009 pero un repunte del 22% hasta el 2010. Los clientes por su lado aumentaron en un 12% y otro 11% en los dos periodos.

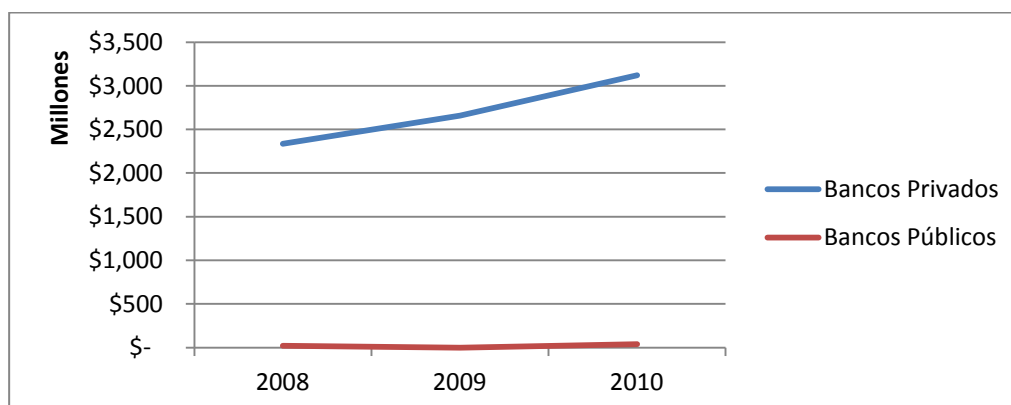
La banca pública muestra números poco confiables para un análisis creíble. El Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV) incremento sus depósitos a plazos desde 2millones depositados por 75 clientes a 50 millones en el 2009 depositados por un solo cliente. Al 2010, otros 50millones son depositados. Además el total de 100 millones son mantenidos por tres clientes. Las cifras reportadas son números redondos. La Corporación Financiera Nacional reporta un caso similar. Sus depósitos a plazos incrementaron de 100millones a casi 681millones en un año. Esto quiere decir que el depósito promedio de nuevos clientes fue de 31millones de dólares cada uno. Los 275millones adicionales depositados al 2010 son por un solo cliente. Por lo tanto, es imposible lograr un análisis objetivo en esta plaza.

Por último, las sociedades financieras, mayormente Diners Club, vio un decremento del 10% al 2009 y luego un repunte del 38% al 2010 en sus depósitos a plazos. Al 2009, el número de depositantes no varió mientras que al 2010 se ve un incremento de más del 36%.

Cuentas Corrientes

Las cuentas corrientes se desempeñaron de modo similar. Entre 2008 y 2010 los depositantes se incrementaron en un 18,61% mientras que la cantidad de depósitos aumentaron el 34,13%. (ver figura 6) Casi el total de depósitos en cuentas corrientes pertenecen a la banca privada. Para el 2010, estas sumaron sobre los 3 billones de dólares. Las cuentas corrientes de la banca pública son negligentes. Además, la Superintendencia de Bancos reporta depósitos de cero dólares para el 2009, lo cual dificulta este análisis. (ver anexo - tabla 6)

FIGURA 6 – Evolución de depósitos en Cuenta Corriente para cada subsistema



Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

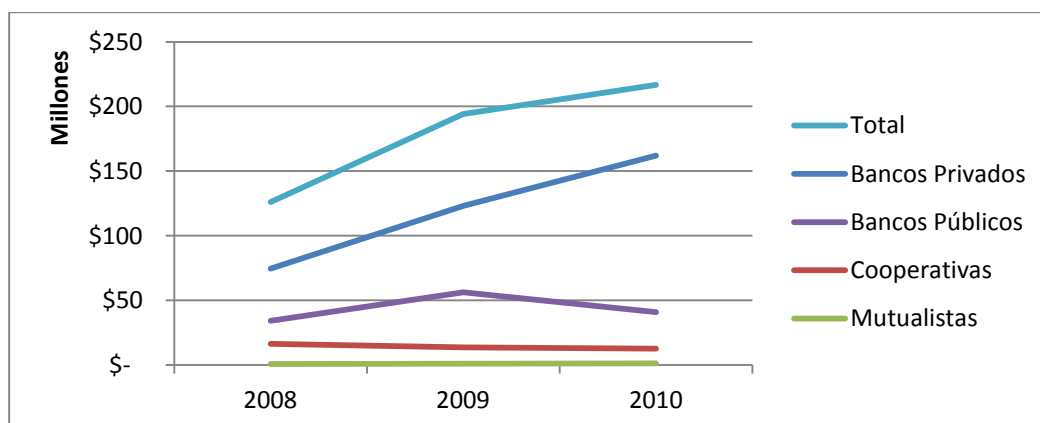
Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Otros tipos de depósitos

Los depósitos que demostraron un crecimiento particular fueron las catalogadas como “otros” dentro de las cuales están los depósitos

restringidos. Estos depósitos son aquellos cuya disponibilidad de fondos está controlada por la compensación de cheques, pagos al exterior para garantías de cartas de crédito, garantías hipotecarias, etc. (Corporación del Seguro de Depósitos) El crecimiento entre 2008 y 2009 fue del 53,93% y del 11,56% para el siguiente periodo con un crecimiento total del 71,73% desde 2008 al 2010. (ver anexo - tabla 7) Los depositantes sin embargo solo crecieron en menos del 6% para el primer periodo y se contrajeron casi el 3% en el siguiente periodo. Según la figura 7 podemos ver que la banca privada si tuvo un crecimiento sostenido mientras que la banca pública tuvo una contracción significativa para el 2009-2010. Nuevamente podemos observar la volatilidad dentro del sistema público.

FIGURA 7 – Evolución de otros tipos de depósito para cada subsistema en Quito



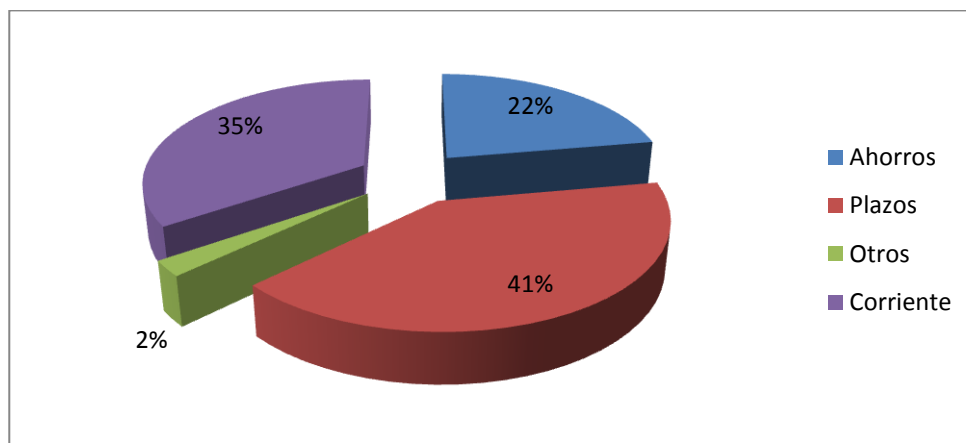
Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Participación de mercado

En cuanto a participación de mercado podemos ver en la figura 8 que la mayor parte del dinero, el 41% se encuentra depositado en cuentas a plazos.

FIGURA 8 Repartición de depósitos para Quito

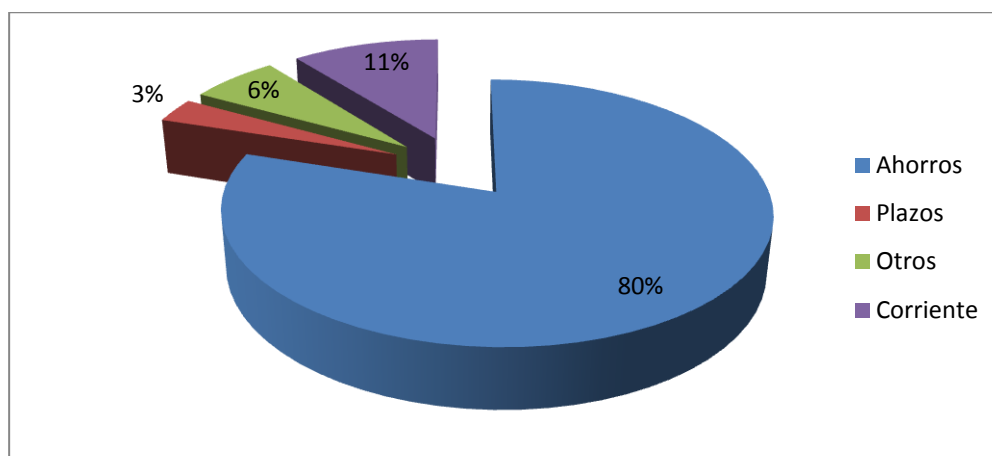


Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Sin embargo la figura 9 muestra que la mayor cantidad de clientes mantiene cuentas de ahorros concentradas en los bancos privados como veremos en el siguiente capítulo.

FIGURA 9 Repartición de clientes por tipo de depósito para Quito



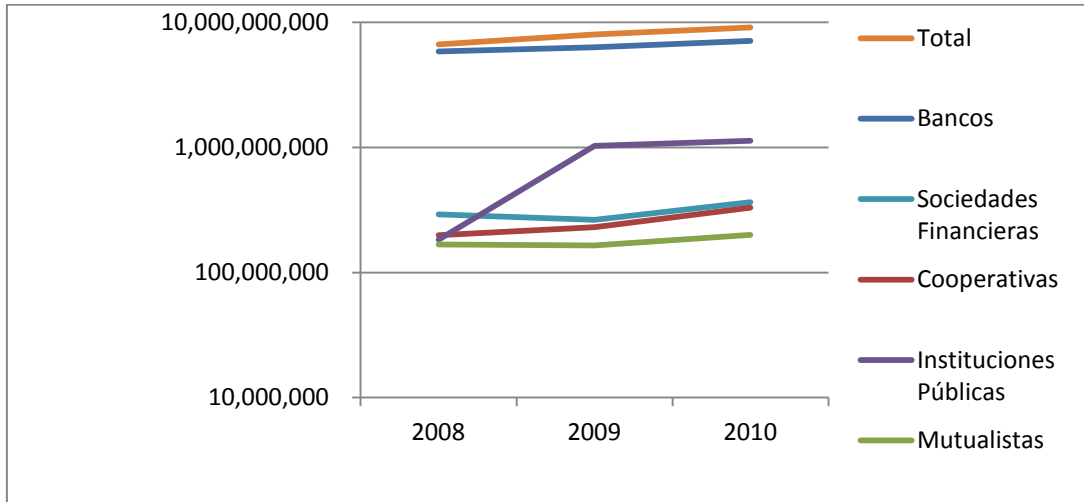
Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

2.2.2 Por Subsistema

Un análisis de depósitos clasificado por cada subsistema para Quito nos muestra que para diciembre del 2010 el total de depósitos en el sistema financiero formal de Quito totalizó sobre los 9 billones de dólares, depositados por 2.3 millones de clientes. Los depósitos aumentaron en un 13,8% con respecto al 2009 mientras que los depositantes aumentaron en un 10%. (ver anexo - tabla 8) Con respecto al 2008 el incremento también fue del 10% para el número de depositantes cuyos depósitos aumentaron en un 20%. (ver anexo – tabla 9) La figura 10, con escala logarítmica, nos muestra el total de la evolución de depósitos. La figura 11 muestra la evolución por número de clientes, también con el número de depositantes en escala logarítmica. (ver anexo - tabla 9)

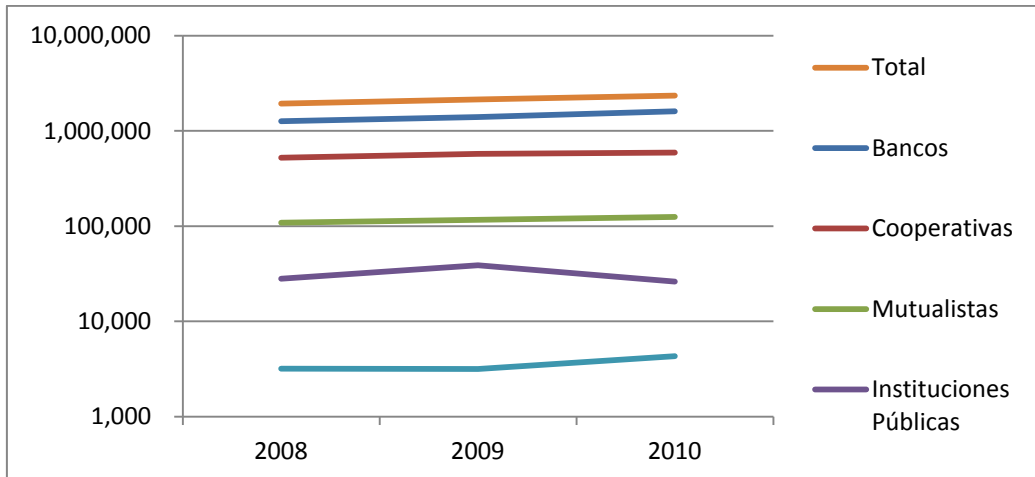
FIGURA 10 Evolución de depósitos de cada subsistema de Quito entre 2008 y 2010



Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

FIGURA 11 Evolución de depositantes para cada subsistema de Quito entre 2008 y 2010



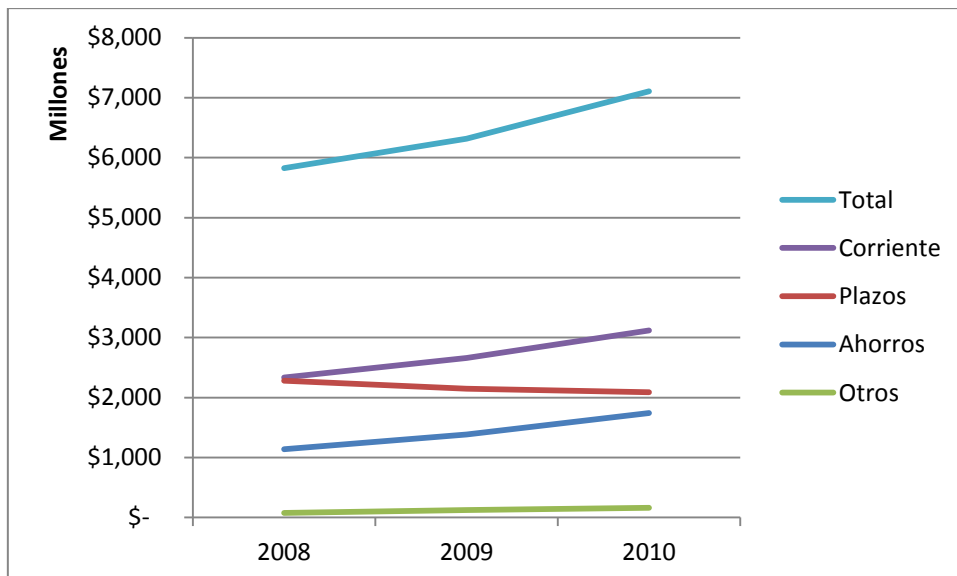
Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Bancos

El incremento en depositantes y depósitos en los bancos privados se mantuvo cerca al promedio antes mencionado. Los depósitos aumentaron desde 5.842 millones hasta 7.109 millones en el periodo de dos años con incrementos anuales del 8% y 13%. La figura 12 nos muestra el repunte del año 2009. Sus depositantes también incrementaron en aproximadamente el 10% y 15%. El porcentaje de incremento de depositantes supero ligeramente el incremento en depósitos entre 2009 y 2010. (ver anexo - tabla 10)

FIGURA 12 Evolución de depósitos para Bancos Privados de Quito



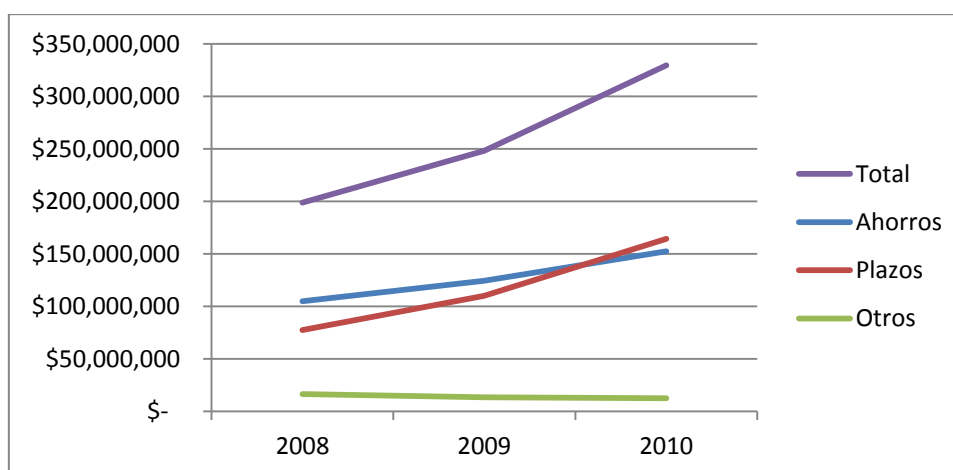
Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Cooperativas

Los depósitos en cooperativas de Quito representaron el mayor aumento del sistema, marcado por cuentas de ahorro y plazos. (ver figura 13) A pesar de representar una fracción de los depósitos totales del sistema, estos incrementaron en un 25% al 2009 y otro 33% al 2010 para un total de más del 65%. (ver anexo - tabla 11) Sus depositantes sin embargo prácticamente no aumentaron. Para el 2008 tuvieron 524mil depositantes y para 2010 fueron 591mil. Esto indica que los recursos provinieron de los depositantes existentes.

FIGURA 13 Evolución de depósitos para Cooperativas de Quito



Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

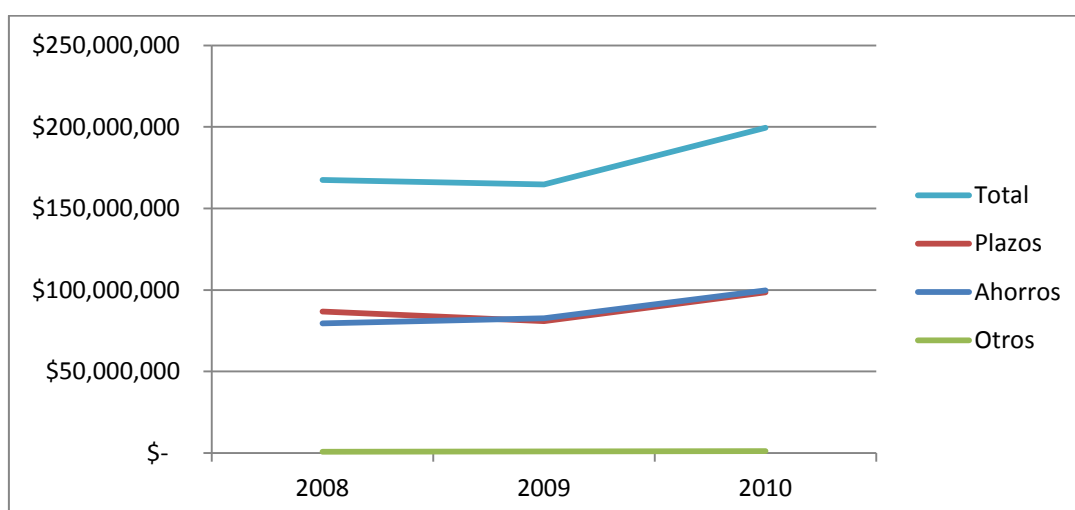
Mutualistas

La evolución de las mutualistas siguió un patrón similar a la banca privada. Los 108mil depositantes crecieron a 116mil y 125mil para los años 2009 y 2010. (ver anexo - tabla 12) Esto es aproximadamente un 7% anual. Los 167millones de dólares en depósitos disminuyeron ligeramente a 165millones en el 2009 para luego incrementar a 199millones en el 2010; es decir una recuperación de sobre el 20%. (ver figura 14)

Banca Pública

Como se mencionó en el capítulo anterior, los resultados de la Superintendencia de Bancos dificultan un análisis de este subsistema. (ver anexo - tabla 13) Los depositantes incrementaron de 28mil a 39mil

FIGURA 14 Evolución de depósitos para Mutualistas de Quito

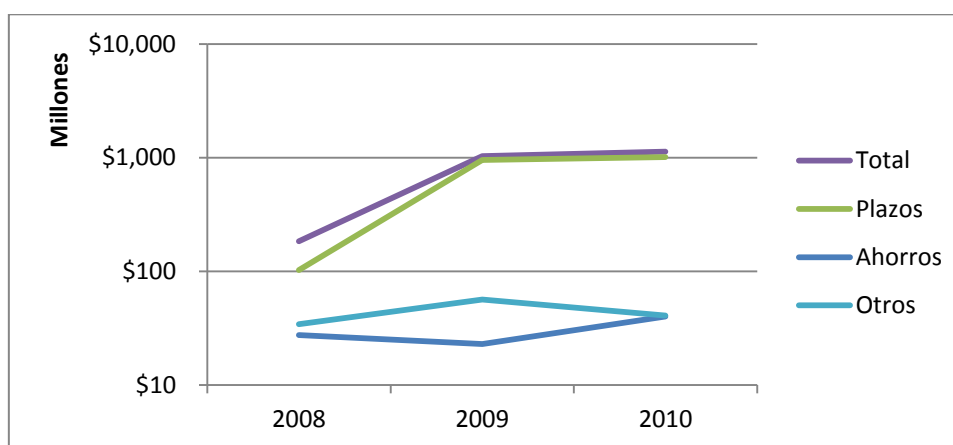


Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

entre 2008 y 2009 para luego contraerse nuevamente a 26mil en el 2010. Sin embargo los depósitos incrementaron de menos de 200milones a sobre el billón de dólares en el 2009 y 2010. La figura 15 muestra solamente depósitos de plazos, ahorros y otros por lo que los datos para cuenta corriente son insuficientes.

FIGURA 15 Evolución de depósitos para Banca Pública de Quito



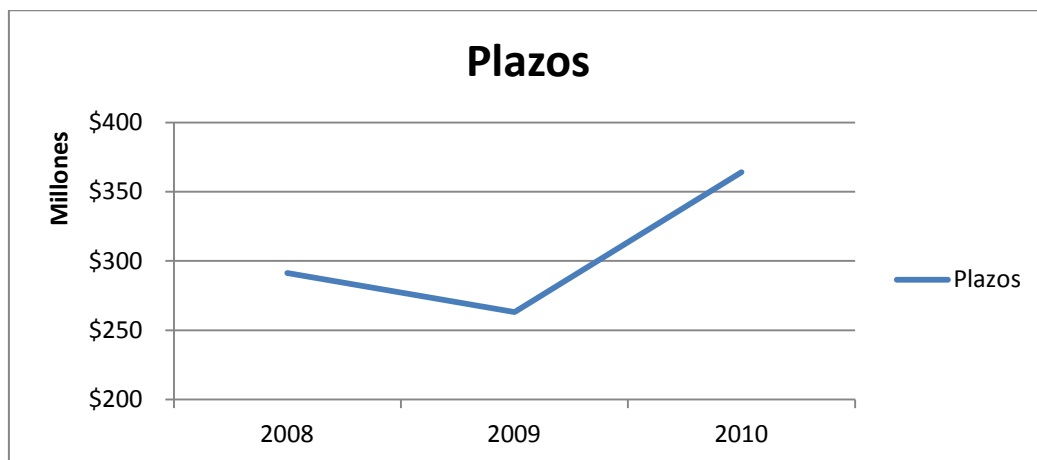
Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Sociedades Financieras

El mayor aumento en las sociedades financieras ocurrió entre 2009 y 2010. Los depositantes aumentaron en más de un 36% mientras que los depósitos aumentaron el 38%. (ver anexo - tabla 14) El único producto de las sociedades financieras son los depósitos a plazos.

FIGURA 16 Evolución de depósitos a plazos en las sociedades financieras de Quito



Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Se mencionó que la sociedad Diners Club cuenta con casi el 100% de participación del mercado. Esto se refleja en la figura 16.

