



**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:**

**Miriams de las Mercedes Montoya Jauregui**  
**Danny Javier Moreno Rivera**

**Director:**

**Ing. Salazar Romero Ángela**

**QUITO-ECUADOR**

**2012**

Ing. Ángela Salazar Romero

**DOCENTE DE LA ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS**

C E R T I F I C A:

Que el presente trabajo realizado por los estudiantes Miriams de las Mercedes Montoya Jauregui y Danny Javier Moreno Rivera, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

Quito, Febrero de 2012

f).....

“Yo, Miriams de las Mercedes Montoya Jauregui y Danny Javier Moreno Rivera declaramos ser autores 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”.

.....  
Miriams de las Mercedes Montoya Jauregui

.....  
Danny Javier Moreno Rivera

## **AUTORIA**

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

.....  
Miriams de las Mercedes Montoya Jauregui

.....  
Danny Javier Moreno Rivera

## DEDICATORIA

A mi novia Rocio quien con su paciencia y amor ha sabido apoyarme en este ciclo de aprendizaje, y a toda mi familia que han sabido valorar el esfuerzo y dedicación en mi carrera de estudio

***Danny Javier Moreno Rivera***

Quiero dedicar mi tesis a mi madre (+), quien siempre me motivó a seguir adelante y a quien ofrecí que terminaría mis estudios. Promesa cumplida mamita. A mi hijo Junior por ser el motivo y el motor que me inspira a seguir.

***Miriams Montoya Jáuregui***

## AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a mi madre (+) por ayudarme y motivarme desde el inicio para el logro y la culminación de mi carrera, sin su ayuda no hubiera sido posible, gracias por esos días y noches que me ayudó con mi hijo para cumplir con mis deberes e investigaciones.

A mi hijo junior por los días y fines de semana que me ausenté y noches que me desvelé para asistir a las tutorías y realizar los trabajos de investigación.

A la Universidad Técnica Particular de Loja por la idea del Proyecto grupal para que termináramos de realizar la tesis y la carrera.

A mis familiares y amigos que de una u otra forma estuvieron allí en momentos que hizo falta, y a Jimmy G. por su apoyo y compañía en la etapa final de mi carrera.

***Miriams Montoya Jáuregui.***

A nuestras familias, amigos y seres queridos por habernos apoyado con su paciencia, y amor incondicional en este ciclo de aprendizaje.

Un agradecimiento especial a la Ing. Angelita Salazar y al Ing. Miguel Angel Penaherreta que nos han orientado y con sus conocimientos en la culminación de nuestra tesis.

***Danny Javier Moreno Rivera***

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>XIII</b>
--------------------------------	-------------

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>XIV</b>
---------------------------	------------

### CAPÍTULO I

<b>1 EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO .....</b>	<b>1</b>
1.1 Ley general de Instituciones financiera.....	1
1.1.1 Definición.....	1
1.1.2 Órganos rectores del sistema financiero .....	1
1.1.3 Alcance y regulaciones.....	2
1.2 Estructura del sistema financiero ecuatoriano .....	3
1.2.1 Banca privada.....	3
1.2.1.1 Definiciones básicas.....	3
1.2.1.2 Caracterización de la Banca Ecuatoriana.....	3
1.2.1.3 Productos y servicios financieros .....	4
1.2.2 Cooperativismo.....	4
1.2.2.1 Definiciones básicas.....	4
1.2.2.2 Cooperativismo en el Ecuador.....	5
1.2.2.3 Productos y servicios.....	5
1.2.3 El Mutualismo .....	6
1.2.3.1 Definiciones .....	6
1.2.3.2 El mutualismo en el Ecuador .....	6
1.2.3.3 Productos y servicios.....	7
1.2.4 La banca pública.....	7
1.2.4.1 Definiciones básicas.....	7
1.2.4.2 La banca pública en el Ecuador .....	8
1.3 Tendencias actuales de productos y servicios financieros .....	10
1.3.1 La importancia de la web 2.0 y la tecnología en los productos y servicios financieros .....	11
1.3.2 Canales de provisión de servicios financieros.....	12
1.3.3 Los retos futuros de los productos y servicios financieros en el Ecuador....	12

## CAPÍTULO II

<b>2</b>	<b>ANÁLISIS SITUACIONAL DEL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO. UNA PERSPECTIVA DESDE LA OFERTA POR PLAZA.....</b>	<b>14</b>
2.1	El sistema financiero local .....	14
2.2	Evolutivo de captaciones .....	15
2.2.1	Por tipo de depósito.....	16
2.2.2	Por Subsistema .....	20
2.3	Evolutivo de colocaciones .....	21
2.3.1	Por tipo de cartera .....	21
2.3.2	Por Subsistema .....	25
2.4	Productos y servicios financieros. Tipos y Costos.....	30
2.4.1	Por institucion financiera.....	30
2.4.2	Por Subsistema .....	40