2.3 Evolutivo de colocaciones

2.3.1 Por tipo de cartera

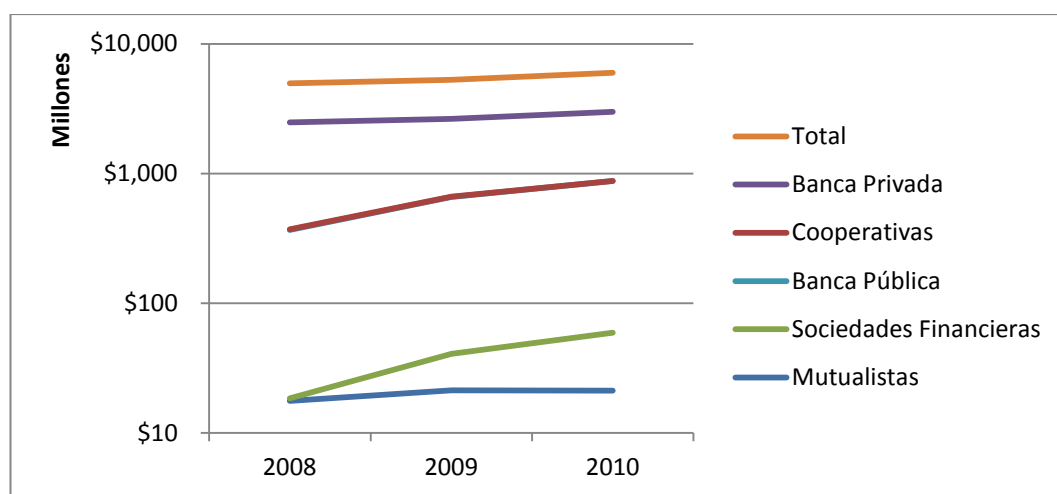
Cartera Comercial.-

Entre diciembre 2008 y diciembre 2010, el crédito comercial en Quito aumento 21% desde 2.500 millones a casi 3mil millones de dólares. Para el 2009 el incremento fue del 6% y para 2010, un 13% adicional. La figura 17 muestra esta tendencia en forma logarítmica.

El mayor contribuyente a este crecimiento fue la banca pública la cual inició con \$350 millones y terminó con \$815 millones. (ver anexo - tabla

15) Aunque la banca privada posee la mayor participación, con el 70% al 2010, su crecimiento neto fue prácticamente nulo, - 6% y 7% respectivamente.

FIGURA 17 Evolución de la cartera comercial en Quito



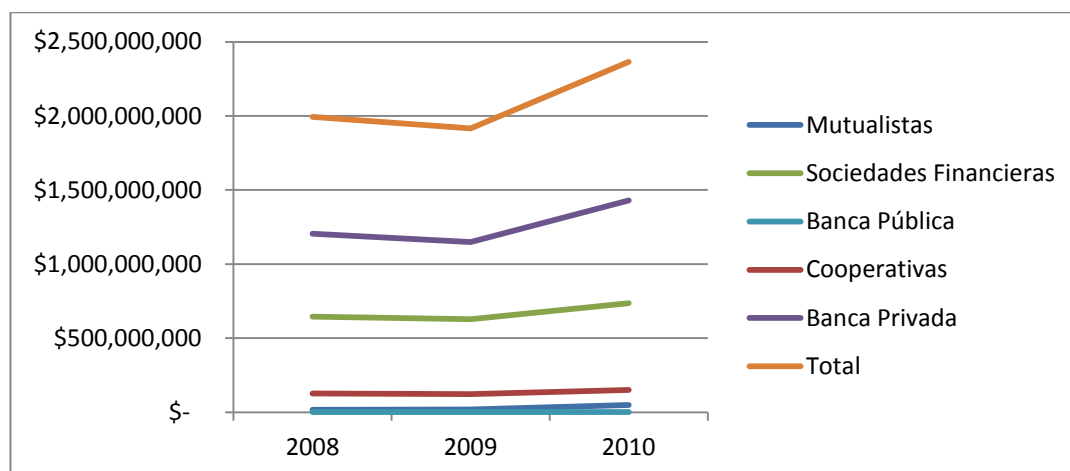
Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Cartera de Consumo.-

El crédito de consumo se expandió 17% entre fines del 2008 y fines del 2010. (ver anexo - tabla 16) Luego de una pequeña reducción del -4%, aumentó el 23% para fines del año 2010. Cada subsistema tuvo un comportamiento similar con excepción de las mutualistas y banca pública. (ver figura 18)

FIGURA 18 Evolución del crédito de consumo en Quito



Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

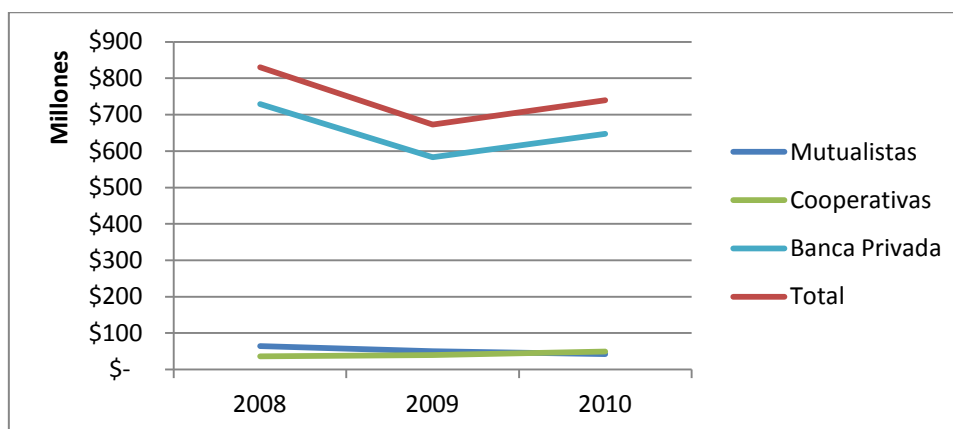
Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Las mutualistas sobresalen por su crecimiento en ambos periodos. Al 2009 crecieron un 9% y al 2010 ven un crecimiento vertiginoso del 185%. La banca pública en cambio se contrajo el 43% para luego crecer en un 19%. Como se observa en varias ocasiones, datos de la banca pública por parte de la superintendencia de bancos no son enteramente confiables.

Cartera de Vivienda.-

Los créditos de vivienda o hipotecarios reflejan la crisis financiera entre el 2008 y 2009 con una contracción del 19%. Igualmente reflejan la infusión de capital por parte del gobierno nacional con un incremento del 10% durante el 2010. (ver anexo - tabla 17)

FIGURA 19 Evolución del crédito hipotecario en Quito



Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Cada subsistema actuó de modo único. Las mutualistas se contrajeron en ambos periodos en un 22 y 16%. Las cooperativas crecieron en ambos periodos en un 10 y 24%. Finalmente la banca privada se contrajo el 20% para posteriormente crecer el 11%. (ver figura 19) Se puede observar que el subsistema con mayor aportación al mercado también fue el mayor afectado por la crisis económica y asimismo el mayor beneficiado del crédito gubernamental para el 2010. Nuevamente los datos de la superintendencia para la banca pública no son enteramente confiables para un análisis significativo.

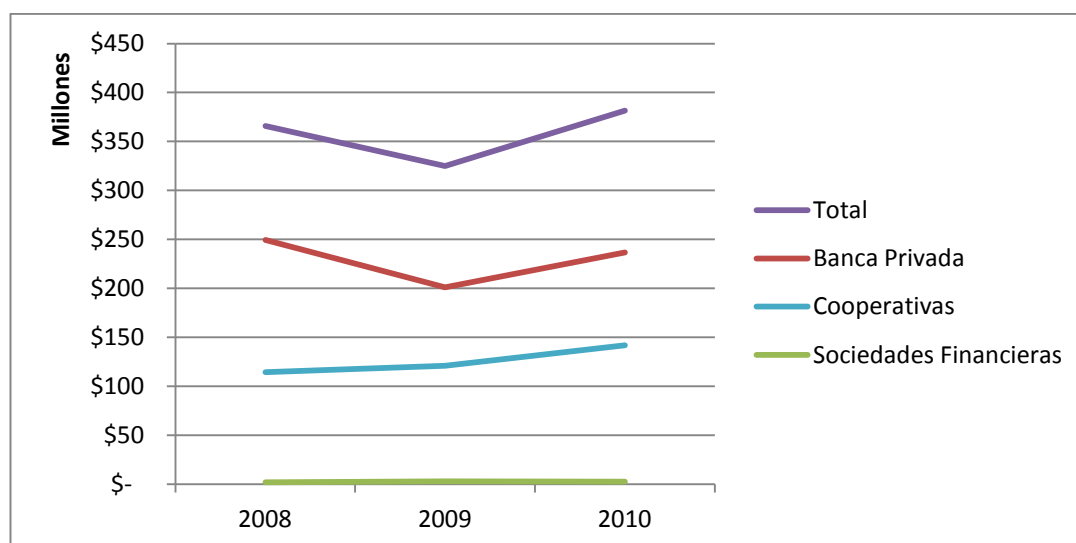
Cartera de Microempresa.-

Los microcréditos han sido importantes para el desarrollo de Quito. Los bancos privados y mutualistas los vienen otorgando casi 20 años.

(Líderes, 2011) El promedio de créditos es de \$2,800. Hasta diciembre 2010, el mayor colocador es Credife con el 23% de mercado, del Grupo Pichincha, seguido por las mutualistas con el 15%

El análisis para la microempresa se lo realizó excluyendo al subsistema de mutualistas. Para fines del 2008, la mutualista Imbabura – única que otorga estos créditos, aportó \$116 millones de un total de \$482 millones. Sin embargo para el siguiente año refleja una contracción del 100% y ninguna variación para el año siguiente. No es realista asumir un cierre y cobro de cuentas al 100% en solamente un año. Por lo tanto el siguiente cuadro muestra excluye el subsistema de mutualistas. (ver figura 20)

FIGURA 20 Evolución del microcrédito en Quito



Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Para el resto de subsistemas, los \$366M en créditos otorgados a fines del 2008 se contrajeron el 11% en el primer año y crecieron el 17% para fines

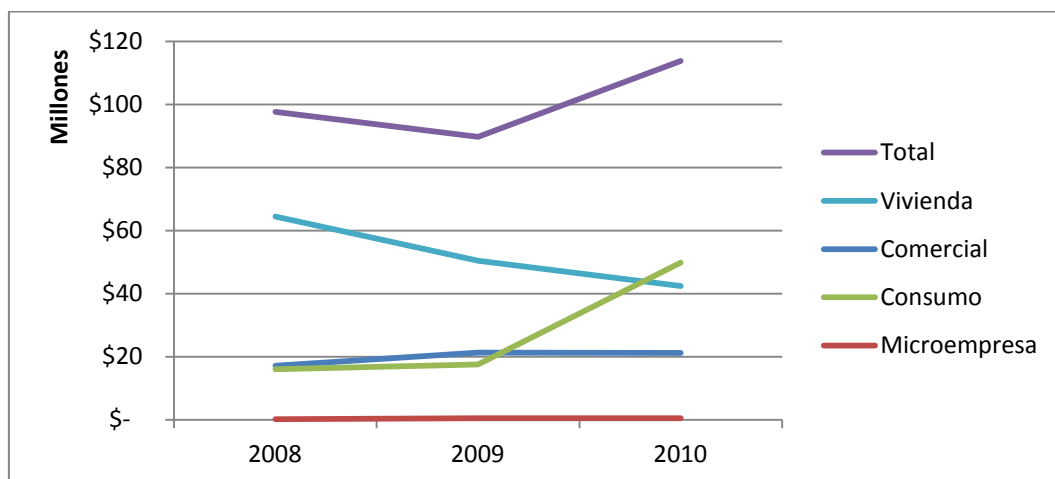
del 2010. El mayor aporte proviene de la banca privada con una participación mínima del 62% en cada periodo. (ver anexo - tabla 18)

2.3.2 Por subsistema

Mutualistas

Para el periodo de este análisis, se observa que las colocaciones de las mutualistas se contrajeron entre 2008 y 2009 un 8% y luego repuntaron en un 27%. La figura 21 muestra que el factor que dirigió esta tendencia fue la contracción en el crédito a la vivienda y el aumento en el crédito para consumo. La tabla 19 en el anexo también incluye la contribución de la microempresa, a pesar de que el dato para el 2008 parece estar distorsionado.

FIGURA 21 Evolución de créditos en las Mutualistas de Quito

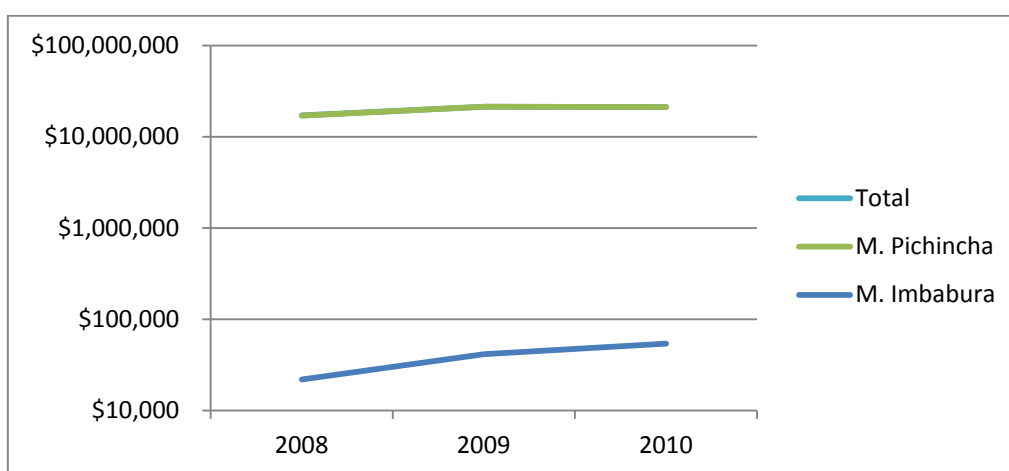


Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Los créditos de comerciales en las mutualistas aumentaron apreciablemente entre 2008 y 2009 desde casi \$18M a \$21M para luego mantenerse en el mismo lugar entre 2009 y 2010. (ver figura 22) La tabla 20 resume los datos de las dos mutualistas de Quito.

FIGURA 22 Evolución de créditos comerciales en las Mutualistas de Quito

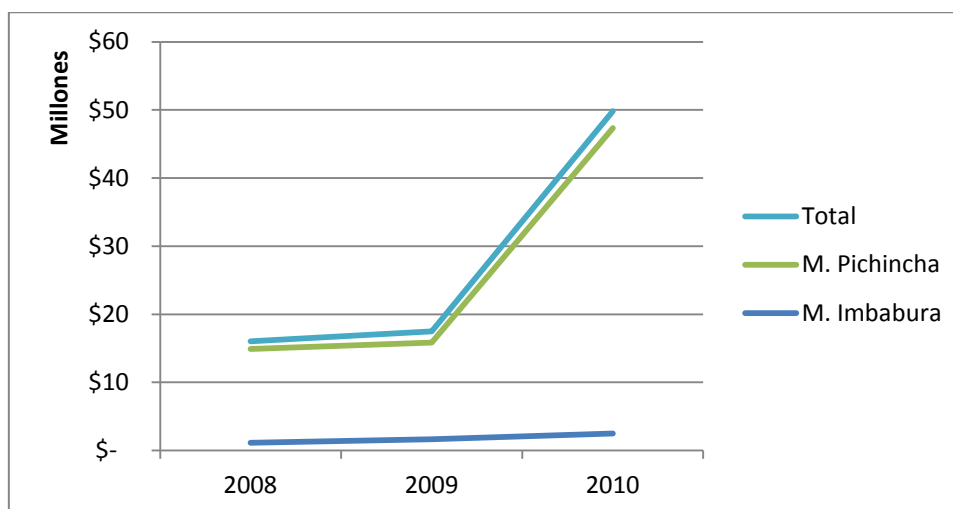


Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Las mutualistas se alejaron de su rol principal de prestamistas hipotecarios para convertirse en prestamistas de créditos de consumo. El comportamiento del subsistema de mutualistas en Quito experimentó dos variaciones notables entre el 2008 y 2010. La primera variación fue en el crecimiento de las colocaciones en créditos de consumo. Como muestra la tabla 21 del anexo, éstas aumentaron en más de 32 millones de dólares, lo cual representó un incremento del 184%. (ver figura 23)

FIGURA 23 Evolución de créditos de consumo en las Mutualistas de Quito



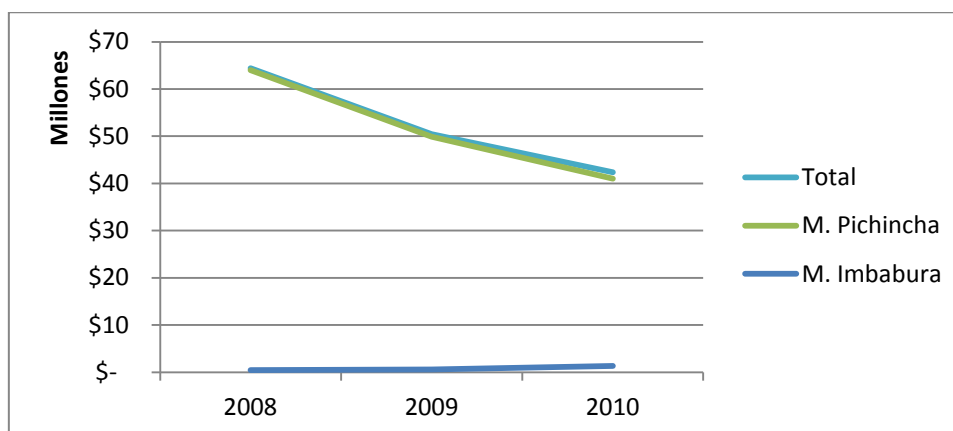
Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Por otro lado, los créditos de vivienda, objetivo principal de las mutualistas mostraron una contracción del 35% entre 2008 y 2010. (ver anexo - tabla 22) La mayor contracción fue de 21%, una reducción de \$14 millones para el 2009. Las únicas dos instituciones de este subsistema en Quito, son las mutualistas Pichincha e Imbabura. Es importante notar que la mutualista Pichincha supera a la Imbabura en dos órdenes de magnitud en términos de colocaciones, por lo cual las cifras anteriores corresponden mayormente a ésta institución. (ver figura 24)

No es posible hacer un análisis de la evolución de créditos de microempresa en este subsistema. Por un lado, este producto solo es ofrecido por la mutualista Imbabura.

FIGURA 24 Evolución de créditos para la Vivienda en las Mutualistas de Quito

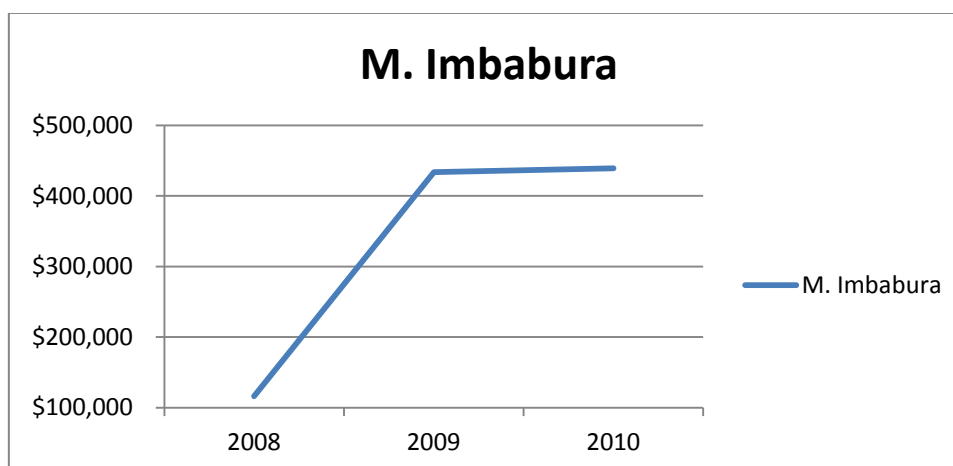


Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Por otro lado los datos de la Superintendencia de Bancos para el 2008 no son confiables debido a un dato dudoso. Este es el incremento del 273% en colocaciones de créditos a la microempresa. La figura 25 muestra la curva para la Mutualista Imbabura, tabulada en la tabla 23 del anexo.

FIGURA 25 Evolución de microcréditos en las Mutualista Imbabura de Quito



Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

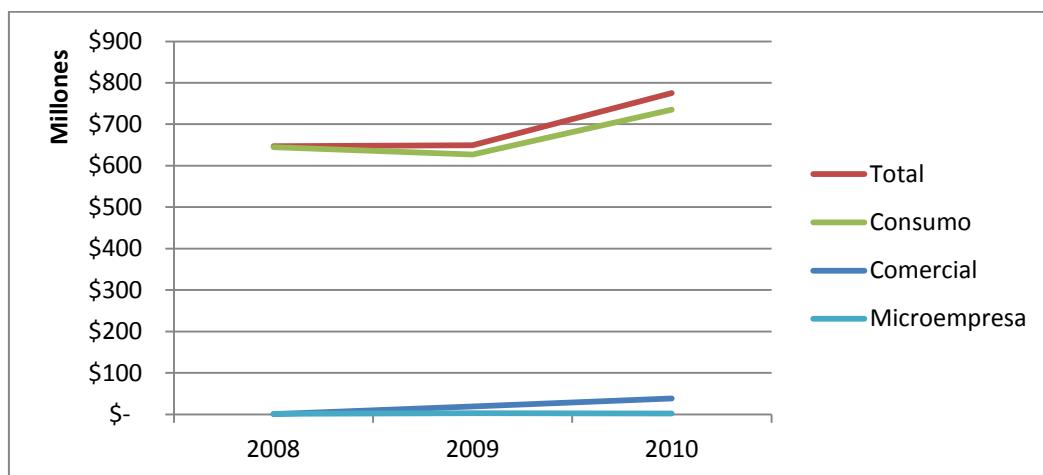
El crecimiento vertiginoso de créditos de consumo y la contracción de créditos para la vivienda son motivos de preocupación para el crecimiento económico del país. La solicitud y otorgamientos de créditos hipotecarios realmente deberían subir a la par con el crecimiento económico del país y el PIB. Es decir, la población con acceso a vivienda debería aumentar cada año. Sin embargo lo que se ve que se expande es el consumo de artículos suntuarios o gasto corriente de cada hogar. Si bien se puede atribuir la contracción del 2008 y 2009 a la crisis bancaria e hipotecaria mundial, la cual afecta las remesas, el fenómeno del crédito de consumo deshecha esta teoría.

Entre 2008 y 2009, las mutualistas optaron por poner su capital en crédito no asegurado. A pesar que el ingreso obtenido por intereses más alto para créditos de consumo que de vivienda, el riesgo es mayor. Esta tendencia también es preocupante ya que pudiese llegar a producirse una crisis de crédito en las mutualistas.

Sociedades Financieras

Las colocaciones de las sociedades financieras experimentaron un crecimiento neto entre el año 2008 y 2010. (ver figura 26)

FIGURA 26 Evolución de colocaciones de las Sociedades Financieras de Quito



Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

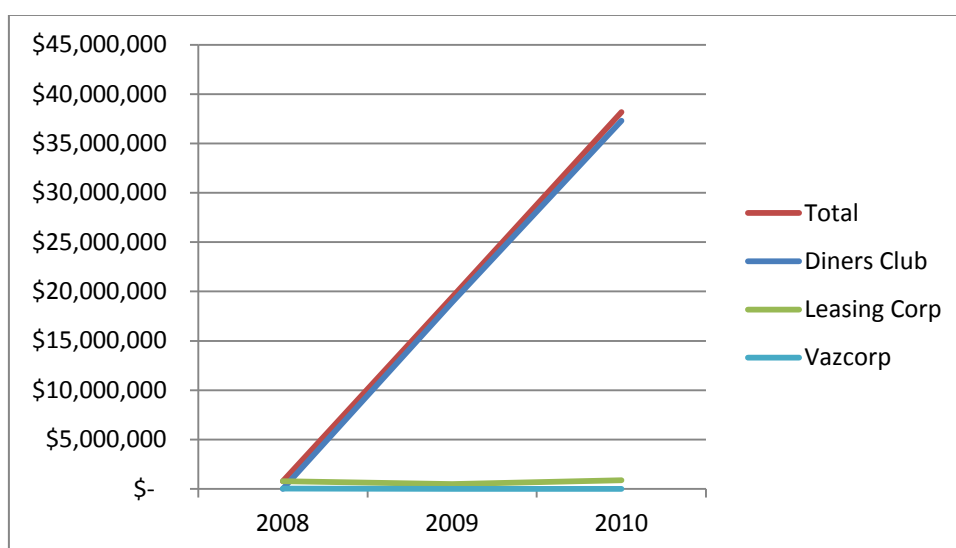
Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

A pesar de que el promedio de crecimiento entre diciembre 2008-2009 fue cero, las colocaciones de unos productos crecieron mientras que otros se redujeron. Cosa similar sucedió entre diciembre 2009-2010 cuando el crecimiento de tres dígitos porcentuales en crédito de consumo fue contrarrestado por la severa contracción de créditos en la microempresa. (ver anexo - tabla 24)

En créditos comerciales, la institución financiera que realmente copa el mercado es Diners Club. Con una colocación de casi \$19M en 2009, creció a \$37M en el 2010; una expansión del 97%. Leasing Corp. por su lado se contrajo un 35% al 2009 para luego repuntar un 74% al 2010. Cabe indicar que su aportación al subsistema es nominal. La figura 27

muestra una distorsión ya que no existe datos para Diners Club en el 2008. (ver anexo - tabla 25)

FIGURA 27 Evolución de colocaciones comerciales de las Sociedades Financieras de Quito



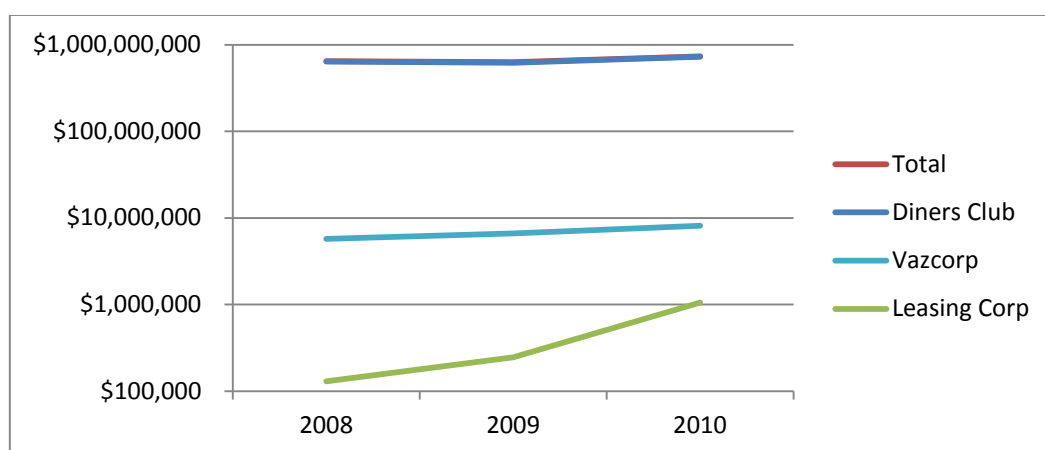
Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

La colocación en créditos de consumo para Diners Club se mantuvo prácticamente igual entre 2008 y 2009 pero repuntó en 17% a diciembre de 2010 con una colocación de casi \$726M en el mercado. (ver anexo - tabla 26) Vazcorp tuvo incrementos del 15 y 23% para cada periodo; aumentando sus colocaciones de \$5.7M a \$8.1M. Leasing Corp., aunque con aportación nominal, llama la atención por su expansión en créditos de consumo. A pesar de ser solamente un millón de dólares, su expansión

fue del 330%. La figura 28 muestra el incremento exponencial de Leasing Corp.

FIGURA 28 Evolución de créditos de consumo de las Sociedades Financieras de Quito

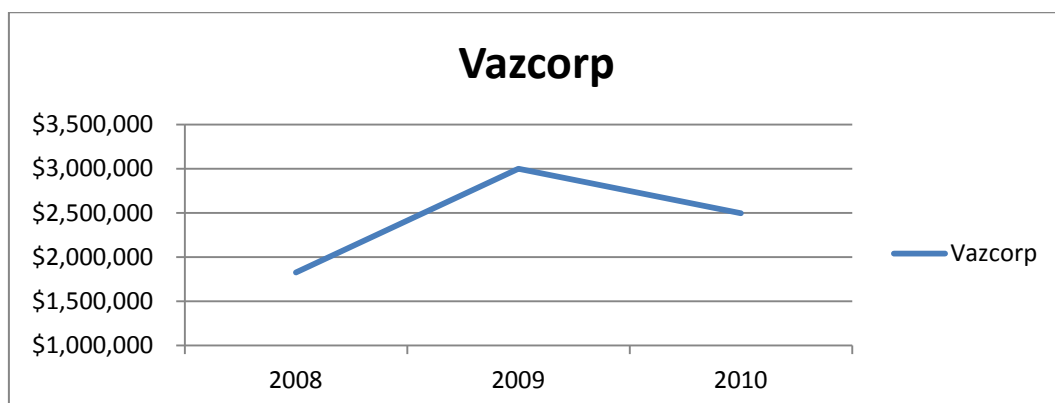


Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Las colocaciones de microcréditos para las sociedades financieras mostraron un alto grado de volatilidad. A finales del 2009, Vazcorp., única institución con colocaciones de microcrédito aumentó este capital de \$1.8 a casi \$3M, es decir 64%. (ver tabla 27) Sin embargo a diciembre del 2010 sufre una reducción del 17%. (ver figura 29)

FIGURA 29 Evolución de microcréditos de las Sociedades Financieras de Quito



Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Banca Pública

A pesar de que la banca pública creció en la gran mayoría de colocaciones, el análisis es muy limitado debido a la falta de datos completos publicados por la Superintendencia de bancos.

El BEV, el cual representa un 10% del mercado, no dispone de datos ni en créditos para la vivienda ni consumo para fines del 2008. Se sabe con certeza que esta institución tiene créditos colocados desde 1961. (ver anexo - tabla 28)

Asumiendo un cierto margen de error, se observa que el crédito comercial en la banca pública aumentó 77% entre 2008 y 2009 y 32% para el siguiente periodo. A pesar de que este crecimiento es alentador, no concuerda con el crecimiento de la economía para este periodo. Por

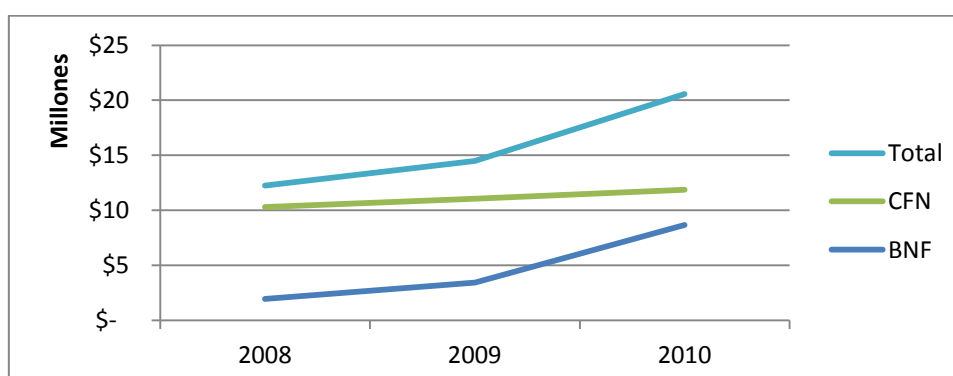
ejemplo el BNF y la CFN se expandieron un promedio de 62% para el primer periodo y 30% para el segundo. (ver anexo - tabla 29)

El BNF es la única institución pública ofreciendo créditos de consumo. Este producto muestra una evolución errática. Hasta fines del 2009 experimentó una contracción del 43% para luego ver un crecimiento del 19%. (ver anexo - tabla 30)

Para los créditos de vivienda solamente se tiene datos para 2008 y 2009. El BEV cuya misión es otorgar créditos de vivienda, creció en un 143% de \$4m a \$10M. Este dato es concurrente con la infusión de capital por parte del estado. (ver anexo - tabla 31)

Los bancos que colocan créditos para la microempresa son el BNF y la CFN. (ver anexo - tabla 32) La CFN tuvo un crecimiento del 7% para cada periodo, llegando a una colocación de \$11M. El BNF creció un 76% y 152% llegando a un total de \$8M a fines del 2009. (ver figura 30)

FIGURA 30 Evolución de microcréditos de la Banca Pública de Quito



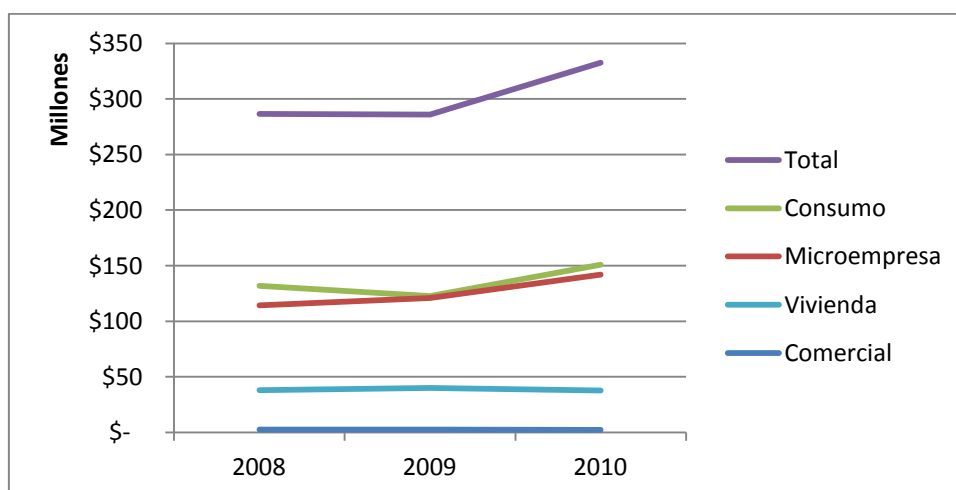
Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Cooperativas

El crédito comercial en las cooperativas aumento \$2m en dos años con crecimientos del 3 y 19%. (ver anexo - tabla 33) Se puede apreciar en la figura 31 que no todas las cooperativas siguieron la misma tendencia. Entre las que más se pueden destacar por el monto de sus créditos son las Cooperativas “23 de Julio” y Coodesarrollo”. El crédito comercial de “23 de Julio” experimentó una contracción del 23% entre 2008 y 2009 para posteriormente crecer un 11% en el siguiente periodo. “Codesarrollo” por el contrario tuvo primeramente un crecimiento del 38% y luego una contracción del 12%. (ver anexo - tabla 34)

FIGURA 31 Evolución de colocaciones de las cooperativas en Quito



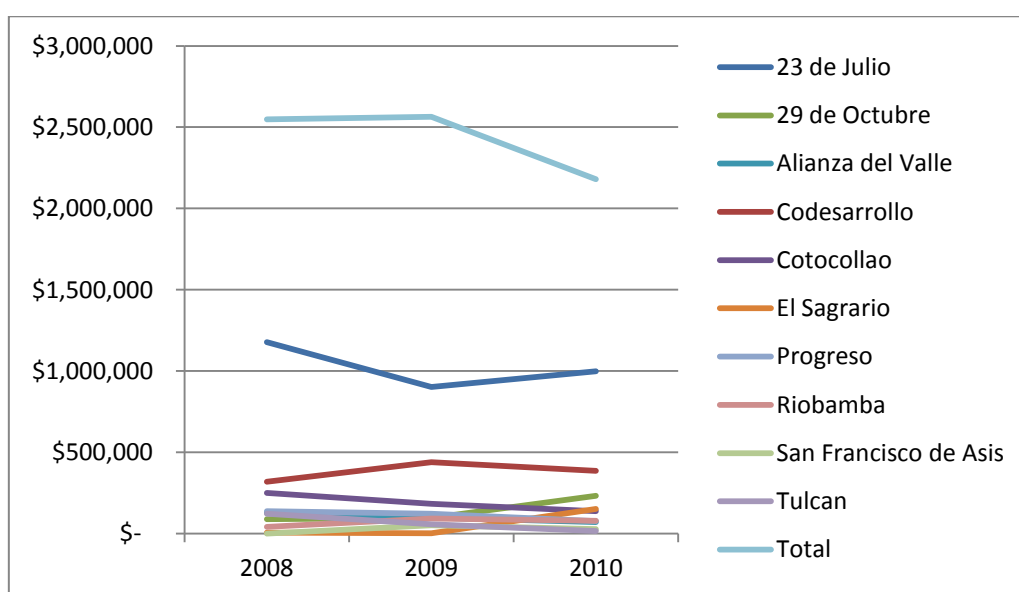
Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Otras cooperativas tuvieron crecimientos continuos y el resto contracciones continuadas. Es decir, el desempeño de las cooperativas para este producto fue errático. (ver figura 32)

En créditos de consumo, todas las cooperativas con colocaciones sobre los tres millones de dólares crecieron entre el 5% y 40%. Por ejemplo la cooperativa “29 de octubre” colocó \$8,7 millones en 2008 , \$10,2 millones en 2009 y \$14 millones a fin del 2010; incrementos del 17% y 40%.

FIGURA 32 Evolución de crédito comercial de cooperativas en Quito



Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

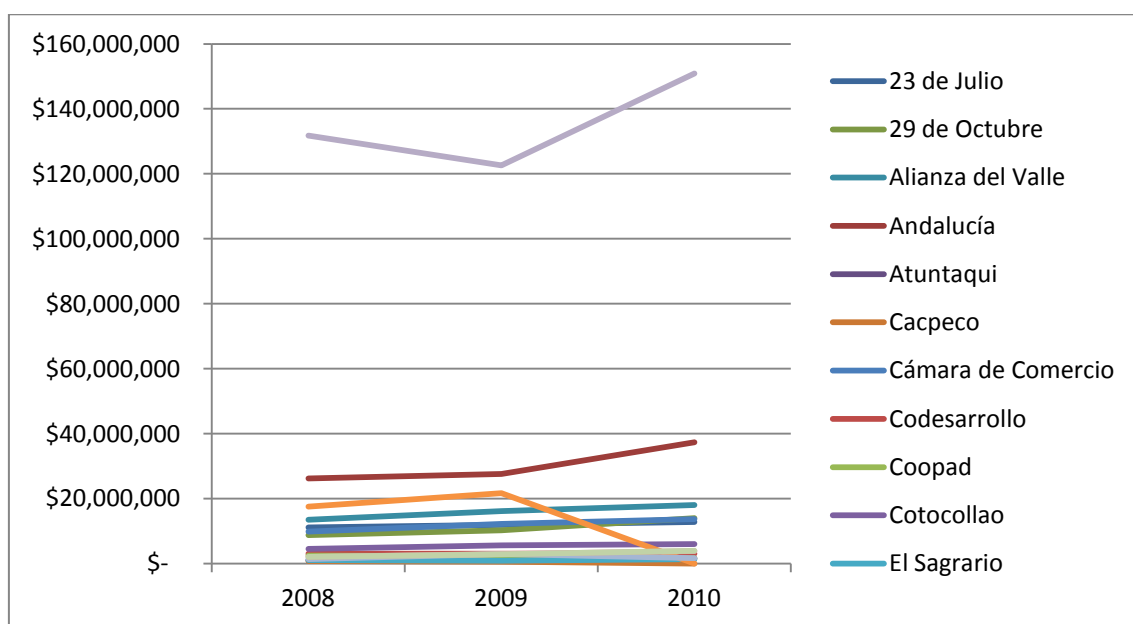
Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

La cooperativa Andalucía e forma similar, colocó \$26 millones en 2008, 27,6 millones en 2009 y más de \$37 millones en 2009; incrementos del

5% y 32%. (ver anexo - tabla 35) Esta tendencia, vista en la figura 33 de crecimiento en colocaciones de consumo es muy similar a lo que se vio que ocurre con las mutualistas.

El crédito otorgado para vivienda por el subsistema de cooperativas en general mostró un aumento sostenido entre 2008 y 2009. No se pudo obtener un porcentaje basado en totales de colocaciones ya que hay cooperativas con datos faltantes.

FIGURA 33 Evolución de crédito de consumo de cooperativas en Quito



Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Por otro lado, también hay nuevos datos en cooperativas para el 2010 los cuales no aparecen en las tablas de la Superintendencia de Bancos para

el 2008 ni 2009. Este es el caso de la Cámara de Construcción, Comercio y Producción. (ver anexo - tabla 36)

Cooperativas como Andalucía que colocó \$2.6 millones en 2008 aumento su exposición a \$3.4 millones en 2009 y \$4.3 millones para final del 2010; es decir un crecimiento sostenido del 27%. Codesarrollo, en forma similar paso de una exposición de \$1.3 millones en 2008 a \$1.4 millones y 1.6 millones es decir un crecimiento sostenido aproximadamente 8%. La más importante en términos de dinero colocado es la Cooperativa Progreso la cual colocó \$13.2 millones en 2008, \$13.3 millones en 2009 y \$14.6 millones en 2010. Su crecimiento realmente ocurrió en el segundo periodo con 10%. Estas evoluciones son similares a las observadas en el subsistema de mutualistas para el mismo producto.

Las cooperativas vieron su producto de créditos a microempresas crecer de \$114 millones a final del 2008 a \$142 millones para diciembre del 2010. Esto incluye la aparición de dos nuevas cooperativas en el 2010 aportando casi \$12 millones. Todas las cooperativas vieron una expansión en ambos periodos desde un mínimo de 2% hasta 20%. (ver anexo - tabla 37) Estos datos son muy uniformes lo cual da confianza y muestra una tendencia generalizada. La cooperativa de mayor participación es Progreso con colocaciones de \$39 millones, \$43 millones y \$45 millones cada año correspondiente. (ver figura 34)

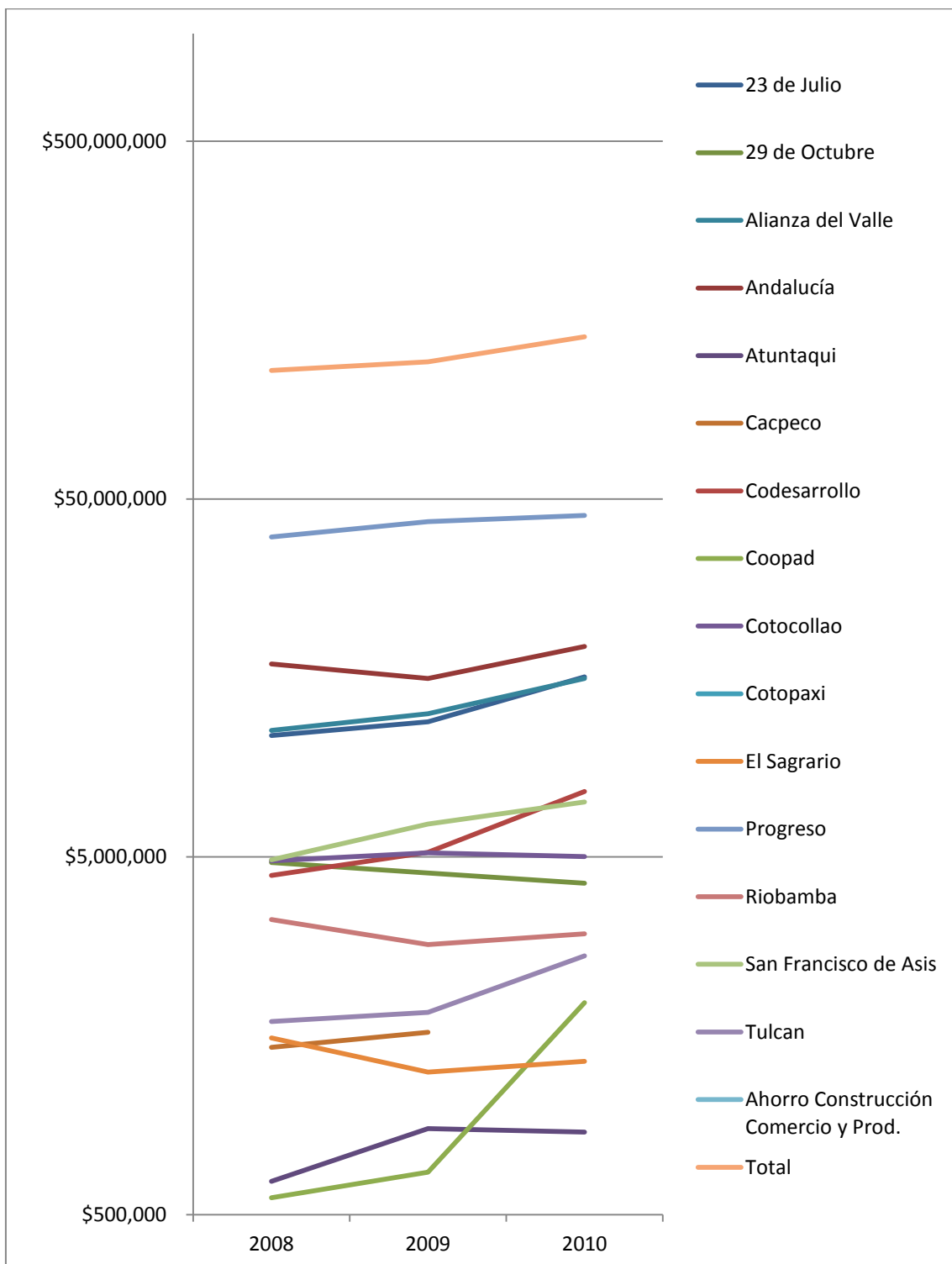
Banca Privada

Para el periodo 2008 a 2010, la evolución del subsistema de Bancos Privados reflejó los acontecimientos económicos importantes en Quito y el país en general. Entre 2008 y 2009, la economía fue afectada por la crisis de crédito internacional. Entre 2009 y 2010, el país se benefició de los créditos hipotecarios colocados en los sistemas financieros por el gobierno.

La evolución siguió un patrón similar. A diciembre 2009, los \$4.29 billones colocados en el mercado de créditos se contrajeron un 9% a \$3.91 billones. Asimismo a diciembre del 2010, las colocaciones subieron un 13% para quedar en \$4.43 billones. La figura 35 muestra estas tendencias. La tabla 38 igualmente muestra los porcentajes de contracción y expansión de cada producto.

En el área de Créditos Comerciales, no se observa una tendencia generalizada por montos o colocaciones para Quito. La figura 36 muestra esto. Hasta diciembre del 2010, los bancos privados colocaron sobre \$ 2.000 millones. Este es casi el mismo valor colocado en 2008, el cual se contrajo un 6% y posteriormente se recuperó un 7%. Es decir su variación neta fue prácticamente cero.

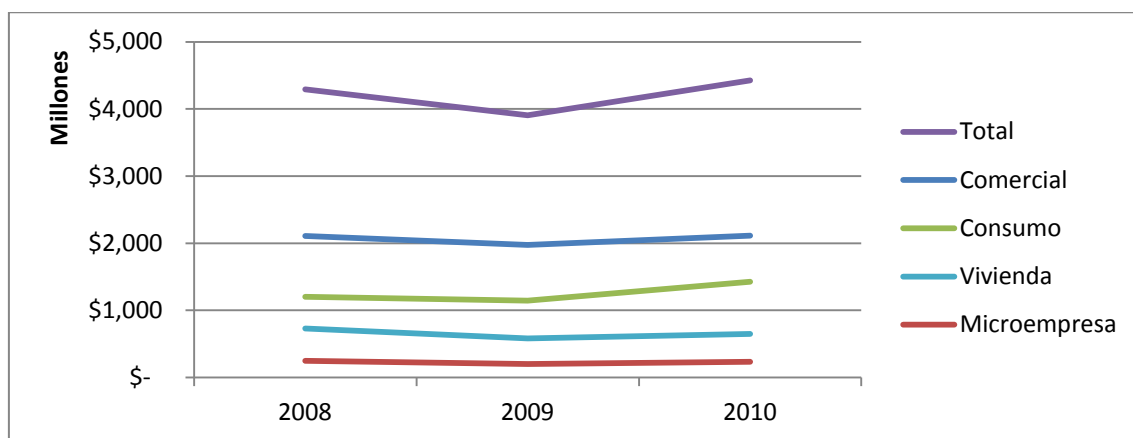
FIGURA 34 Evolución de microcréditos en las cooperativas de Quito



Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

FIGURA 35 Evolución de productos y servicios en la Banca Privada

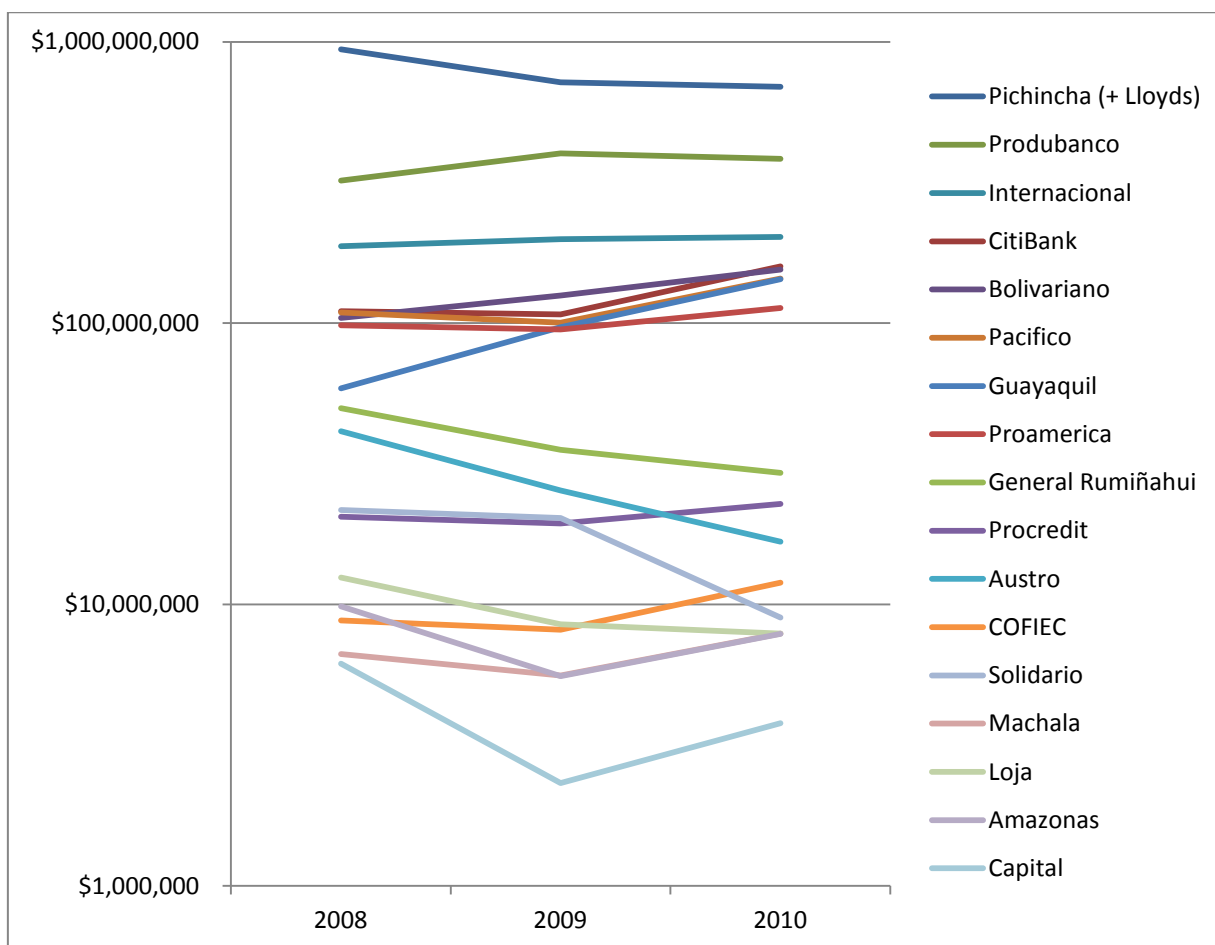


Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

El banco con mayor colocación comercial en Quito, Banco del Pichincha inició el 2008 con \$940M, el cual se contrajo un 24% y 4% en cada año hasta el 2010. Este dato incluye la compra de cartera del Lloyds Bank. Sin embargo esta tendencia no fue la misma para el segundo banco con mayor participación de mercado en colocaciones comerciales. El Produbanco tuvo colocado cerca de \$322M al 2008. Este creció un 25% a \$400M en 2009 y luego se contrajo un 4% al 2010.

FIGURA 36 Evolución de crédito comercial en la Banca Privada



Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Los siguientes cuatro bancos en términos de volumen colocado y en el rango de \$100M a \$200M son Pacífico, Bolivariano, CITI e Internacional. Estos igualmente tuvieron variaciones erráticas. Solamente el Bolivariano creció 20% en cada año. El banco del Pacífico y CITI se contrajeron levemente en el 2009 para luego expandir su crédito comercial sobre el 45% al 2010. El banco de Guayaquil también constituye un caso único en

el grupo, pues evolucionó en forma creciente en orden del 65% y 48% para cada año. El banco del austro y Rumiñahui por su lado se contrajeron para ambos periodos entre el 17% y 38%. Ambos tuvieron colocaciones entre 40 y 50 millones de dólares. La tabla 39 del anexo tabula estos datos. En resumen, la evolución de crédito comercial en la banca privada no tuvo un patrón predecible entre 2008 y 2010.

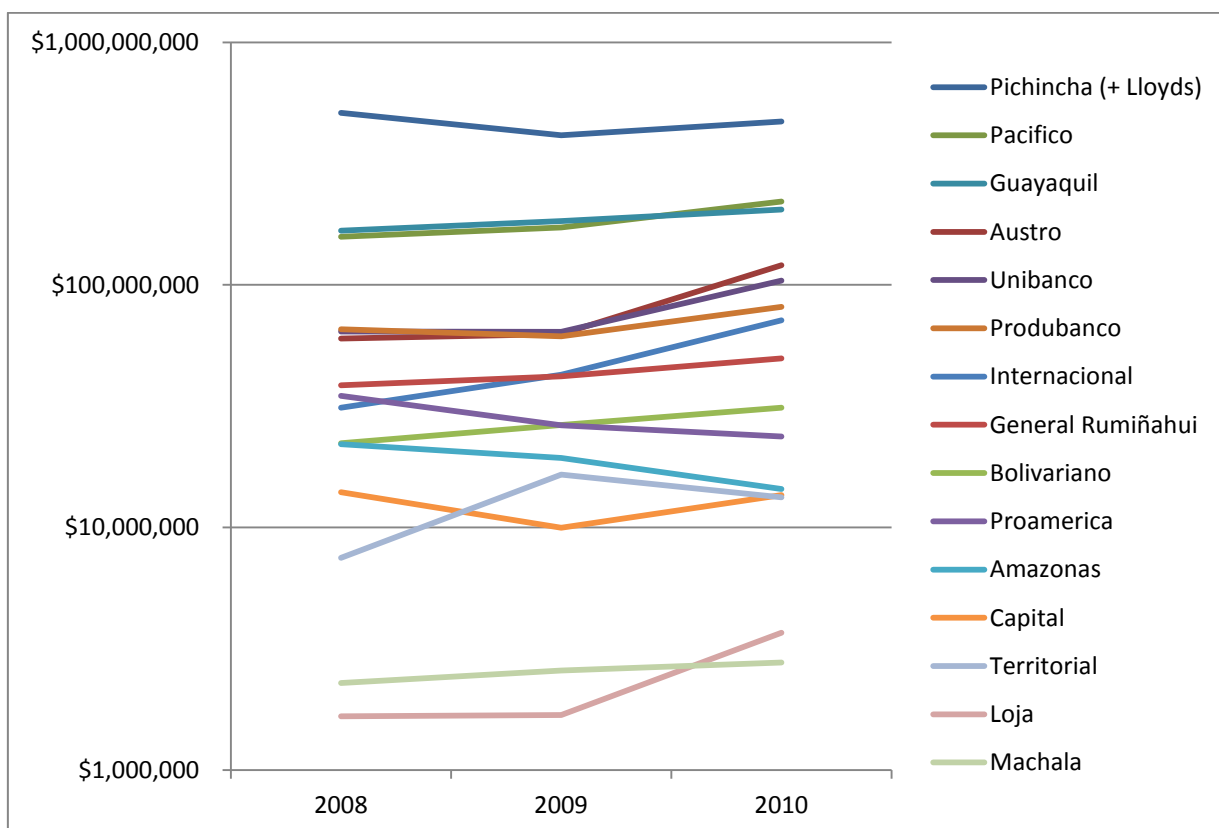
El producto de créditos de consumo para la banca privada tuvo una evolución igualmente errática que el crédito comercial. El total de los \$1.200 millones colocados en el 2008 se contrajeron un 5% al 2009 para luego crecer un 25%, a \$1.400 millones para finales del 2010. Sin embargo cada institución evolucionó de manera variada. Tomando solo los bancos con colocaciones mayores a un millón de dólares, se observa en la figura 37 crecimientos de hasta el 120% y contracciones hasta -33%.

El banco con la mayor participación, Pichincha (Lloyds) con \$512 millones se contrajo un 19% entre 2008 y 2009 para posteriormente crecer 14% a diciembre del 2010. Los siguientes bancos en volumen de participación colocaron entre 156 y 168 millones de dólares. Estos son los bancos

Pacífico y Guayaquil los cuales crecieron a la par un 9% en 2008. Sus crecimientos al 2010 fueron del 28 y 12 por ciento respectivamente. Luego de realizar varias filtraciones, tabulaciones y ordenaciones de números en la tabla 40 del anexo, no se puede apreciar ninguna tendencia. Como se menciona anteriormente, la evolución se mueve

entre el -63% al 120%. Nuevamente, el crédito de consumo se movió independientemente del PIB o de las circunstancias económicas del 2008 y 2009.

FIGURA 37 Evolución de crédito de consumo en la Banca Privada



Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

En una entrevista a los representantes de Pacificard y Diners Club (América Economía, 2009) estos hablan de las diferentes experiencias con la emisión de cada tarjeta. En el caso de Pacificard, para fines del 2008 se encontró que la mayoría de tarjetahabientes estaba utilizando su

crédito para avances en efectivo. Diners sin embargo era utilizada para consumos básicos y servicios financieros. El 25% de los usuarios de la tarjeta Cuotafácil también la utilizaban para adelantos de efectivo.

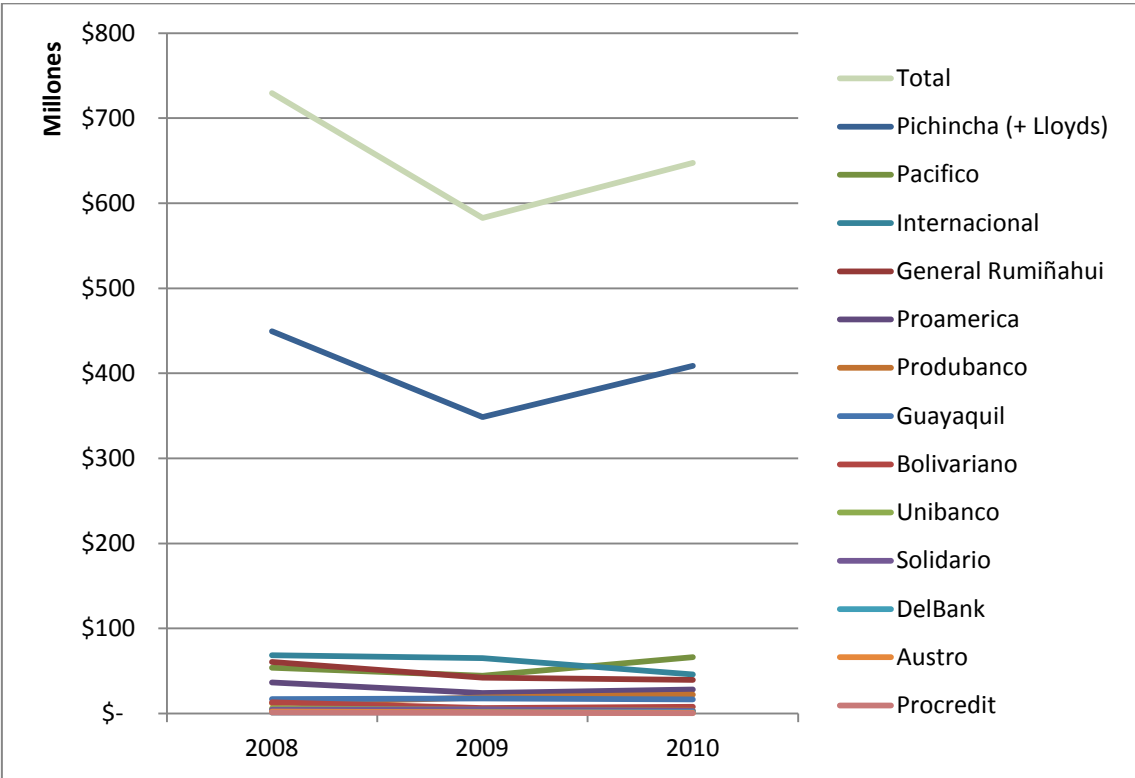
La colocación total de los bancos privados en créditos para la vivienda, a diciembre del 2010 sumó \$647M. Esto es una baja en relación a los \$740M colocados a diciembre del 2008. En este caso se puede atribuir claramente que el aumento entre 2009 y 2010 se debe a la infusión de dinero por parte del gobierno nacional. (Vistazo, 2009) El Banco del Pacífico recibió \$200M para ser distribuidos en créditos para la vivienda.

Dado que crecimiento de este banco al 2010 fue de solamente \$22M en Quito, se esperaría un continuado crecimiento para el siguiente año.

El resto de instituciones en el subsistema mantuvo movimientos variados. Entre fines del 2008 y 2009, se observa en la figura 38 que los bancos con colocaciones sobre los \$10M tuvieron contracciones entre 17% y 51%. La excepción fue el Produbanco el cual tuvo un incremento del 58%. Esta contracción general se puede atribuir al cambio de política hipotecaria. Los montos de financiamiento y plazos de pago se redujeron. Muchos créditos inclusive, se suspendieron. (Diario HOY, 2009) El banco Rumiñahui por su lado limitó sus créditos a proyectos calificados por la misma institución. El banco del Pacífico aun mas, no otorgó préstamos hipotecarios durante este periodo. La Tabla 41 del anexo confirma lo

arriba mencionado. Con excepción de los bancos Produbanco y Guayaquil, los otros 16 bancos de Quito sufrieron una contracción.

FIGURA 38 Evolución del crédito hipotecario en la Banca Privada de Quito



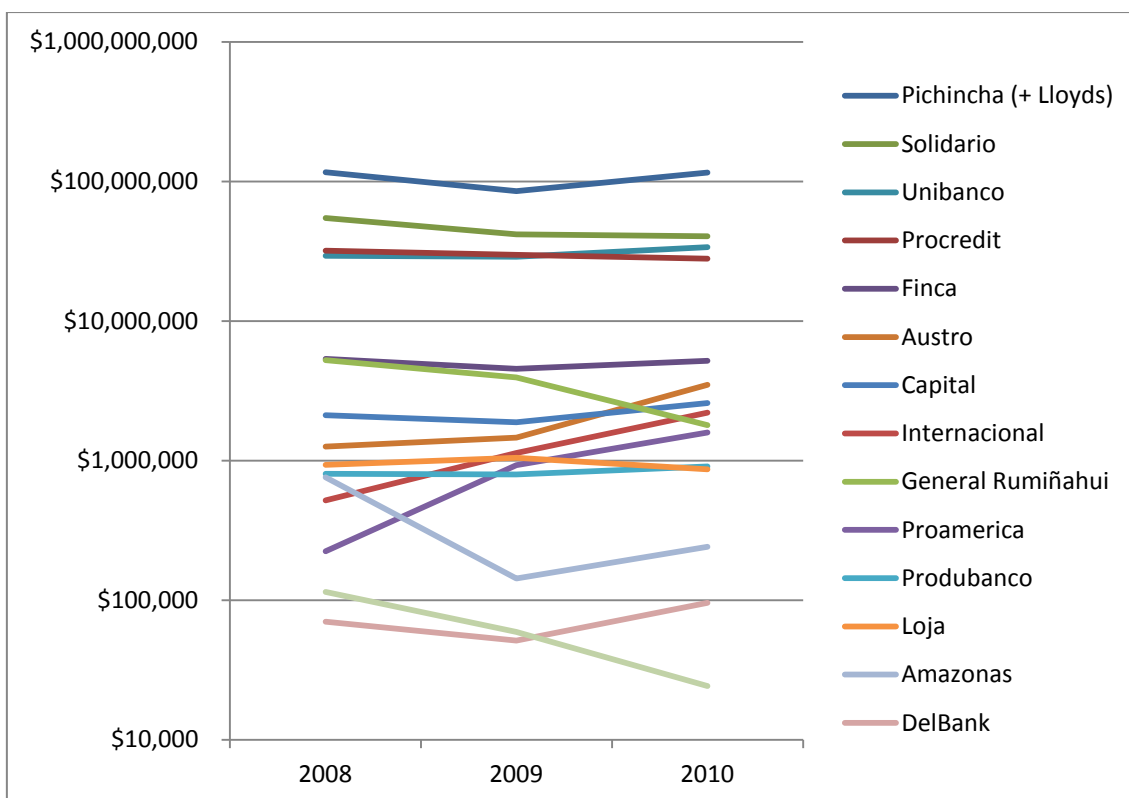
Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Finalmente, las colocaciones de la banca privada en créditos para microempresa sumaron \$237M para diciembre del 2010. (ver anexo - Tabla 42) El crecimiento desde 2008 fue casi de cero, el cual pasó por una contracción del -19% y una expansión del 18%. Igualmente que los otros productos, se puede apreciar en la figura 39, una contracción

general entre el 2 y 27% para diciembre del 2009. Para diciembre del 2010 hubo crecimientos y contracciones, Obviamente las expansiones excedieron las contracciones, dando lugar a una expansión del 18%.

FIGURA 39 Evolución de microcrédito en la Banca Privada



Fuente: Superintendencia de bancos y seguros del ecuador

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

2.4 Productos y servicios financieros

2.4.1 Tipos

En la ciudad de Quito, al ser la capital del país, se cuenta con todos los productos y servicios financieros que cada institución y subsistema ofrece. A continuación se resume una descripción de la mayoría de productos y servicios:

Cuentas de Ahorros tradicionales y especializadas: Todos los subsistemas a excepción de las sociedades financieras ofrecen una cuenta de ahorro simple. Adicionalmente las mutualistas y cooperativas ofrecen cuentas de ahorros con requisitos y servicios adicionales. Por ejemplo las mutualistas ofrecen cuentas en donde el cliente se compromete a realizar un depósito fijo mensual a cambio de un préstamo a un futuro determinado. Otros productos combinan el ahorro tradicional con el planificado a medida del cliente.

Depósitos a plazos: Todas las instituciones financieras incluyendo bancos, mutualistas y sociedades financieras ofrecen cuentas en donde el dinero del cliente es congelado por un periodo determinado a cambio del pago de un interés mayor a la cuenta de ahorro. Esto varía entre 30 días hasta 36 meses o más.

Créditos hipotecarios tradicionales: Todas las instituciones a excepción de las sociedades financieras ofrecen préstamos para la compra, construcción, remodelación o adecuación de un inmueble. Los intereses y porcentaje del valor del inmueble a prestar varían significativamente entre

las instituciones privadas y públicas. Recientemente las privadas otorgan hasta el 80% del valor de la vivienda mientras que la banca pública otorga el 100%.

Créditos hipotecarios – otros: Similar al crédito hipotecario tradicional, pero para otros usos como son costos de educación, vehículo, bienes de consumo. Estos préstamos utilizan el inmueble ya adquirido como garantía.

Créditos de consumo: Estos son créditos no garantizados, respaldados simplemente por los ingresos del prestamista. El crédito es para libre disposición por parte del cliente y puede ser rotativo o a plazo fijo. Los intereses normalmente superan el 15% anual.

Crédito para vehículos: Muchas instituciones inclusive no reguladas y las mismas casas de vehículos ofrecen un crédito respaldado por el propio vehículo. Solamente se necesita la confirmación de que el cliente tiene ingresos permanentes por medio de un empleo con un mínimo de trayectoria de dos años.

Tarjetas de crédito: Similar al crédito de consumo, las instituciones ofrecen créditos indirectos para ser utilizados en franquicias como son Master Card, VISA, Maestro, etc. El cliente puede realizar consumos en cualquier establecimiento que esté afiliado a esta franquicia y el banco se encarga de realizar el pago inmediato del consumo para luego ser cobrado al cliente en un plazo normal de 30 días.

Vivienda de interés social: A través de fondos y respaldos del gobierno, varias instituciones ofrecen tramitar créditos para clientes de menores ingresos y que son beneficiarios de los bonos de asistencia ofrecidos por el gobierno. Con la garantía de ingresos con estos bonos, el cliente puede obtener acceso a un inmueble determinado bajo la modalidad de una hipoteca especial.

2.4.2 Por subsistema

Cada subsistema fue creado originalmente para ofrecer un producto financiero particular. Sin embargo en los últimos años los servicios se han generalizado en todas las instituciones. Las tablas 43, 44 y 45 en el anexo muestran un listado de servicios y el costo promedio de cada servicio o producto:

Con excepción de los costos por emisión de tarjetas de crédito, la mayoría de costos financieros tienen poca variación entre los diferentes subsistemas. Bancos privados, mutualistas y cooperativas tienden a imponer iguales tarifas para emisión de documentos, transferencias, servicios al cliente y créditos.

No se observó ninguna diferencia entre los bancos privados de la ciudad de Quito. La única diferencia notable está en la gestión de las franquicias de tarjetas de crédito. Todos los bancos ofrecen tarifas básicas de aproximadamente \$15. Instituciones como el banco de Guayaquil

ofrecen opciones adicionales para tarjetas con mayores beneficios marginales. Estos servicios llegan a costar hasta \$150 por año.

Las cooperativas imponen cargos por servicios muy similares a la banca privada. Los intereses por créditos de consumo, hipotecarios y vehiculares son iguales a los otros subsistemas. Esto se debe a que todos se rigen por las tasas referenciales del BCE.

El análisis para las mutualistas es igual que las cooperativas. Sus costos son prácticamente iguales al resto de subsistemas.

De acuerdo al informe de la Superintendencia de Bancos a diciembre del 2010, luego del decreto que redujo las tarifas de 16 servicios a cero, y estableció un techo para otros 80 servicios, los usuarios ahorraron un total de 400 millones de dólares. Por su lado, el gobierno mantiene que este decreto no afectó la solvencia de las instituciones financieras afectadas.

CAPITULO III:

ACCESO Y PREFERENCIA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS.

UNA PERSPECTIVA DESDE LA DEMANDA

Alcance y detalles de la entrevista

Este análisis se basa específicamente en los resultados obtenidos de entrevistar a 231 clientes de la Mutualista Pichincha en la matriz de la calle Jorge Washington y la sucursal del Centro Comercial El Condado de la ciudad de Quito. Las entrevistas se realizaron durante un periodo aproximado de 3 semanas durante el mes de septiembre del 2011.

La entrevista incluyó preguntas iniciales de identificación de perfil como son edad, sexo, nivel de instrucción académica, situación laboral, utilización de correo electrónico y redes sociales. Además se preguntó sobre la finalidad del uso de estas herramientas de comunicación virtual.

La segunda parte de la entrevista abarcó preguntas específicas acerca de las instituciones financieras utilizadas. Esto incluye instituciones privadas como bancos privados, cooperativas e instituciones financieras así como banca pública. Para cada institución que el cliente utiliza se preguntó el producto financiero utilizado en esa institución como por ejemplo el tipo de cuenta, tipo de crédito y tipo de tarjeta de crédito. Adicionalmente se preguntó el tipo de servicio utilizado como por ejemplo transferencias bancarias e interbancarias,

giros nacionales e internacionales, pagos a terceros (servicios básicos, educativos, impuestos matriculación, etc.) También se preguntó acerca de otros tipos de servicios utilizados como cheques de certificados o de gerencia, casilleros, bloqueos de cuentas y tarjetas de cajero automático. La segunda parte concluyó con preguntas sobre las razones por las cuales el cliente se vinculó a cada una de las instituciones escogidas, el tiempo de relación con cada una y las vías de comunicación utilizadas para sus transacciones financieras.

La tercera parte de la entrevista es de carácter analítico en donde se solicitó la opinión sobre la calidad del servicio y posibles mejoras para cada institución que el cliente utiliza.

Las respuestas de estas preguntas fueron tabuladas numéricamente y asentadas sobre una base de datos. La observación de las respuestas en forma general, la filtración de parámetros, tabulaciones varias y cruce de respuestas sirvieron para desarrollar los análisis, conclusiones y recomendaciones que a continuación se presentan.

Es muy importante establecer que el alcance de las entrevistas se limita a clientes que visitaron la mutualista. Las entrevistas no alcanzaron a clientes que no visitaron la institución. Igualmente las conclusiones y recomendaciones están basadas a partir de estos clientes que sí visitaron la mutualista durante el periodo mencionado.

Es razonable asumir que existe otro conjunto de clientes que accede a los productos y servicios financieros de la mutualista por otros medios, como son la

vía telefónica, internet o por terceros. Tal es el caso de clientes hipotecarios que obtuvieron sus créditos a través de las inmobiliarias o en los proyectos de la mutualista.

Adicionalmente se llevaron a cabo conversaciones de carácter informacional con funcionarios de la institución para contrastar y respaldar ciertos datos o premisas expresadas por los clientes entrevistados. Las respuestas de estas conversaciones en particular ayudaron a concretar las recomendaciones a través del capítulo.

Reseña Histórica

La institución financiera a analizar en nuestro caso, es la Mutualista Pichincha, institución que fue fundada en 1961, es la mayor institución mutual del Ecuador. Desde entonces, operó como una entidad privada, bajo la Ley del Banco Ecuatoriano de la Vivienda y Mutualistas. A partir del 12 de mayo de 1994, el sector mutual pasó a regirse bajo la Ley General de Instituciones Financieras y su ente de regulación y control es ahora la Superintendencia de Bancos y Seguros.

En 1997, Mutualista Pichincha abrió oficinas en Nueva York y New Jersey, para atender a la colonia ecuatoriana que había migrado desde los años cincuenta. Una nueva oleada de migración hacia EEUU y España se generó por la crisis bancaria del 98 y 99, y para atender a estas nuevas colonias, a partir del 2005, Mutualista Pichincha transfirió a la firma española Unión Andina las oficinas de

Estados Unidos, contratando, además, los servicios de la red de Unión Andina en varias ciudades de España. Hoy, los emigrantes en EEUU y España contribuyen con cerca del 20% del total de ventas inmobiliarias de la entidad. Es importante establecer que la Unión Andina actúa como una especie de promotora para la Mutualista, sin embargo no está en posición de realizar trámites como abrir cuentas u otorgar créditos a nombre de la mutualista Pichincha.

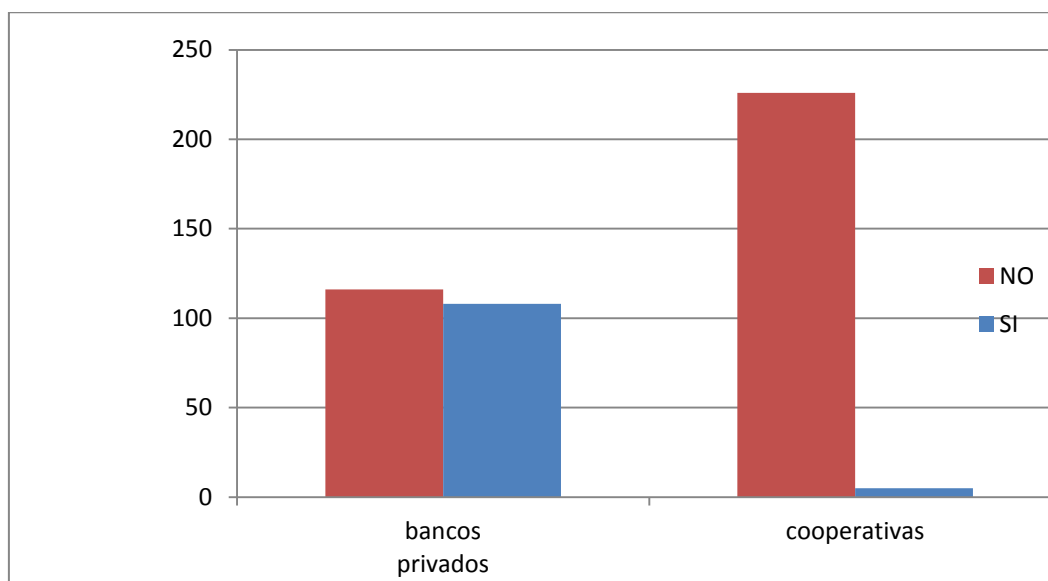
3.1 Factores que influyen en la preferencia de los productos y servicios financieros

3.1.1 Estudio comparativo entre tipos de subsistemas (IFIS)

Las encuestas para esta tesis se limitan a una sola institución financiera. Por lo tanto un estudio comparativo se limita a clientes de la mutualista que además poseen cuentas en otras instituciones financieras de la ciudad.

Más de la mitad de clientes de la Mutualista Pichincha no son clientes de otras instituciones financieras por razones conservadoras. Solo en ciertos casos se encontró que los clientes de la mutualista también mantenían cuentas o utilizaban los servicios de otras instituciones como bancos privados y en muy pocos casos, cooperativas.

FIGURA 40 Cuentas en otras instituciones



Fuente: Investigación de campo Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

La figura 40 indica que menos de la mitad de los encuestados poseen cuentas en la banca privada. En particular, casi el 70% de estos, son usuarios de cuenta del Banco del Pichincha. Esto también refuerza la hipótesis de clientes conservadores o de tradición. En el caso de cooperativas, solamente 5 de los 231 clientes poseían cuentas y en el caso de la banca pública y las sociedades financieras, ningún cliente poseía una cuenta.

Las principales razones por las cuales los encuestados utilizan los servicios de la mutualista son solidez, tradición y recomendación. Estas tres razones pueden ser catalogadas como razones conservadoras o cautelosas.

La primera razón de ser clientes de la Mutualista Pichincha es la solidez de la institución. Dado que esta institución ha estado presente en Quito por 50 años, la mayoría de clientes siempre ha estado percatada de su presencia a través de los años. Esta presencia se ha mantenido a través de todas las crisis políticas y económicas del país. En años recientes, la crisis bancaria de fines del 1999 demostró la verdadera solidez de ciertas instituciones financieras versus la percepción falsa de otras. La Mutualista Pichincha sobrevivió esta última crisis. Para sus clientes, esta presencia se la relaciona con solidez.

La segunda razón es la tradición de la institución. Similar a la razón anterior, los años de presencia en la ciudad significan que la anterior generación, es decir los padres de los actuales clientes, también fueron clientes. Tradición siempre es un factor decisivo de peso al tomar decisiones importantes, sobretodo en una cultura conservadora como es la quiteña.

Estas dos primeras razones también están respaldadas por el hecho de que el 60% de los clientes han estado vinculados a la mutualista por más de seis años. Solamente una cuarta parte de los encuestados establecieron una relación con el banco en los últimos tres años.

La tercera razón es recomendación. Esta razón se cruza con tradición cuando la recomendación es familiar de padres. La recomendación también viene de amigos cercanos, compañeros de trabajo o de otras asociaciones y familia política.

La edad y el sexo de cada cliente no demostraron ser un factor de peso al escoger la mutualista como su principal institución financiera. Aunque el grueso de la población de clientes se encuentra entre 30 y 60 años de edad, las otras edades tienen una presencia importante en la mutualista. Aquí se puede decir que la población mayor ha dado peso a la tradición y solidez mientras que la población más joven dio peso a la recomendación y prestigio.

Como se menciona al principio del capítulo, un poco menos de la mitad de clientes encuestados de la mutualista poseen cuentas en otras instituciones, principalmente bancos privados como son el banco del Pichincha, Guayaquil, Internacional y otras de las más grandes de la ciudad y el país.

El 70% de estos, poseen una cuenta de ahorros tanto en la mutualista como en el banco privado de su elección. Solamente el 8% de este conjunto de clientes utiliza el banco privado para obtener una tarjeta de crédito o de consumo. En el caso del banco del Pichincha por ejemplo, los clientes utilizan la tarjeta "Diners Club" y "Visa." En el caso del banco de Guayaquil, utilizan la tarjeta "American Express"

La razón de tener una cuenta en otra institución para este último grupo es aparente. La banca privada ofrece otro tipo de tarjetas de crédito con otros cupos y servicios que la Mutualista Pichincha. Por ejemplo Diners Club es una tarjeta sin límite de cupo y las tarjetas del Banco del Pacífico y Pichincha pueden ser utilizadas en el exterior.

La razón para tener cuenta en la banca privada es menos aparente para aquellos que solamente tienen una cuenta de ahorros que duplica el producto que tienen en la mutualista Pichincha. Al ser cuestionados sobre su motivo de utilizar el banco, la mayoría optó por las respuestas subjetivas como son solidez, prestigio y tradición. Menos del 10% de estos respondieron por razones concretas como son los productos y servicios de estos, cobertura o costos. Se puede concluir hasta cierto punto que la razón de tener cuentas similares en dos instituciones distintas son por la mayor cobertura que ofrecen los bancos privados. Los bancos principales, Pichincha, Pacífico, Guayaquil, tienen agencias en todas las zonas principales de la ciudad, así como una extensa red de cajeros. Por lo tanto estos clientes tienen mayor acceso a su dinero en cuentas de ahorro en el banco que en la mutualista. También se puede asumir que luego de las experiencias con la crisis bancaria y congelamiento de depósitos a fines del año 1999, algunos clientes optan por repartir el riesgo de su capital.

Los pocos clientes que también tienen cuentas en cooperativas, las tienen en la cooperativa “Cotocollao” y “29 de octubre.” En todos los casos también tienen una cuenta de ahorros en estas cooperativas.

Las razones para tener cuentas en estas cooperativas variaron entre tradición, recomendación y cobertura. Las respuestas parecen ser correctas ya que una de las cooperativas requiere un monto mínimo de

apertura mayor que la mutualista y la mutualista ofrece una mejor tasa de interés que las cooperativas.

La cooperativa “29 de octubre” ofrece la misma cuenta de ahorros sin ninguna diferencia a la mutualista, cuyo monto mínimo de apertura son \$50. La diferencia es que el monto de apertura (2011) es de \$20. Igualmente la cooperativa Cotocollao ofrece el mismo producto con un monto de apertura mínimo (2011) de \$50. Esta cooperativa tiene más agencias en el norte de la ciudad (Cotocollao – Calderón). El cliente que escogió esta cooperativa por su cobertura da la impresión de vivir en este sector de la ciudad. La mutualista Pichincha, a excepción de la agencia de la Av. De la Prensa, tiene la mayoría de agencias en el centro-norte y sur de la ciudad.

El cliente de la cooperativa “29 de octubre” es el único que utiliza un servicio en la mutualista que no es ofrecido por la cooperativa, este es el servicio de giros internacionales.

3.1.2 Estudio comparativos entre productos y servicios financieros

A la mutualista se la ha conocido tradicionalmente por ser una entidad prestamista de hipotecas para la vivienda, a un interés razonable y competitivo en el mercado. Sin embargo, la institución ha evolucionado para llegar a ofrecer una variedad de productos y servicios que a continuación se describen en mayor detalle que en el capítulo 1.

Ahorro Tradicional: Una cuenta de libre disponibilidad con capitalización diaria de intereses. La cuenta puede ser manejada en persona con la libreta de ahorros, teléfono, aplicación celular, internet y cajeros automáticos en la red NEXO. Una ventaja particular es el servicio de la tarjeta de débito con la cual se puede realizar compras dentro de la red Maestro (Mastercard) en donde el consumo es debitado automáticamente de los fondos en ahorros. Los requisitos para abrir una cuenta se limitan a papeles de identificación y verificación de domicilio.

El 90% de los clientes de la mutualista pichincha tienen una cuenta de ahorro tradicional. Sin embargo el 80% de los clientes de la mutualista no tienen conocimiento de la habilidad de utilizar la cuenta en conjunto con la tarjeta de débito. Otros no la solicitan por temor a robos.

La tarjeta de débito de la mutualista es un producto relativamente nuevo con la que el cliente puede retirar hasta \$200 de los cajeros de la mutualista. Esta tarjeta mediante la red Maestro sirve para hacer compras pre-pagadas de hasta \$300.

Visto desde la perspectiva de la edad, el mayor grupo de edad predominante que mantiene la Mutualista tienen entre 60 años en adelante, los cuales son personas que desde temprana edad abrieron sus cuentas en esta institución, y así se educaron con un sentido del ahorro, y de los cuales algunos lograron su objetivo, el de obtener una casa para el presente.

Ahorro Programado: Similar a la cuenta de Ahorro Tradicional, el objetivo de este producto es lograr que el cliente acumule el 30% de la contraparte para su préstamo hipotecario por el 70% del valor de la vivienda u otro bien. La acumulación puede ser hasta 36 meses plazo con una tasa de interés preferencial, es decir superior a la nominal ofrecida por la cuenta de ahorro tradicional.

En estos días el ahorro programado ya no es muy común, en especial para la actual generación. Esta generación (aproximadamente 24 – 45 años) ha perdido la costumbre de ahorrar para el futuro. En estos días otras instituciones financieras proporcionan facilidades para obtener un bien inmobiliario, como es el caso de el IESS, que proporciona financiación a un bajo interés, por un tiempo mucho más largo que la mutualista. Muchos clientes que terminaron sus créditos en términos A con la mutualista, intentaron hacer de Nuevo un crédito, el cual les resulto ser muy dificultosos puesto que se les solicitaba una gran cantidad de documentos. Estos solicitantes han optado por realizar créditos en otras instituciones financieras.

Al entrevistar a uno de los gerentes de la institución, este explicó la situación del crédito hipotecario de la mutualista y la cartera hipotecaria. La reducción en crédito hipotecaria reportada a la SBS y también reflejada en las encuestas es producto de la pérdida de competitividad contra el BIESS, BEV y Banco del Pacífico. Estas instituciones recibieron un aporte significativo de fondos del gobierno para ser ofrecidos en créditos hipotecarios bajo términos muy flexibles. El BIESS en particular financia el 100% de la hipoteca mientras que la mutualista financia el 70%. La razón es que el riesgo debe ser compartido con el prestamista, así garantizando su interés de pago. Por otro lado el BIESS también ofrece sus créditos a 30 años plazo versus 15 años en la mutualista. Si bien el pago mensual a 30 años no es mucho menor a un pago a 15 años, el cliente opta por este beneficio percibido. Sin embargo el cliente no mide la contraparte que son 15 años adicionales de intereses devengados.

Por otro lado la mutualista está constantemente en el mercado para la compra y venta de carteras hipotecarias. Esto lo hace con el fin de equilibrar su riesgo, aumentar sus ingresos durante ciertos periodos o limitar riesgos durante otros periodos.

Ahorro Constructivo: Este producto es una combinación de las dos anteriores. Una parte de los fondos son de libre disponibilidad y la otra parte están sujetas al ahorro programado. La cuenta opera igualmente con una tarjeta de débito inteligente. Los requisitos son iguales que para los productos anteriores. Ningún cliente entrevistado utiliza este producto.

Depósitos a Plazo Fijo: Este es un producto que ofrece un interés más elevado para clientes que opten por dejar su dinero a un plazo fijo con la mutualista. Una ventaja importante es el acceso automático a un crédito basado en el monto invertido en la cuenta. Los requisitos para abrir una cuenta son \$500 y los documentos antes mencionados. Los depósitos están respaldados por los mismos proyectos de vivienda de la mutualista. Tres clientes reportaron utilizar este producto.

Crédito Hipotecario: Es un crédito de amortización mensual a mediano o largo plazo otorgado a personas naturales para satisfacer necesidades de financiamiento en la compra, construcción, remodelación o adecuación de vivienda. Los créditos son a 15 años plazo y financian el 70% del inmueble o el proyecto. Un servicio de valor agregado es la posibilidad de realizar los pagos mensuales en la mutualista así como en las agencias de pago Servipagos y a través del internet mediante transferencias.

Los clientes que tienen entre 30 a 59 suman 143 personas que son clientes más productos y servicios financieros requieren, un ejemplo es que utilizan la mutualista como medio para cobrar sus sueldo debido que la mutualista ha realizado convenios de pago de roles con otras instituciones privadas y públicas, además que son clientes que han realizado créditos de vivienda y van cancelando las cuotas de sus créditos.

Crédito Hipotecario Flexible: Es un crédito de amortización mensual, pagadero a mediano plazo, otorgado a propietarios de inmueble o casa

que desean cubrir otros gastos como educación, adecuaciones de vivienda, crecimiento patrimonial, líneas blanca y café, con la garantía hipotecaria de su casa.

Este crédito también está destinado para el financiamiento de locales comerciales, oficinas, terrenos, casas de campo y playa, etc. Esto se puede clasificar como un crédito para microempresa también. El crédito es pagadero a ocho años con similares beneficios y seguros ofrecidos con el crédito hipotecario. Se puede solicitar un segundo crédito dependiendo de la capacidad de pago y garantía.

Crédito Oportuno: Es un crédito de amortización mensual otorgado a clientes para satisfacer necesidades de financiamiento de gastos de corto y mediano plazo como adquisición de bienes de consumo, muebles, línea blanca, viajes, vacaciones, pagos de servicios / colegios / universidades, reparaciones en general, salud, imprevistos, etc. Dado que no existe una garantía inmobiliaria para respaldar este crédito, los requisitos incluyen un garante, certificados de ingresos, otros patrimonios etc. Menos de diez clientes encuestados utilizan este producto

Crédito Autolisto: Es un crédito para la compra de vehículos, pagadero a 48 meses. Ofrece varios seguros así como servicios de pagos similares a los otros créditos ofrecidos. Los requisitos son similares al crédito oportuno, incluyendo referencias comerciales, patrimonios etc. Ningún cliente reportó tener un crédito vehicular.

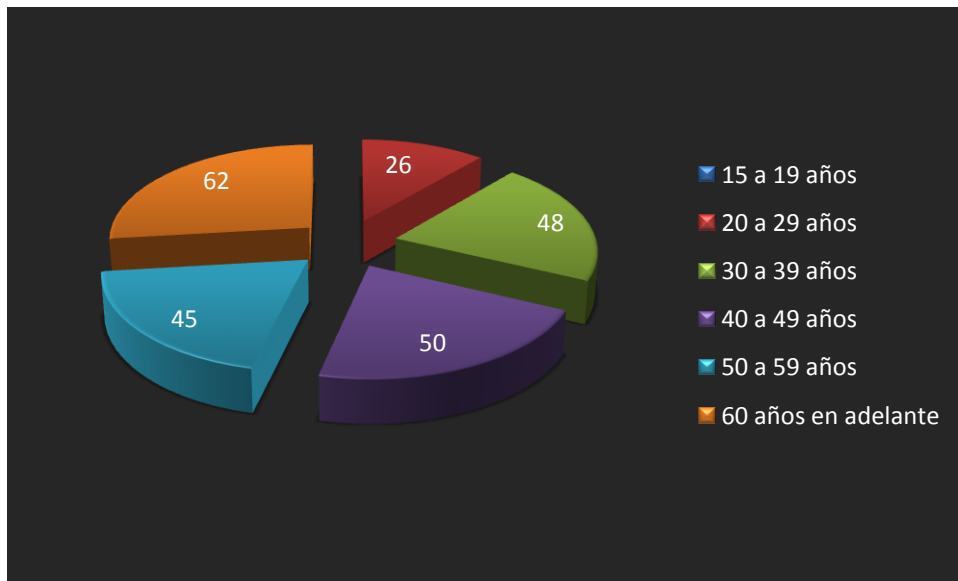
Tarjetas de Crédito: La mutualista ofrece la tarjeta Mastercard con varios niveles de servicio incluyendo una tarjeta internacional para consumos en otros países. Incluye servicios típicos de estas tarjetas como son los seguros de accidentes, viajes, mecánicos, etc. Incluye posibilidad de financiación de compras con diferimientos hasta 12 meses. Es importante notar que los clientes de la mutualista y usuarios de tarjetas de créditos en los bancos privados, no conocían de la existencia de este producto en la mutualista.

Al observar clientes que en una mutualista optan por solicitar una tarjeta de crédito versus un crédito hipotecario, el gerente de la institución también explicó la política de su tarjeta Mastercard. En principio el otorgamiento de créditos no garantizados – tarjeta de consumo en lugar de créditos hipotecarios – garantizados, parece abarcar mayor riesgo. Sin embargo estos créditos de consumo son muy pequeños en comparación. El crédito de consumo no garantizado se limita a \$2.000. Créditos de consumo mayores a \$2,000 hasta \$5,000 requieren de la afiliación al IESS, es decir permanencia laboral de un mínimo de dos años.

En la figura 41 se puede observar que de la población total encuestada las personas que están entre los 20 y 29 son 26 clientes. Estos clientes utilizan los productos y servicios financieros de esta institución, con el propósito de cancelar las cuotas de sus tarjetas de crédito y para realizar

trámites bancarios. Es decir, la población de clientes más jóvenes utilizan el producto de tarjetas.

Figura 41 – Edad



Fuente: Investigación de campo Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Seguros: La mutualista ofrece varios seguros vinculados a los créditos ofrecidos, los cuales incluyen seguros de hospitalización, desgravamen, robo, etc.

Vivienda de Interés Social: Es un programa para clientes de bajos ingresos que desean adquirir una vivienda siendo beneficiarios de los bonos otorgados por el gobierno.

Casa Lista: Es un programa en el cual la mutualista ofrece inmuebles construidos y pre-avaluados y con programas de hipoteca diseñados a la medida de estos mismos proyectos. Ningún cliente que utiliza estos dos productos asistió a la agencia El Condado o la matriz en los días de las encuestas.

La mutualista debería estar a la vanguardia de las instituciones financieras nacionales e internacionales y crear productos novedosos para clientes de otras edades e ingresos. En el presente, da la impresión solo se está captando al cliente tradicional. Un ejemplo de clientes a captar es el de la población de empleados privados jóvenes entre 20 y 30 años. Esta población por lo general es soltera, sin deudas y con un mayor ingreso disponible. A través de una campaña de educación, la mutualista crearía conciencia de la utilidad de ahorrar desde el inicio de las carreras profesionales, la importancia del interés acumulado y la plusvalía de los bienes inmuebles así como el retorno de inversiones en otros instrumentos.

La mutualista debería planificar e invertir en una publicidad efectiva y penetrante a nivel de clientes existentes y potenciales para crear conocimiento de los productos que ofrecen. Parte de este programa de publicidad incluye el reclutamiento y capacitación de asesores efectivos. Estos asesores no solo deben promocionar los productos al público sino también asesorarse de las necesidades del cliente. Por ejemplo, la identificación de un cliente joven, empleado privado y con familia nueva,

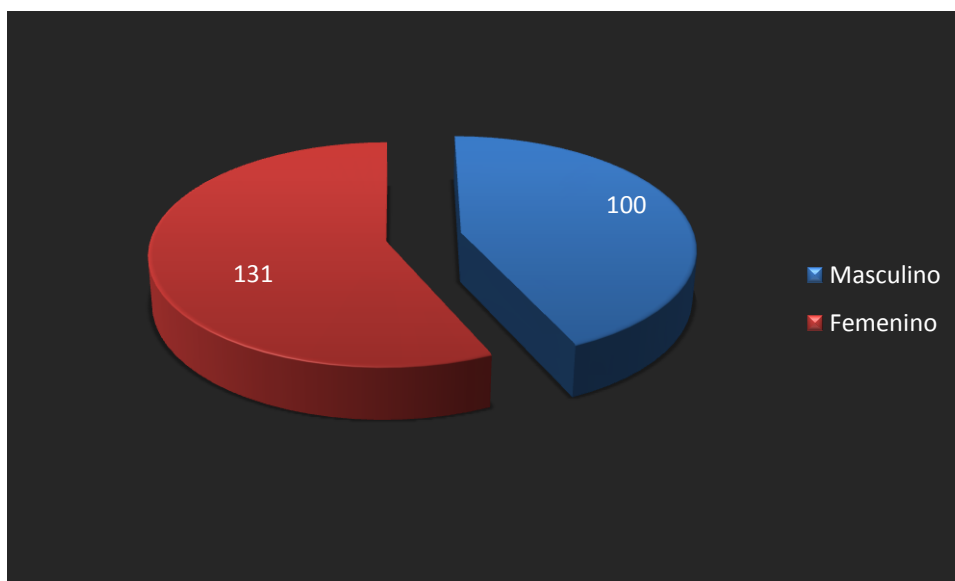
indica al banco la posibilidad de ofrecer una variedad de productos. Este cliente es un potencial consumidor de cuenta de ahorro tradicional para la educación de los hijos, cuenta constructiva para la compra o construcción su vivienda y educación superior, tarjeta de crédito para sus gastos eventuales y seguros de vida, etc.

Naturalmente la inversión en promoción y publicidad no solo crea retornos para la mutualista sino que presta una función social.

Con respecto al sexo de los clientes, de la población encuestada, 131 personas corresponden a la población femenina y 100 personas a la población masculina. Como se observa en la figura 42, no existe una gran diferencia entre los dos géneros, lo que lleva a la conclusión que los productos y servicios financieros son utilizados por estos dos géneros con un margen mínimo de diferencia.

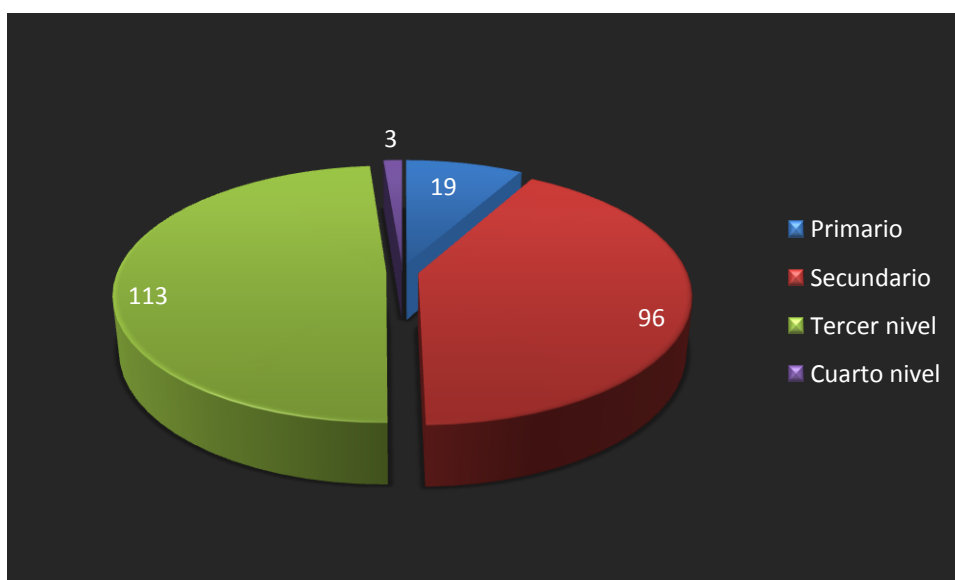
La homogeneidad de sexo de los clientes demuestra el avance de la posición de la mujer en la sociedad quiteña. Ya no es el hombre quien lleva el manejo financiero del hogar sino la mujer en igual peso. Inclusive, de acuerdo a información adicional otorgada por algunos clientes, es la mujer la que lleva la administración financiera de su casa incluyendo el manejo de los créditos e hipotecas.

Figura 42 – Género



Fuente: Investigación de campo Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Figura 43 – Nivel de Instrucción



Fuente: Investigación de campo Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

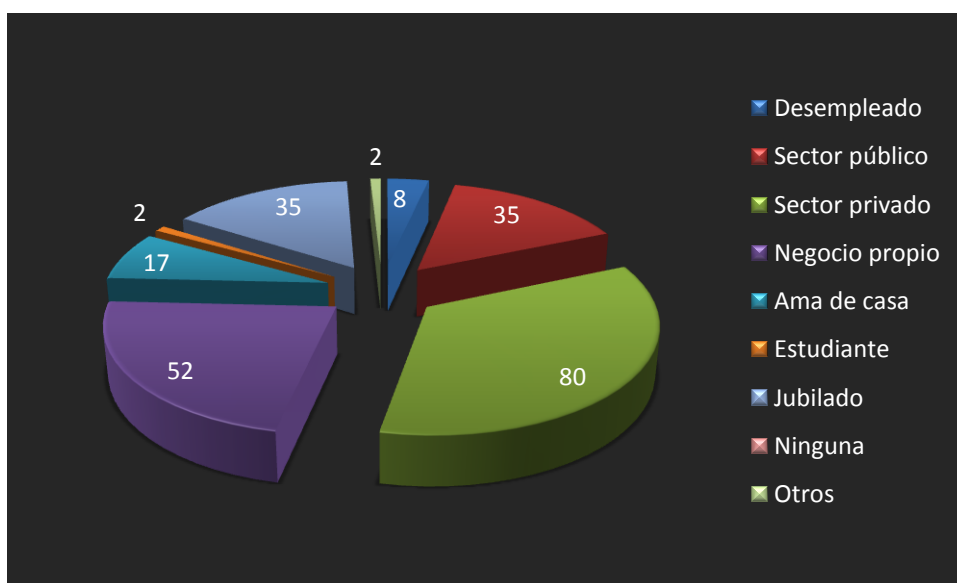
Existe una correlación entre el uso de productos y servicios y la edad del cliente. Al observar la figura 43, se observa que pocos clientes tienen solamente instrucción primaria. El nivel de instrucción que predomina es el universitario, seguido por la educación secundaria. Esto significa que la mayoría de clientes son maduras y con poder de entendimiento superior que alguien que solo ha tenido un nivel de estudio primario. Lo anterior ayuda a la mutualista para poder vender sus productos y transmitir la información acerca de sus productos y servicios.

A pesar que la mayoría de clientes tienen la capacidad intelectual de entender la información recibida, muchos solo utilizan el producto tradicional de la mutualista que es la cuenta de ahorro con libreta. Nuevamente se llega a la conclusión de que el problema de proliferación en el uso de los productos y servicios de la mutualista, no es la falta de interés del cliente sino el desempeño de la mutualista, que no tiene a sus asesores capacitados y entrenados a explicar los productos y servicios con los que cuenta dicha institución.

En el gráfico 44 que se muestra a continuación, del total de la población encuestada, 80 personas trabajan para el sector privado, 52 personas tienen negocio propio, 32 personas trabajan para el sector público, lo que nos indica que la población que tiene acceso a los diversos productos y servicios financieros, es la población económicamente activa. La minoría

corresponde a personas desempleadas, amas de casa, estudiantes universitarios, las cuales dependen de personas económicamente activas para acceder a los diversos productos y servicios financieros.

Figura 44 – Situación Laboral

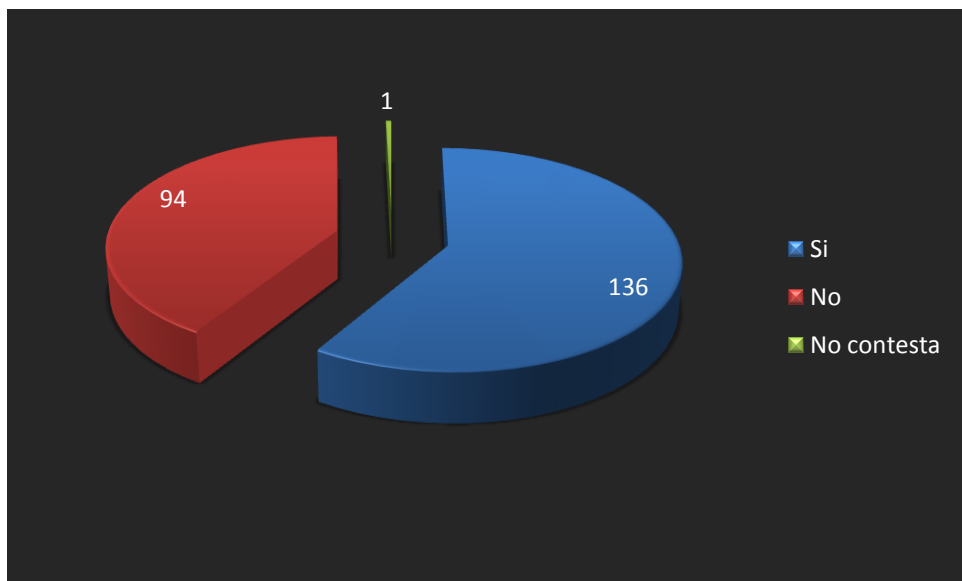


Fuente: Investigación de campo Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

La mutualista debe buscar más personas empleadas o auto empleadas para ofrecer sus productos crediticios, los cuales producen la mayoría de sus ingresos. Clientes desempleados, jubilados o amas de casa solo generan intereses sobre los ahorros depositados. Estos no son los mayores ingresos para la institución.

Del total de los clientes encuestados, se puede observar en la figura 45 que el 59% de estos utiliza el sistema de correo electrónico, ya sea social o profesional.

Figura 45 – Cuenta de correo electrónico



Fuente: Investigación de campo Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Figura 46 – Razones para tener correo electrónico



Fuente: Investigación de campo Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Uso de servicios tecnológicos

El uso del correo electrónico a nivel personal y profesional se ha vuelto prevalente a nivel mundial. Este hecho fue confirmado durante la encuesta. Entre las edades reportadas de 20 a 40 años, casi todos los clientes utilizan internet. De 50 a 60 años, la mitad de clientes utilizan el servicio. Inclusive hubo algunos clientes mayores a 60 años con cuentas de correo electrónico. Esto quiere decir que el uso de esta herramienta tecnológica no se limita a clientes jóvenes. De lo anterior expuesto se puede concluir que por edad, la mayoría de clientes de la mutualista estaría en condición de enviar y recibir información tanto de la mutualista como de otras instituciones financieras.

94 clientes de 231 no tienen cuentas de correo electrónico. Esto se debe a que de este grupo, la mayoría de personas son de 60 años, a los cuales no les interesa este medio. Prefieren el método tradicional de trasladarse a la mutualista para sus transacciones bancarias. Otra razón es que también pertenecen al grupo de jubilados y amas de casa. A este grupo no le ha interesado actualizarse en tecnología.

Más de la mitad clientes con acceso a internet, lo hacen por razones de negocios o profesionales. (Ver figura 46) Otro grupo importante utiliza cuentas de correo personales. Como se mencionó anteriormente, ambos grupos de usuarios están en la posibilidad de usar este canal de comunicación para hacer contacto con la mutualista.

Se podría considerar que los usuarios de correo con fines de trabajo o negocios, serían más propensos a utilizar este medio con la mutualista. Sin embargo se ha visto que los usuarios sociales o personales poseen la misma habilidad y conocimiento.

Este último hecho, es importante para que la mutualista caiga en cuenta de que el 60% de sus clientes también son clientes potenciales para sus servicios electrónicos, como lo son el acceso y manejo de sus cuentas vía web o internet.

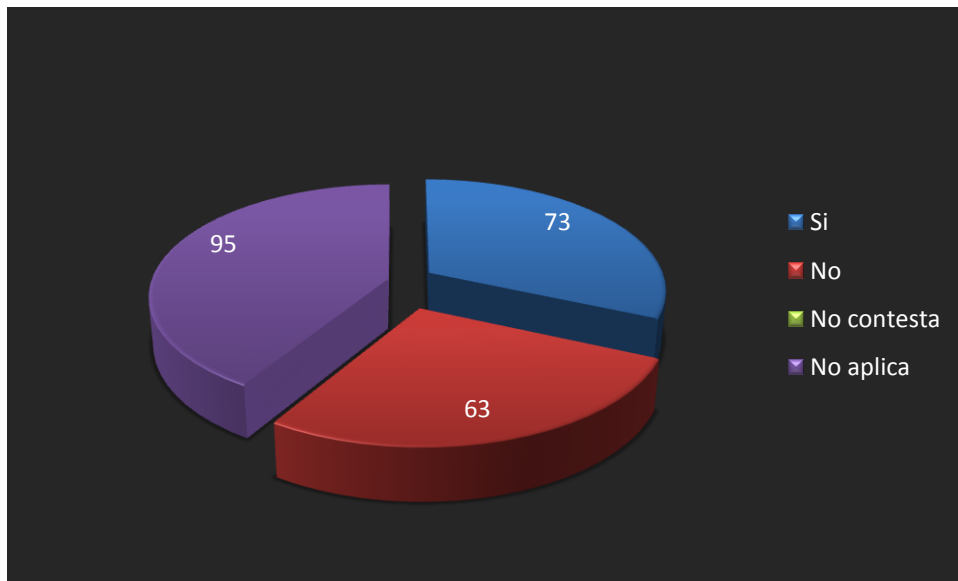
Desde el punto de vista de la mutualista, resulta beneficioso que la mayoría de sus clientes tengan correo electrónico. Esta herramienta sirve al banco como un canal importante de comunicación para la promoción de sus productos nuevos y existentes, recordatorios y publicidad para prestar nuevos servicios a estos clientes.

La promoción y comunicación periódica por vía de correo electrónica sirve para que la mutualista se mantenga presente constantemente en la mente de sus clientes. Esto es una publicidad prácticamente gratuita para la mutualista en donde la inversión se limita a las horas utilizadas por sus empleados de la institución. Es decir, no se necesita inversión de publicidad externa. Sin embargo el correo también tiene el potencial para ser utilizado como vínculo para páginas web de promoción e información de la mutualista, como noticias mensuales o trimestrales.

La mutualista, como se dijo anteriormente está en plena capacidad de utilizar este recurso para fines publicitarios y educativos. El fin educativo

es de lograr que el cliente obtenga conocimiento y se familiarice con el uso de los servicios electrónicos del banco.

Figura 47 – Cuentas de redes sociales



Fuente: Investigación de campo Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

El uso de las redes sociales es un fenómeno reciente en el internet, comparado con la proliferación del correo electrónico y el web 2.0. Sin embargo este medio se ha expandido exponencialmente, rebasando al correo electrónico o inclusive mensajería instantánea. La red social, actualmente es utilizada como medio de comunicación, no solamente social, sino profesional. (Ver figura 48) Las empresas la utilizan para su publicidad e información de productos y servicios.

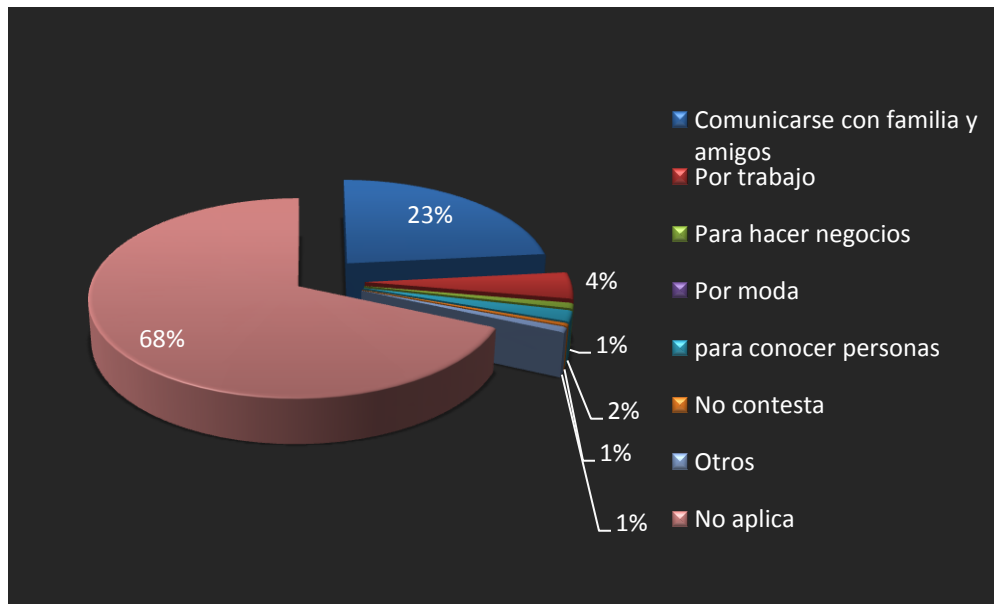
La Mutualista Pichincha no cuenta con presencia en las redes sociales. Este dato también fue confirmado por el gerente de la matriz de Quito. En contraste, otras instituciones como el Banco del Pichincha si cuenta con presencia en “Facebook” y “Twitter”. Estas redes son espacios publicitarios virtuales que no han sido explotados por la mutualista.

Adicionalmente, existe una red social personalizada para usuarios de los teléfonos móviles “Blackberry” de la empresa Research In Motion y “I-phone” de la empresa Apple. Estas aplicaciones electrónicas cumplen una función similar con servicios más personalizados como son los vínculos directos a cada empresa y sus productos o servicios.

Como se mencionó en el párrafo anterior, estos medios se han expandido exponencialmente y a diversos grupos de edad. Nuevamente, la mutualista esta en posibilidad de hacer uso de una publicidad virtual de bajo costo y alta penetración.

Las redes sociales, como su nombre lo indica son utilizadas primordialmente para fines sociales, comunicación e interacción con familia y amistades. Los resultados de la encuesta muestran la misma tendencia.

Figura 48 – Razones para utilizar redes sociales



Fuente: Investigación de campo Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

La mutualista puede aprovechar esta tendencia y promocionarse dentro de este grupo de usuarios. Más aún, las redes sociales son un sistema de referidos en donde la red social de una persona, es decir su listado de contactos automáticamente es intercambiado con cada uno de sus otros contactos. De esta forma las combinaciones son potencialmente infinitas. La mutualista, al formar un enlace con sus clientes, ya está en posibilidad de acceder todos los enlaces de sus clientes y los enlaces de sus enlaces, es decir una penetración exponencial.

3.2 La comunicación con el cliente y servicios al cliente

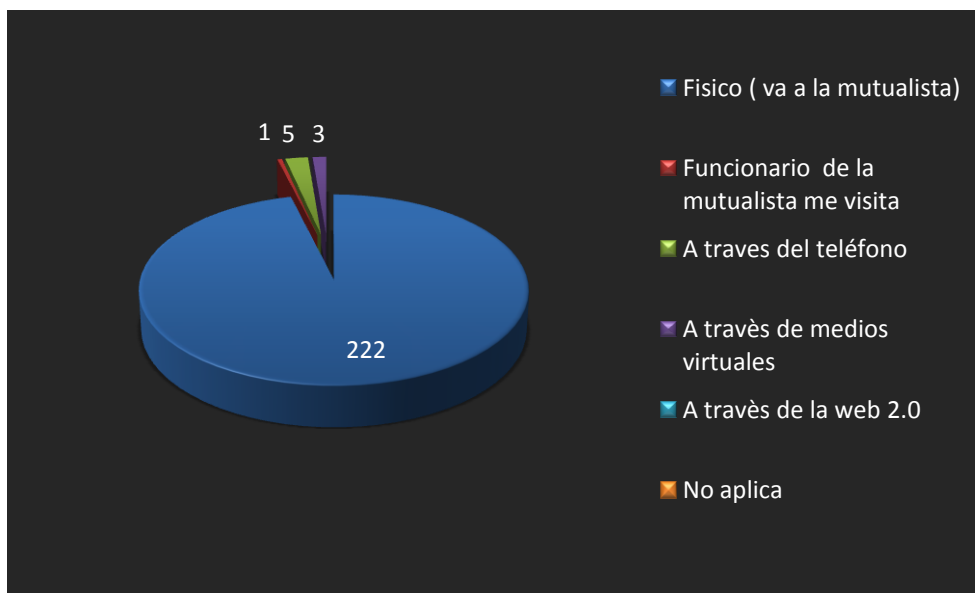
3.2.1 Comunicación con el cliente

En la Mutualista Pichincha, la comunicación con el cliente es un tema que llama la atención por su falta de planificación, desarrollo e implementación. A pesar de que la mutualista cuenta con una tecnología de punta, la cual también abarca canales de comunicación, los clientes en su mayoría, utilizan el método tradicional de desplazarse a la sucursal para realizar sus transacciones.

La opción más escogida entre los encuestados para comunicación con el banco en la sucursal del Condado y la matriz de la Mariscal fue la de la visita oficial. El siguiente medio de comunicación, utilizado escasamente es el medio telefónico, seguido por medio electrónico. (Ver figura 49)

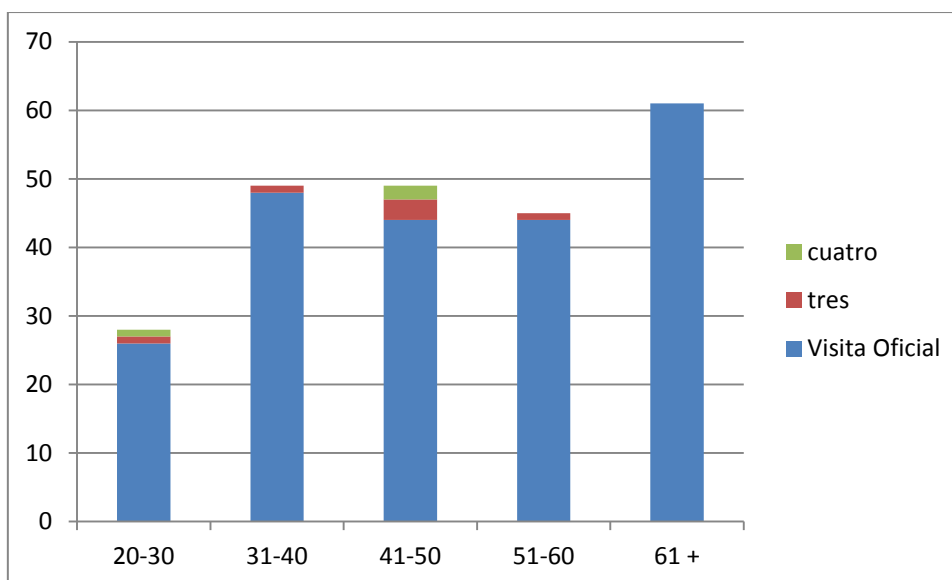
Inicialmente se pensó que dado que la mayoría de clientes son adultos de edad intermedia y mayor (30 a 60 años), este grupo es el que opta por trasladarse a la mutualista por propia iniciativa. Sin embargo, al cruzar estos dos datos, no se encuentra ningún patrón. Los adultos que utilizan es vía de comunicación, la visita oficial, no guardan correlación con la edad. Es decir, clientes de todas las edades visitan la mutualista en persona. La figura 50 indica que en cada grupo de edad, más del 90% utilizan la visita oficial como su medio de comunicarse con la mutualista.

Figura 49 – Canales de comunicación de los clientes



Fuente: Investigación de campo Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Figura 50 – Edad y canal de comunicación



Fuente: Investigación de campo Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Además, al responder a las preguntas sobre la mejora en servicio, los clientes sugieren mejoras a la tecnología y accesos por otras vías alternas, como lo es la virtual.

La mayoría de clientes que visitan la mutualista personalmente dicen hacerlo por no tener otra alternativa. Solamente un pequeño grupo de clientes de la tercera edad opta por trasladarse físicamente como parte de su actividad semanal o mensual. En palabras de una encuestada: “venir a la mutualista me da una razón para salir de casa entre semana y hacer ejercicio.”

Lo arriba expuesto indica que los clientes desconocen la existencia de los otros canales de comunicación de la mutualista. No saben de la existencia del portal virtual, la página web o del acceso a información y servicios vía telefónica. Otros inclusive desconocen de la habilidad de realizar transacciones y obtener servicios a través del cajero automático de la mutualista. Muchos están conscientes de la existencia de los cajeros pero desconocen o inclusive desconfían de su función. Clientes mayores de edad prácticamente ven al cajero como un ente extraño.

La conclusión que se puede obtener hasta aquí, dentro del marco de la comunicación con el cliente es que ésta es sumamente deficiente. Un buen número de clientes desconocen la existencia de vías de comunicación no tradicionales.

Con excepción de clientes cuyo domicilio esté cercano a una mutualista, es aparente que los clientes deben separar una cantidad importante de

tiempo para conducir sus negocios financieros. Esto incluye tiempo de movilización, estacionamiento de vehículo privado, espera en fila y retorno al domicilio o lugar de origen.

Visto desde la perspectiva de la Mutualista, la comunicación por visita oficial consume recursos importantes. Mantener este canal abierto para un máximo número de clientes requiere de inversión en recursos humanos, bienes inmuebles, seguridad física, servicios básicos, etc.

La mutualista ya ha invertido un capital importante en tecnología comercial como son los cajeros y software de punta, así como también en portales y redes seguras. Sin embargo falla al promover o dar a conocer la existencia y beneficios de estos servicios a sus clientes.

Al no darle el uso debido a esta tecnología y servicio, el retorno a la inversión es netamente nulo y el costo operativo de dar mantenimiento al portal, software y cajeros no está produciendo ninguna ganancia adicional.

La mutualista, al realizar una promoción efectiva de sus otros medios de comunicación, podría realizar ahorros significativos. A pesar de que este ahorro no sería total, dado que la población de clientes de edad mayor, no tiende a cambiar sus hábitos, debe implementarse de inmediato.

Existen programas en el mercado de análisis financiero producido por empresas grandes como IBM-COGNOS, Microstrategy y SAP entre otras que recogen los datos de las operaciones bancarias, los canales a través de los que se los realizaron y otros datos importantes, y a su vez genera

reportes basado en el cruce de datos para así dar a conocer a la institución un panorama de cada detalle de su operación.

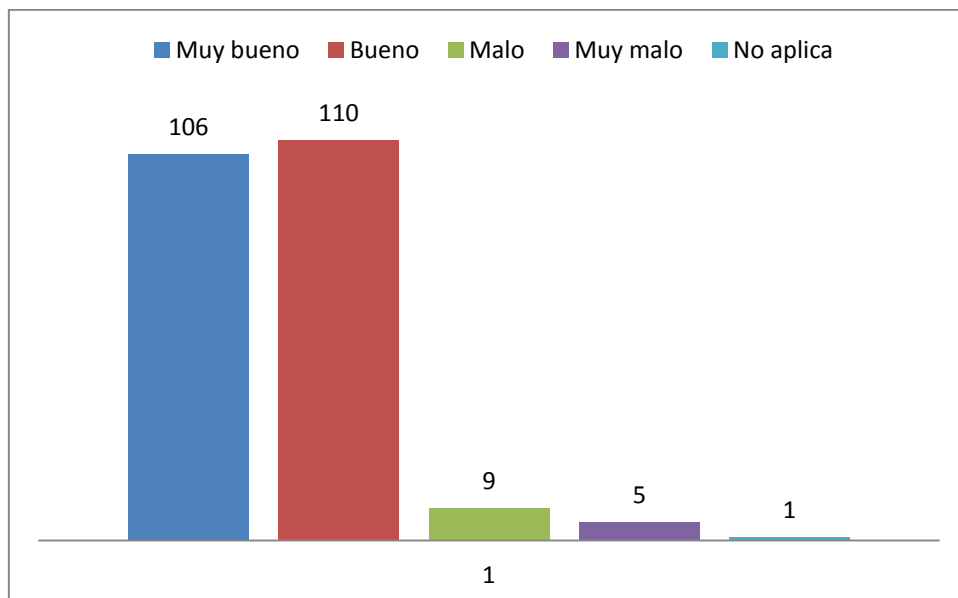
Es sumamente recomendable que la gerencia de la mutualista implemente una capacitación en la gerencia de servicio al cliente para promocionar y realizar la publicidad adecuada de sus canales de comunicación.

3.2.2 Servicios al cliente

Como se observó en “Comunicación con el Cliente”, la mutualista da la impresión de sufrir de un problema coyuntural en este programa, el cual debería terminar reflejado en su servicio al cliente.

La mayoría de encuestados reportó un “buen” o “muy buen” servicio al cliente. (Ver figura 51)

Figura 51 – Edad y percepción de servicio



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Al cruzar este dato con los productos y servicios ofrecidos que estos clientes utilizan, se observa que solamente utilizan un producto y en pocos casos un servicio. Por ejemplo, estos clientes son cuenta ahorristas tradicionales que visitan el banco para realizar un depósito o un retiro por visita. Estos clientes no requieren de ningún otro producto o servicio ofrecido por la mutualista.

Su opinión acerca del servicio se basó en esta experiencia limitada, la cual incluyó el tiempo de espera por un turno en ventanilla, rapidez de la transacción, amabilidad del cajero(a), disponibilidad del sistema de cómputo y retiro de la institución.

Se puede considerar que la percepción en la mente de la persona que responde “bueno” y “muy bueno” es bastante similar basado en un análisis de pocos segundos en los cuales responde al encuestador. Por lo tanto, dada la homogeneidad de respuestas en cuanto a la calidad se procedió a verificar estas opiniones.

Primeramente se realizó una observación de la atención en la mesa de servicio al cliente. Esta mesa estuvo atendida por una sola persona en una de las sucursales. En la matriz, esta mesa solo estuvo atendida esporádicamente. En una hora del día en particular, la hora del almuerzo, esta mesa estuvo desatendida por más de 60 minutos en varias ocasiones. Al ser preguntados puntualmente acerca de esta situación, los siguientes encuestados confirmaron esta observación y la criticaron. A pesar de calificar el servicio como “bueno” y “muy bueno”,

clientes que fueron a realizar otro tipo de transacciones tuvieron la necesidad de acercarse a esta mesa y esperar por un tiempo largo.

Se realizó una entrevista informal a dos funcionarios de la mutualista en la mesa de servicio al cliente y se pudo observar una falta de conocimiento y capacitación acerca de los productos y servicios de la institución. En particular, una funcionaria desconocía acerca de los servicios de pago por internet y servicios básicos que ofrece la mutualista. Otra funcionaria demostró desconocimiento total acerca de los mismos productos y tanto su presencia como sus relaciones interpersonales fueron deficientes.

Al realizar una corta investigación personal de un servicio en particular, el servicio de pagos de servicios básicos, se observó que el anuncio de pagos para estos servicios se encontraba inadecuadamente ubicado. No existía ningún anuncio en el área principal del vestíbulo ni en un lugar prominente sobre la mesa de servicio al cliente. El único anuncio en formato pequeño se encontró ubicado en la parte posterior de la sala de la mutualista y en un formato muy pequeño y poco legible.

Durante el periodo de encuestas también se entrevistó al gerente de la matriz acerca de los servicios adicionales que presta la mutualista. Este constató la necesidad de promover estos servicios de forma más activa. Sin embargo esta decisión debe provenir de un mando gerencial superior en la institución.

Mejoras al servicio

En relación a que la mayoría de clientes reportó un buen servicio al cliente, estos mismos corresponden al grupo que considera que no se necesitan mejoras. Este mismo grupo corresponde a los jubilados y amas de casa que se acercan a la institución para realizar una sola transacción por visita. Un pequeño grupo de jubilados observaron que la mutualista no ofrece un canal especial para discapacitados o jubilados, así como un servicio más atento y paciente.

El segundo grupo, el cual tuvo quejas sobre el servicio al cliente, recomendó mejoras al mismo, y es el grupo de la población económicamente activa. Esta naturalmente dispone de tiempo limitado para realizar sus transacciones.

El tercer grupo opinó que no ha habido cambios en los productos y servicios de la mutualista. Este grupo en particular expresó que la mutualista no ofrece productos nuevos como por ejemplo ahorros programados, tarjetas de crédito, pagos de servicios básicos, pagos de matriculas, transferencias por vía electrónica en teléfono celular.

Se observa que los productos a los cuales se refieren el tercer grupo, si son ofrecidos por la institución. Esta divergencia demuestra que existe una falta de promoción por el lado de la mutualista.

Otro grupo también expreso su deseo por una mejora en la tecnología del banco. Aquí también se observa un desconocimiento por parte del

cliente. La mutualista Pichincha precisamente cuenta con una de las tecnologías más avanzadas del sistema financiero nacional.

CONCLUSIONES

- Durante los últimos tres años, el movimiento financiero en todos los subsistemas de Quito se ha expandido tanto en captaciones como en colocaciones.
- La infusión de capital por parte del estado para créditos hipotecarios a solo las instituciones públicas ha producido una distorsión en el mercado hipotecario, forzando a instituciones tradicionales a promocionar otros productos como son los consumos no garantizados.
- La mutualista Pichincha ha sido afectada directamente en la oferta de sus producto básico por el mencionado plan de gobierno
- Los resultados de la encuesta a los clientes de la Mutualista Pichincha revelan una percepción equivocada de la institución en términos de productos y servicios.
- La institución continúa siendo percibida como una entidad financiera tradicionalista y limitada en términos de productos y servicios.
- Una cantidad significantes de clientes tienen la impresión de que la mutualista ofrece solamente los productos básicos como las cuentas de ahorro y crédito inmobiliario las cuales deben ser gestionadas en persona.
- La institución en realidad es una de las más modernas que ha adquirido tecnología de punta para implementar la gestión de consultas y manejos de

cuenta así como pagos, trámites y otros productos y servicios como son tarjeta de crédito, pagos de servicios básicos, etc.

- La mayor debilidad de la mutualista Pichincha es la falta de publicidad, promoción y penetración de sus varios servicios de gestión y manejo de cuentas, productos y otros servicios a través del internet.
- La cadena de tecnología por parte del departamento de adquisiciones y modernización de la mutualista no ha tenido continuidad hacia los gerentes de agencias o el departamento de publicidad, servicio al cliente u oficiales de cuenta y crédito.
- Esto resulta en una pérdida neta para la mutualista. Su inversión no ha producido un retorno directo (posible cobro por utilización de cajero a otros clientes) ni retorno indirecto (mayor satisfacción y comodidad del cliente)
- También se notó como debilidad, la falta de conocimiento del personal en las mesas de recepción y servicio al cliente, lo cual se refleja en falta de capacitación.
- La mutualista excluye clientes jóvenes por omisión. Se tiene la creencia equivocada de que solamente los adultos de edad media requieren créditos hipotecarios y de consumo.

RECOMENDACIONES

- Planificar y establecer un tiempo límite para la implementación y diseminación completa de su nueva tecnología y servicios basados en la utilización de internet y tecnología de aplicaciones a teléfonos celulares.
- Implementar un programa de capacitación para empleados en la mesa de recepción y servicio al cliente con parámetros de control de progreso y mantenimiento de la calidad de servicio. La capacitación debe ser periódica, amplia y abarcar todos los detalles de productos y servicios ofrecidos por la institución.
- Posicionar un empleado ya capacitado en la mesa de recepción para informar a clientes diariamente sobre los productos y servicios existentes como por ejemplo el uso del cajero automático con el fin de facilitar su transacción en el banco y ahorrar tiempo
- Ejecutar su programa de promoción y publicidad a nivel de todas las agencias de la ciudad.
- Utilizar publicidad visual en las áreas públicas y vestíbulos de cada agencia, anunciando productos y servicios que necesitan promoción.
- Enfocar esta publicidad para de esta forma llegar a clientes actuales y futuros.
- Identificar y ofrecer productos crediticios a adultos jóvenes profesionales, ya sea solteros con ingresos crecientes o familias jóvenes en crecimiento.

- Educar y capacitar a estos clientes jóvenes en los beneficios del crédito responsable.
- Utilizar las redes sociales para publicidad y por medio de esta informar a sus clientes actuales y futuros clientes potenciales acerca de los productos que cuenta la mutualista.
- Aprovechar la base de datos de correos electrónicos, cuentas de redes sociales, mensajería a través de celulares que tienen sus actuales clientes para enviar publicidad, sobre los productos que van implementando diariamente la mutualista Pichincha.
- Monitorear la publicidad enviada, la recurrencia y las respuestas. Es decir, enviar la publicidad semanal o mensualmente y monitorear la cantidad de clientes que responden mediante los diferentes canales de comunicación con el banco.

BIBLIOGRAFÍA

1. América Economía. (2009) "*Compro luego existo*". Pag: 41, 42 y 43.
2. América Economía. (2010) "*La Banca pública busca aumentar su participación en el sistema financiero local*" *pág web:*
www.americaeconomia.com. (8 de sep, 2010)
3. Banco Nacional de Fomento. (2011) *Página web :*
<http://www.bnf.fin.ec>
4. Superintendencia de bancos. (2001) Registro oficial No 250,
5. Vela, Caridad. (2011) "*Bienes Raíces Clave*" . *Pág web:*
<http://www.clave.com.ec/index.php?idSeccion=372> (marzo 2011)
6. Corporación del Seguro de Depósitos. (2011) *Página web: .*
<http://www.cosedegob.ec>.
7. Corporación Financiera Nacional. (2011) *Página web:*
<http://www.cfn.fin.ec>
8. Definición legal.com. (2011) *Página web:*
[http://www.definicionlegal.com/definición de/Mutualidad.htm](http://www.definicionlegal.com/definición%20de/Mutualidad.htm) (2011)
9. Definición.org. (s.f.). (2011) *Página web:*
<http://www.definicion.org/banca-privada>

10. Diario El Mercurio (2011) . *El Mercurio*. Página web:
www.elmercurio.com.ec (13 de jul 2011)
11. Diario HOY. (2009) "*Límites para crédito de vivienda*". (16 de feb 2009).
12. Diario HOY. (2007) "*Cooperativas crecen en el país*" (7 de jul 2007)
13. Gobierno Nacional del Ecuador . (2009) "*Decreto 194*"
14. Explored. (2011) "*Características de la banca privada*" Página web
<http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/caracteristicas-de-la-banca-privada-ecuatoriana-79254-79254.html>
15. FELABAN. (2007) "*Que sabemos de la bancarización en latinoamérica*". Caracas, Venezuela.
16. Líderes. (2011) Revista El Comercio. (E. Comercio, Ed.) p. 14 (10 de oct 2011)
17. Muñoz, R. (2011) *Desarrollo Financiero a diciembre 2010*.
Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador, Dirección Nacional de Estudios, Quito
18. Rice, X. (2007) Periódico The Guardian pág 18. "*Kenia es el primero en proveer transferencia de dinero via teléfono móvil*" (20 de mar 2007).
19. Rioseco, J. P. (2008) "*Bancos con Coraza*". Revista América Economía Ecuador .

20. Rojas-Suarez, L. (2007) "*Promoviendo el acceso a los servicios financieros*". Federacion Lationamericana de Bancos. Caracas.
21. Ros, G. D. (2007). "*El cooperativismo en el Ecuador*". Pág web:
<http://www.neticoop.org.uy/article245.html>
22. SBS. (2001) "*Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, Registro Oficial #250*" Superintendencia de bancos, y seguros del Ecuador
23. SBS. (2008) "*Normas generales para la aplicación de la ley general de instituciones del sistema financiero. Funcionamiento de la junta bancaria. Título XX de la SBS, Cap1, Sec IV, Art 14*" Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador.
24. Buenas tareas, B. (2011) . Pág Web de Buenas Tareas:
<http://www.buenastareas.com/ensayos/a-Cu%C3%A1l-Es-La-Funci%C3%B3n-De-La/956680.html>
25. Villegas, S. A. (2005, JULIO). Retrieved JULIO 9, 2011, from Gestiópolis.com: www.gestiopolis.com/canales5/fin/sistefinan.htm
26. Vistazo Revista. (2009) "*Banco del Pacífico alista créditos para vivienda*" (27 oct 2009) .
27. Vivero, G. (2011) www.clave.com.ec. (septiembre 2011)

Anexo

Tablas

Tabla 1

Crédito total en Quito

	2008		2009		2010			
Mutualistas	\$	97,618,699	-8%	\$	89,674,438	27%	\$	113,798,352
Sociedades Financieras	\$	647,374,220	0%	\$	649,521,061	19%	\$	775,667,594
Banca Publica	\$	363,396,820	76%	\$	639,105,663	33%	\$	847,095,624
Cooperativas	\$	286,506,729	0%	\$	285,918,529	16%	\$	332,671,829
Banca Privada	\$	4,292,091,634	-9%	\$	3,906,586,433	13%	\$	4,424,542,585
Total	\$	5,686,988,102	-2%	\$	5,570,806,124	17%	\$	6,493,775,984

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 2

Captaciones por tipo de producto en Quito

	2008		2009		2010			
Ahorros	\$	1,348,587,437	20%	\$	1,612,544,737	26%	\$	2,032,637,663
Plazos	\$	2,837,139,597	25%	\$	3,553,799,206	5%	\$	3,722,230,932
Otros	\$	126,217,009	54%	\$	194,284,325	12%	\$	216,750,386
Corriente	\$	2,355,367,740	13%	\$	2,659,630,656	19%	\$	3,159,360,624
Total	\$	6,667,311,783	20%	\$	8,020,258,924	14%	\$	9,130,979,605

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 3

Clientes de captaciones por tipo de producto en Quito

	2008		2009		2010			
Ahorros	\$	1,506,183	19%	\$	1,795,387	4%	\$	1,871,693
Plazos	\$	54,314	12%	\$	60,779	21%	\$	73,717
Otros	\$	143,769	6%	\$	152,343	-3%	\$	148,265
Corriente	\$	209,380	3%	\$	215,893	15%	\$	248,353
Total	\$	1,913,646	16%	\$	2,224,402	5%	\$	2,342,028

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 4

Captaciones de ahorros en Quito

	2008		2009		2010	
Bancos Privados	\$ 1,136,641,670	22%	\$ 1,382,612,369	26%	\$ 1,740,394,858	
Cooperativas	\$ 104,745,111	19%	\$ 124,370,716	23%	\$ 152,489,526	
Mutualistas	\$ 79,633,246	4%	\$ 82,717,802	21%	\$ 99,688,715	
Bancos Públicos	\$ 27,567,410	-17%	\$ 22,843,850	100%	\$ -	
Total	\$ 1,348,587,437	20%	\$ 1,612,544,737	24%	\$ 1,992,573,099	

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 5

Captaciones de cuentas a plazos en Quito

	2008		2009		2010	
Bancos						
Privados	\$ 2,280,030,220	-6%	\$ 2,149,150,316	-3%	\$ 2,086,340,601	
Cooperativas	\$ 77,392,330	42%	\$ 109,974,880	49%	\$ 164,183,428	
Mutualistas	\$ 86,845,177	-7%	\$ 80,990,711	22%	\$ 98,537,767	
Bancos						
Publicos	\$ 102,374,500	828%	\$ 950,534,701	6%	\$ 1,009,074,138	
Sociedades						
Financieras	\$ 291,312,250	-10%	\$ 263,148,608	38%	\$ 364,094,998	
Total	\$ 2,837,954,477	25%	\$ 3,553,799,216	5%	\$ 3,722,230,932	

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 6

Captaciones de cuentas corrientes en Quito

	2008		2009		2010	
Bancos Privados	\$ 2,335,900,650	14%	\$ 2,659,630,656	17%	\$ 3,119,792,844	
Cooperativas					\$ -	
Mutualistas					\$ -	
Bancos Publicos	\$ 19,467,090				\$ 39,567,780	
Sociedades Financieras					\$ -	
Total	\$ 2,355,367,740	13%	\$ 2,659,630,656	19%	\$ 3,159,360,624	

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 7

Captaciones de otras cuentas en Quito

	2008		2009		2010			
Bancos Privados	\$	74,683,450	65%	\$	123,248,534	31%	\$	162,027,040
Cooperativas	\$	16,471,070	-17%	\$	13,592,175	-7%	\$	12,649,391
Mutualistas	\$	903,889	21%	\$	1,097,145	13%	\$	1,244,003
Bancos Públicos	\$	34,158,600	65%	\$	56,346,471	-28%	\$	40,829,952
Total	\$	126,217,009	54%	\$	194,284,325	12%	\$	216,750,386

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 8

Depósitos en cada subsistema para Quito

	2008		2009		2010
Bancos	5,842,204,660	8%	6,313,438,147	13%	7,109,319,517
Cooperativas	198,608,510	16%	230,658,615	43%	329,322,345
Mutualistas	167,382,311	-2%	164,805,659	21%	199,470,485
Instituciones Públicas	183,571,610	461%	1,029,725,027	10%	1,129,536,434
Sociedades Financieras	291,312,250	-10%	263,148,608	38%	364,094,998
Total	6,683,081,349	20%	8,001,778,065	14%	9,131,745,789

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 9

Clientes de cada subsistema para depósitos en Quito

	2008		2009		2010
Bancos	1,264,584	10%	1,397,342	15%	1,601,028
Cooperativas	524,552	9%	573,181	3%	591,204
Mutualistas	108,714	7%	116,448	7%	125,027
Instituciones Públicas	28,113	38%	38,813	-33%	26,172
Sociedades Financieras	3,201	-1%	3,158	36%	4,309
Total	1,931,172	10%	2,130,951	10%	2,349,750

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 10

Depósitos en la banca privada de Quito

	2008		2009		2010			
Ahorros	\$	1,136,641,670	22%	\$	1,382,612,369	26%	\$	1,740,394,858
Plazos	\$	2,280,030,220	-6%	\$	2,149,150,316	-3%	\$	2,086,340,601
Otros	\$	74,683,450	65%	\$	123,248,534	31%	\$	162,027,040
Corriente	\$	2,335,900,650	14%	\$	2,659,630,656	17%	\$	3,119,792,844
Total	\$	5,827,257,998	8%	\$	6,314,643,884	13%	\$	7,108,557,353

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 11

Depósitos en cooperativas de Quito

	2008			2009			2010		
Ahorros	\$	104,745,111	19%	\$	124,370,716	23%	\$	152,489,526	
Plazos	\$	77,392,330	42%	\$	109,974,880	49%	\$	164,183,428	
Otros	\$	16,471,070	-17%	\$	13,592,175	-7%	\$	12,649,391	
Total	\$	198,608,511	25%	\$	247,937,771	33%	\$	329,322,345	

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 12

Depósitos en mutualistas de Quito

	2008			2009			2010
Ahorros	\$	79,633,246	4%	\$	82,717,802	21%	\$ 99,688,715
Plazos	\$	86,845,177	-7%	\$	80,990,711	22%	\$ 98,537,767
Otros	\$	903,889	21%	\$	1,097,145	13%	\$ 1,244,003
Total	\$	167,382,312	-2%	\$	164,805,658	21%	\$ 199,470,485

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 13

Depósitos en la Banca Pública de Quito

	2008			2009			2010
Ahorros	\$	27,567,410	-17%	\$	22,843,850	75%	\$ 40,064,564
Plazos	\$	102,374,500	828%	\$	950,534,701	6%	\$ 1,009,074,138
Otros	\$	34,158,600	65%	\$	56,346,471	-28%	\$ 40,829,952
Corriente	\$	19,467,090		\$	-		\$ 39,567,780
Total	\$	183,567,600	461%	\$	1,029,725,022	10%	\$ 1,129,536,434

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 14

Depositos en las Instituciones financieras de Quito

	2008		2009		2010			
Plazos	\$	291,312,250	-	\$	263,148,608	38%	\$	364,094,998

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 15

Crédito comercial en Quito

	2008		2009		2010			
Mutualistas	\$	17,681,070	20%	\$	21,284,699	-1%	\$	21,176,158
Sociedades Fin.	\$	797,950	2334%	\$	19,425,126	97%	\$	38,188,943
Banca Pública	\$	349,595,020	77%	\$	618,856,305	32%	\$	814,799,972
Cooperativas	\$	2,547,560	3%	\$	2,622,996	19%	\$	3,115,007
Banca Privada	\$	2,108,722,608	-6%	\$	1,975,128,947	7%	\$	2,111,366,076
Total	\$	2,479,344,208	6%	\$	2,637,318,073	13%	\$	2,988,646,156

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 16

Crédito consumo en Quito

	2008		2009		2010			
Mutualistas	\$	16,042,470	9%	\$	17,505,606	185%	\$	49,810,812
Sociedades Finan.	\$	644,749,960	-3%	\$	627,087,393	17%	\$	734,984,222
Banca Pública	\$	1,540,800	-	\$	877,297	19%	\$	1,040,555
Cooperativas	\$	127,234,099	-4%	\$	122,580,261	23%	\$	150,856,327
Banca Privada	\$	1,204,525,930	-5%	\$	1,147,612,850	25%	\$	1,428,868,322
Total	\$	1,994,093,259	-4%	\$	1,915,663,407	23%	\$	2,365,560,238

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 17

Crédito de vivienda en Quito

	2008			2009			2010
Mutualistas	\$	64,394,600	-22%	\$	50,450,551	-16%	\$ 42,372,231
Cooperativas	\$	36,392,080	10%	\$	39,933,861	24%	\$ 49,340,566
Banca Privada	\$	729,293,766	-20%	\$	582,661,251	11%	\$ 647,465,650
Total	\$	830,080,446	-19%	\$	673,045,663	10%	\$ 739,178,447

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 18

Crédito a la microempresa en Quito

	2008			2009			2010
Sociedades Fin.	\$	1,826,310	64%	\$	2,997,787	-17%	\$ 2,494,729
Cooperativas	\$	114,331,670	6%	\$	120,840,741	18%	\$ 142,039,024
Banca Privada	\$	249,549,330	-19%	\$	201,183,385	18%	\$ 236,842,537
Total	\$	365,707,310	-11%	\$	325,021,913	17%	\$ 381,376,290

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 19

Total de colocaciones de las mutualistas en Quito

	2008			2009			2010		
Comercial	\$	17,065,510	25%	\$	21,284,699	-1%	\$	21,176,158	
Consumo	\$	16,042,470	9%	\$	17,505,606	185%	\$	49,810,812	
Vivienda	\$	64,394,600	-22%	\$	50,450,551	-16%	\$	42,372,231	
Microempresa	\$	116,119	273%	\$	433,582	1%	\$	439,151	
Total	\$	97,618,699	-8%	\$	89,674,438	27%	\$	113,798,352	

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 20

Evolución del crédito comercial de las mutualistas en Quito

	2008		2009		2010			
M. Imbabura	\$	21,930	88%	\$	41,290	31%	\$	54,075
M. Pichincha	\$	17,043,580	25%	\$	21,243,409	-1%	\$	21,122,083
Total	\$	17,065,510	25%	\$	21,284,699	-1%	\$	21,176,158

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 21

Evolución del crédito de consumo de las mutualistas en Quito

	2008			2009			2010
M. Imbabura	\$	1,131,190	46%	\$	1,648,646	50%	\$ 2,469,399
M. Pichincha	\$	14,911,280	6%	\$	15,856,960	199%	\$ 47,341,413
Total	\$	16,042,470	9%	\$	17,505,606	185%	\$ 49,810,812

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 22

Evolución del crédito de vivienda de las mutualistas en Quito

	2008		2009		2010			
M. Imbabura	\$	425,950	38%	\$	585,895	132%	\$	1,359,743
M. Pichincha	\$	63,968,650	-22%	\$	49,864,656	-18%	\$	41,012,488
Total	\$	64,394,600	-22%	\$	50,450,551	-16%	\$	42,372,231

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 23

Evolución del microcrédito de las mutualistas en Quito

		2008		2009		2010		
M. Imbabura	\$	116,119	273%	\$	433,582	1%	\$	439,151

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 24

Total de Colocaciones de Sociedades Financieras de Quito

	2008		2009		2010			
Comercial	\$	797,950	2336%	\$	19,435,881	96%	\$	38,188,943
Consumo	\$	644,749,960	-3%	\$	627,087,393	17%	\$	734,983,922
Microempresa	\$	1,826,310	64%	\$	2,997,787	-17%	\$	2,494,729
Total	\$	647,374,220	0%	\$	649,521,061	19%	\$	775,667,594

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 25

Colocaciones Comerciales de Sociedades Financieras de Quito

	2008		2009		2010			
Diners Club	\$	-	\$	18,920,376	97%	\$	37,307,174	
Leasing Corp	\$	777,370	-35%	\$	504,750	75%	\$	881,769
Vazcorp	\$	20,580	-48%	\$	10,755	100%	\$	-
Total	\$	797,950	2336%	\$	19,435,881	96%	\$	38,188,943

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 26

Colocaciones de consumo de Sociedades Financieras de Quito

	2008			2009			2010
Diners Club	\$	638,913,650	-3%	\$	620,232,320	17%	\$ 725,793,792
Leasing Corp	\$	129,350	90%	\$	245,128	330%	\$ 1,054,583
Vazcorp	\$	5,706,960	16%	\$	6,609,945	23%	\$ 8,135,547
Total	\$	644,749,960	-3%	\$	627,087,393	17%	\$ 734,983,922

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 27

Colocaciones Comerciales de Sociedades Financieras de Quito

	2008		2009		2010			
Vazcorp	\$	1,826,310	64%	\$	2,997,787	-17%	\$	2,494,729

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 28

Total de Colocaciones de la banca Pública de Quito

	2008		2009		2010			
Comercial	\$	349,595,020	77%	\$	618,856,305	32%	\$	814,799,972
Consumo	\$	1,540,800	-43%	\$	877,297	19%	\$	1,040,555
Vivienda	\$	-	#¡DIV/0!	\$	4,877,141	119%	\$	10,695,842
Microempresa	\$	12,261,000	18%	\$	14,494,920	42%	\$	20,559,255
Total	\$	363,396,820	76%	\$	639,105,663	33%	\$	847,095,624

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 29

Total de Colocaciones Comerciales de la banca Pública de Quito

	2008		2009		2010
BIESS	\$	207,304,340	76%	\$ 363,921,003	27% \$ 461,439,874
BEV	\$	-		\$ 23,024,836	98% \$ 45,593,757
BNF	\$	10,423,740	60%	\$ 16,633,643	26% \$ 21,016,983
CFN	\$	131,866,940	63%	\$ 215,276,823	33% \$ 286,749,358
Total	\$	349,595,020	77%	\$ 618,856,305	32% \$ 814,799,972

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 30

Total de Colocaciones Consumo de la banca Pública de Quito

	2008			2009			2010
BNF	\$	1,540,800	-43%	\$	877,297	19%	\$ 1,040,555
Total	\$	1,540,800	-43%	\$	877,297	19%	\$ 1,040,555

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 31

Total de Colocaciones de Vivienda de la banca Pública de Quito

		2008		2009		2010
BEV	\$	-	\$	4,121,761	143%	\$ 10,021,839
CFN	\$	-	\$	755,380	-11%	\$ 674,003
Total	\$	-	\$	4,877,141	119%	\$ 10,695,842

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 32

Total de Colocaciones para microempresa de la banca Pública de Quito

	2008		2009		2010			
BNF	\$	1,958,580	76%	\$	3,440,783	152%	\$	8,679,367
CFN	\$	10,302,420	7%	\$	11,054,137	7%	\$	11,879,888
Total	\$	12,261,000	18%	\$	14,494,920	42%	\$	20,559,255

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 33

Total de Colocaciones para cooperativas de Quito

	2008			2009			2010		
Comercial	\$	2,547,560	1%	\$	2,563,666	15%	\$	2,180,457	
Consumo	\$	131,741,949	-7%	\$	122,580,261	23%	\$	150,856,327	
Vivienda	\$	37,885,550	5%	\$	39,933,861	-6%	\$	37,596,021	
Microempresa	\$	114,331,670	6%	\$	120,840,741	18%	\$	142,039,024	
Total	\$	286,506,729	0%	\$	285,918,529	16%	\$	332,671,829	

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 34Colocaciones comerciales para cooperativas de Quito

	2008			2009			2010		
23 de Julio	\$	1,177,760	-23%	\$	902,002	11%	\$	998,848	
29 de Octubre	\$	88,990	10%	\$	97,477	140%	\$	233,674	
Alianza del Valle	\$	128,220	-23%	\$	98,910	-27%	\$	71,710	
Atuntaqui	\$	16,540	-85%	\$	2,553	-100%	\$	-	
Cámara de Comercio	\$	256,790	100%	\$	512,995	-100%	\$	-	
Codesarrollo	\$	318,910	38%	\$	438,813	-12%	\$	385,837	
Cotacollao	\$	250,150	-27%	\$	182,703	-25%	\$	137,474	
El Sagrario	\$	6,100	-60%	\$	2,457	6074%	\$	151,687	
Progreso	\$	138,000	-11%	\$	123,012	-37%	\$	77,190	
Riobamba	\$	42,260	121%	\$	93,440	-15%	\$	79,580	
San Francisco de Asis	\$	1,180	4313%	\$	52,071	-46%	\$	28,171	
Tulcan	\$	122,660	-53%	\$	57,233	-72%	\$	16,286	
Total	\$	2,547,560	1%	\$	2,563,666	-15%	\$	2,180,457	

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 35**Colocaciones de consumo para cooperativas de Quito**

	2008			2009			2010		
23 de Julio	\$	11,132,450	8%	\$	11,970,190	7%	\$	12,797,347	
29 de Octubre	\$	8,745,670	18%	\$	10,284,356	36%	\$	14,030,661	
Alianza del Valle	\$	13,571,950	19%	\$	16,148,960	12%	\$	18,100,892	
Andalucía	\$	26,199,180	5%	\$	27,624,873	35%	\$	37,334,105	
Atuntaqui	\$	1,042,910	28%	\$	1,332,349	23%	\$	1,635,569	
Cacpeco	\$	826,120	-29%	\$	586,795	100%	\$	-	
Cámara de Comercio	\$	9,829,930	25%	\$	12,288,469	11%	\$	13,692,378	
Codesarrollo	\$	3,076,290	0%	\$	3,082,372	0%	\$	3,072,462	
Coopad	\$	2,485,880	-7%	\$	2,300,458	-25%	\$	1,726,101	
Coprogreso	\$	21,675,229	-	\$	-	-	\$	30,583,381	
Cotocollao	\$	4,507,850	25%	\$	5,616,169	8%	\$	6,073,041	
Cotopaxi	\$	4,507,850	-	\$	-	-	\$	829,100	
El Sagrario	\$	1,106,900	-20%	\$	888,410	59%	\$	1,415,957	
Progreso	\$	17,514,780	24%	\$	21,675,229	100%	\$	-	
Riobamba	\$	1,370,440	117%	\$	2,970,169	-43%	\$	1,684,710	
San Francisco de Asis	\$	2,044,340	45%	\$	2,956,528	32%	\$	3,907,002	
Tulcan	\$	2,104,180	36%	\$	2,854,934	39%	\$	3,973,621	
Total	\$	131,741,949	-7%	\$	122,580,261	23%	\$	150,856,327	

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 36Colocaciones de vivienda para cooperativas de Quito

	2008			2009			2010		
23 de Julio	\$	3,863,390	-20%	\$	3,096,491	-4%	\$	2,968,482	
29 de Octubre	\$	2,878,020	36%	\$	3,921,874	26%	\$	4,937,334	
Alianza del Valle	\$	1,493,470	-4%	\$	1,438,216	196%	\$	4,253,502	
Andalucía	\$	2,634,550	29%	\$	3,399,143	25%	\$	4,253,502	
Atuntaqui	\$	411,920	33%	\$	547,514	-1%	\$	542,455	
Cacpeco	\$	500,800	-21%	\$	395,027	-100%	\$	-	
Cámara de Comercio	\$	6,665,100	14%	\$	7,609,362	-100%	\$	282	
Codesarrollo	\$	1,333,360	4%	\$	1,381,191	13%	\$	1,564,981	
Coopad	\$	125,490	48%	\$	185,349	63%	\$	302,355	
Cotocollao	\$	2,090,990	0%	\$	2,099,506	-24%	\$	1,603,056	
Cotopaxi	\$	-		\$	-		\$	349,644	
El Sagrario	\$	310,060	145%	\$	760,624	16%	\$	885,677	
Progreso	\$	13,236,330	1%	\$	13,340,051	10%	\$	14,648,282	
Riobamba	\$	143,750	-14%	\$	123,508	5%	\$	130,208	
San Francisco de Asis	\$	1,311,090	-32%	\$	892,259	-42%	\$	518,056	
Tulcan	\$	887,230	-16%	\$	743,746	-14%	\$	638,205	
Total	\$	37,885,550	5%	\$	39,933,861	-6%	\$	37,596,021	

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 37**Colocaciones de microcrédito para cooperativas de Quito**

	2008			2009			2010
23 de Julio	\$	10,908,890	9%	\$	11,923,145	34%	\$ 15,924,183
29 de Octubre	\$	4,824,120	-7%	\$	4,502,394	-6%	\$ 4,221,373
Alianza del Valle	\$	11,275,040	11%	\$	12,562,995	25%	\$ 15,747,876
Andalucía	\$	17,311,450	-9%	\$	15,761,922	23%	\$ 19,371,419
Atuntaqui	\$	619,510	40%	\$	869,940	-2%	\$ 850,034
Cacpeco	\$	1,468,610	10%	\$	1,615,709	100%	\$ -
Cámara de Comercio	\$	7,349,920	0%	\$	7,344,917	-93%	\$ 502,021
Codesarrollo	\$	4,439,900	16%	\$	5,144,141	48%	\$ 7,615,197
Coopad	\$	557,370	18%	\$	657,317	197%	\$ 1,954,643
Cotocollao	\$	4,874,740	5%	\$	5,129,493	-2%	\$ 5,004,341
Cotopaxi	\$	-		\$	-		\$ 2,664,280
El Sagrario	\$	1,558,330	-20%	\$	1,252,166	7%	\$ 1,340,318
Progreso	\$	39,170,720	10%	\$	43,224,761	4%	\$ 44,948,541
Riobamba	\$	3,338,120	-15%	\$	2,842,826	7%	\$ 3,047,318
San Francisco de Asis	\$	4,901,740	26%	\$	6,171,795	15%	\$ 7,115,630
Tulcan	\$	1,733,210	6%	\$	1,837,220	44%	\$ 2,644,323
Ahorro							
Construcción							
Comercio y Prod.	\$	-		\$	-		\$ 9,087,527
Total	\$	114,331,670	6%	\$	120,840,741	18%	\$ 142,039,024

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 38

Total de colocaciones de la banca privada en Quito

	2008		2009		2010
Comercial	\$ 2,108,722,608	-6%	\$ 1,975,128,947	7%	\$ 2,111,366,076
Consumo	\$ 1,204,525,930	-5%	\$ 1,147,612,850	25%	\$ 1,428,868,322
Vivienda	\$ 729,293,766	-20%	\$ 582,661,251	11%	\$ 647,465,650
Microempresa	\$ 249,549,330	-19%	\$ 201,183,385	18%	\$ 236,842,537
Total	\$ 4,292,091,634	-9%	\$ 3,906,586,433	13%	\$ 4,424,542,585

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 39Evolución del crédito comercial de la banca privada en Quito

	2008		2009		2010			
Pichincha (+ Lloyds)	\$	940,446,290	-24%	\$	718,401,850	-4%	\$	691,516,874
Produbanco	\$	321,557,000	25%	\$	401,800,527	-4%	\$	384,323,335
Internacional	\$	187,964,840	6%	\$	198,703,772	2%	\$	202,529,995
CitiBank	\$	110,321,750	-3%	\$	107,359,696	48%	\$	159,368,980
Bolivariano	\$	104,365,320	20%	\$	125,300,503	24%	\$	154,917,298
Pacifico	\$	109,171,280	-8%	\$	100,463,133	43%	\$	144,094,321
Guayaquil	\$	58,689,120	65%	\$	96,787,768	48%	\$	143,470,368
Proamerica	\$	98,362,940	-3%	\$	94,988,054	19%	\$	113,364,665
General Rumiñahui	\$	49,833,860	-29%	\$	35,511,980	17%	\$	29,337,439
Procredit	\$	20,537,850	-5%	\$	19,441,015	17%	\$	22,776,710
Austro	\$	41,288,910	-38%	\$	25,416,037	34%	\$	16,744,004
COFIEC	\$	8,779,290	-7%	\$	8,146,320	47%	\$	11,956,266
Solidario	\$	21,667,980	-6%	\$	20,321,312	56%	\$	8,987,767
Machala	\$	6,662,710	-16%	\$	5,591,147	41%	\$	7,891,041
Loja	\$	12,457,090	-32%	\$	8,514,883	-7%	\$	7,878,173
Amazonas	\$	9,862,510	-44%	\$	5,567,329	41%	\$	7,873,940
Capital	\$	6,167,510	-62%	\$	2,319,897	63%	\$	3,785,891
DelBank	\$	584,350	-16%	\$	491,715	11%	\$	546,999
Total	\$	2,108,722,608	-6%	\$	1,975,128,947	7%	\$	2,111,366,076

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web – 2011

Tabla 40Evolución del crédito de consumo de la banca privada en Quito

	2008		2009		2010			
Pichincha (+ Lloyds)	\$	511,909,070	-19%	\$	413,709,005	14%	\$	471,704,940
Pacifico	\$	157,984,650	9%	\$	172,332,891	28%	\$	220,816,261
Guayaquil	\$	167,548,400	9%	\$	183,177,435	12%	\$	204,474,261
Austro	\$	60,176,900	4%	\$	62,798,633	92%	\$	120,377,329
Unibanco	\$	64,318,770	0%	\$	64,052,125	63%	\$	104,284,974
Produbanco	\$	65,687,120	-6%	\$	61,429,898	32%	\$	81,083,998
Internacional	\$	31,173,070	37%	\$	42,675,100	67%	\$	71,431,285
General Rumiñahui	\$	38,620,360	9%	\$	42,025,739	18%	\$	49,765,559
Bolivariano	\$	22,273,660	19%	\$	26,456,246	18%	\$	31,189,824
Proamerica	\$	34,845,460	-24%	\$	26,418,749	-10%	\$	23,700,068
Amazonas	\$	22,085,920	-12%	\$	19,363,083	-25%	\$	14,430,474
Capital	\$	13,966,490	-28%	\$	9,989,708	36%	\$	13,614,447
Territorial	\$	7,494,730	120%	\$	16,524,234	-19%	\$	13,308,332
Loja	\$	1,669,320	1%	\$	1,685,601	118%	\$	3,680,414
Machala	\$	2,284,520	13%	\$	2,575,895	8%	\$	2,780,202
DelBank	\$	916,660	34%	\$	1,229,329	-33%	\$	826,495
Solidario	\$	853,990	-43%	\$	489,048	21%	\$	590,784
Procredit	\$	382,390	-1%	\$	377,303	18%	\$	444,296
Litoral	\$	208,110	-9%	\$	189,991	58%	\$	300,695
Finca	\$	87,220	13%	\$	98,463	-42%	\$	56,778
COFIEC	\$	39,120	-63%	\$	14,374	-52%	\$	6,906
Total	\$	1,204,525,930	-5%	\$	1,147,612,850	25%	\$	1,428,868,322

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 41Evolución del crédito de vivienda de la banca privada en Quito

	2008			2009			2010		
Pichincha (+ Lloyds)	\$	449,299,076	-22%	\$	348,568,237	17%	\$	408,877,886	
Pacifico	\$	53,940,750	-17%	\$	44,658,604	49%	\$	66,472,701	
Internacional	\$	68,465,300	-5%	\$	65,041,616	-29%	\$	46,100,538	
General Rumiñahui	\$	60,621,600	-31%	\$	42,128,134	-6%	\$	39,727,850	
Proamerica	\$	36,552,900	-34%	\$	24,256,507	17%	\$	28,310,351	
Produbanco	\$	12,000,820	58%	\$	19,012,350	16%	\$	22,147,145	
Guayaquil	\$	17,004,000	4%	\$	17,649,030	-5%	\$	16,751,364	
Bolivariano	\$	13,348,990	-51%	\$	6,518,986	23%	\$	8,004,668	
Unibanco	\$	6,099,980	-27%	\$	4,435,403	-20%	\$	3,539,084	
Solidario	\$	4,613,230	8%	\$	4,979,733	-40%	\$	2,988,574	
DelBank	\$	1,196,650	20%	\$	1,430,584	-2%	\$	1,408,594	
Austro	\$	2,433,840	-35%	\$	1,576,402	-40%	\$	946,012	
Loja	\$	920,660	-7%	\$	854,442	-8%	\$	788,496	
Procredit	\$	1,329,390	-27%	\$	969,039	-38%	\$	596,036	
CITI	\$	528,860	-31%	\$	363,378	-19%	\$	294,567	
COFIEC	\$	528,860	-97%	\$	16,844	1019%	\$	188,451	
Capital	\$	86,350	-22%	\$	67,656	168%	\$	181,261	
Litoral	\$	30,330	-24%	\$	23,020	276%	\$	86,579	
Amazonas	\$	199,460	-45%	\$	110,089	-51%	\$	54,296	
Machala	\$	92,720	-99%	\$	1,197	0%	\$	1,197	
Total	\$	729,293,766	-20%	\$	582,661,251	11%	\$	647,465,650	

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 42Evolución del microcrédito de la banca privada en Quito

	2008		2009		2010
Pichincha (+ Lloyds)	\$ 116,413,330	-27%	\$ 84,920,759	36%	\$ 115,788,331
Solidario	\$ 54,504,270	-23%	\$ 41,704,028	-3%	\$ 40,399,992
Unibanco	\$ 29,330,650	-2%	\$ 28,797,355	17%	\$ 33,732,168
Procredit	\$ 31,918,230	-7%	\$ 29,796,238	-6%	\$ 27,946,578
Finca	\$ 5,358,860	-15%	\$ 4,533,250	15%	\$ 5,193,020
Austro	\$ 1,260,000	16%	\$ 1,459,003	139%	\$ 3,492,360
Capital	\$ 2,108,340	-11%	\$ 1,878,070	38%	\$ 2,583,876
Internacional	\$ 519,380	118%	\$ 1,133,332	94%	\$ 2,197,858
General Rumiñahui	\$ 5,233,960	-25%	\$ 3,940,141	-55%	\$ 1,790,908
Proamerica	\$ 223,850	314%	\$ 925,742	71%	\$ 1,586,437
Produbanco	\$ 803,200	-1%	\$ 794,197	14%	\$ 906,231
Loja	\$ 932,470	12%	\$ 1,048,138	-18%	\$ 863,880
Amazonas	\$ 757,930	-81%	\$ 142,758	69%	\$ 240,930
DelBank	\$ 70,220	-27%	\$ 51,215	87%	\$ 95,672
Pacifico	\$ 114,640	-48%	\$ 59,159	-59%	\$ 24,296
Total	\$ 249,549,330	-19%	\$ 201,183,385	18%	\$ 236,842,537

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador – Página web - 2011

Tabla 43

Productos y servicios financieros ofrecidos por cooperativas en Quito

Servicio	Costo Promedio
Cuenta Ahorros	\$0
Estados de cuenta o libretas	\$0
Mantenimiento de cuentas	\$0
Tarjetas de debito – emisión	\$5.00
Transferencias recibidas	\$0.30
Transferencias nacionales	\$2.00
Certificaciones	\$1.50
Cajeros automáticos – retiros propios	\$0.00
Cajeros automáticos – retiros otros	\$0.50
Pago de servicios (agua, luz, teléfono)	\$0.40
Anticipo Sueldo	\$5.00
Recaudación de impuestos	\$0.60
Créditos de consumo	16%
Microcrédito	26%
Crédito vivienda	11%
Seguro desgravamen	0.04%
Avalúos	\$38

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Cooperativa “San Francisco” 2011 y “23 de Julio” 2011; Pagina web; 2011

Tabla 44

Productos y servicios financieros ofrecidos por bancos privados en Quito

Servicio	Costo Promedio
Cuenta Ahorros y Corriente	\$0
Estados de cuenta o libretas	\$2.00
Mantenimiento de cuentas	\$0
Tarjetas de debito – emisión	\$5.25
Transferencias recibidas	\$10.00
Transferencias nacionales	\$4.00
Transferencia internacional - envío	\$55
Certificaciones	\$2.00
Cajeros automáticos – retiros propios	\$0.50
Cajeros automáticos – retiros otros	\$0.50
Pago de servicios (agua, luz, teléfono)	\$0.50
Referencias bancarias	\$2.60
Recaudación de impuestos	\$0.50
Créditos de consumo	16%
Microcrédito	28%
Crédito vivienda	10.5%
Avalúos inmuebles	\$25 - \$400
Tarjeta de crédito – emisión y renovación	\$15 - \$150
Seguro desgravamen	0.04%

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Banco de Guayaquil, Produbanco, Banco del Pacífico; Página web; Tarifas para 2011

Tabla 45

Productos y servicios financieros ofrecidos por mutualistas en Quito – Tarifas promedio

Servicios y Productos para Mutualistas	Costo Promedio
Cuenta Ahorros y Corriente	\$0
Estados de cuenta o libretas	\$1.00
Mantenimiento de cuentas	\$0
Tarjetas de debito – emisión	\$5.25
Transferencias recibidas	\$2.00
Transferencias nacionales	\$2.00
Transferencia internacional - envío	\$40
Certificaciones	\$2.60
Cajeros automáticos – retiros propios	\$0.50
Cajeros automáticos – retiros otros	\$0.50
Pago de servicios (agua, luz, teléfono)	\$0.55
Referencias bancarias	\$2.60
Recaudación de impuestos	\$0.55
Créditos de consumo	16%
Microcrédito	28%
Crédito vivienda	10.5%
Avalúos inmuebles	\$25 - \$400
Tarjeta de crédito – emisión y renovación	\$20
Seguro desgravamen	0.04%

Elaboración: Lucía Vintimilla y Mónica Tamayo

Fuente: Mutualista Pichincha y Mutualista Imbabura – Tarifas 2011; pagina web; 2011