## CAPÍTULO III

<b>3</b>	<b>ACCESO Y PREFERENCIA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS. UNA PERSPECTIVA DESDE LA DEMANDA.....</b>	<b>42</b>
3.1	Factores que influyen en la preferencia de productos y servicios financieros .....	43
3.2	Estudio comparativo entre tipos de Subsistemas (IFIS) .....	49
3.2.1	Estudio comparativo entre productos y servicios.....	59
3.3	Comunicación con el cliente y servicio al cliente .....	72
3.3.1	Comunicación con el cliente .....	74
3.3.2	Servicio al cliente.....	85

## CAPÍTULO IV

<b>4</b>	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>99</b>
4.1	Conclusiones .....	99
4.2	Recomendaciones .....	100
	<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>103</b>



## INDICE TABLAS

Tabla N°1: La banca pública en el Ecuador .....	8
Tabla N°2: Evolutivo de captaciones.....	16
Tabla N°3: Evolutivo captaciones / Tipo de deposito .....	17
Tabla N°4: Depósitos a plazo.....	17
Tabla N°5: Cuentas corrientes .....	18
Tabla N°6: Cuentas de ahorro.....	19
Tabla N°7: Otros .....	19
Tabla N°8: Por Subsistema.....	20
Tabla N°9: Evolutivo de colocaciones por tipo de cartera .....	22
Tabla N°10: Cartera de consumo.....	22
Tabla N°11: Cartera de vivienda .....	23
Tabla N°12: Cartera de Microempresa.....	24
Tabla N°13: Cartera de Microempresa.....	29
Tabla N°14: Productos que brindan las instituciones financieras y sus costos .....	30
Tabla N°15: Servicios que brinda las instituciones financieras y su costo .....	30
Tabla N°16: Servicios y costos que entregan por su sistema .....	40
Tabla N°17: Rango Edades .....	44
Tabla N°18: Tabla por sexo .....	45
Tabla N°19: Tabla nivel instrucción.....	46
Tabla N°20: Cuenta de Preferencia 1 Banco .....	51
Tabla N°21: Cooperativas de mayor preferencia .....	53
Tabla N°22: Razones del cliente - cooperativa .....	53
Tabla N°23: Mutualista de mayor preferencia .....	54
Tabla N°24: Primera razón para ser cliente de una mutualista .....	54
Tabla N°25: Cuenta de Indique el nombre de la sociedad financiera.....	55
Tabla N°26: Razón del cliente – sociedad financiera .....	55
Tabla N°27: Productos financiera.....	55
Tabla N°28: Cuenta de Indique el nombre del banco público en donde es cliente.....	56
Tabla N°29: Servicios financiera – banca pública ..	57
Tabla N°30: Razón cliente - banco.....	58
Tabla N°31: Cuenta de Prioridad producto financiero banco 1 .....	59
Tabla N°32: Cuenta de Prioridad producto financiero banco 2 .....	61

Tabla N°33: Cuenta de Prioridad servicio financier o banco 1 .....	62
Tabla N°34: Cuenta de Prioridad servicio financier o banco 2 .....	64
Tabla N°35: Cuenta de Producto de mayor preferenci a cooperativa uno .....	65
Tabla N°36: Cuenta de Servicio de mayor preferenci a cooperativa uno .....	66
Tabla N°37: Cuenta de Producto financiero de mayor preferencia mutualista.....	67
Tabla N°38: Cuenta de Servicio financiero de mayor preferencia mutualista .....	67
Tabla N°39: Cuenta de Producto financiero en socie dad.....	68
Tabla N°40: Cuenta de Servicio financiero en socie dad .....	69
Tabla N°41: Cuenta de Primera razon para ser clien te sociedad .....	69
Tabla N°42: Cuenta de Segunda razon para ser clien te sociedad.....	69
Tabla N°43: Cuenta de Tiempo de cliente en socieda d .....	70
Tabla N°44: Cuenta de Producto financiero en banca pública.....	70
Tabla N°45: Cuenta de Servicio financiero en banca pública .....	71
Tabla N°46: Cuenta de Primera mejora banco público .....	72
Tabla N°47: Cuenta de Primer canal con banco uno .. ..	74
Tabla N°48: Cuenta de Segundo canal con banco uno . .....	75
Tabla N°49: Cuenta de Tercer canal con banco uno .. ..	75
Tabla N°50: Cuenta de Primer canal comunicación clien te coop. Uno .....	77
Tabla N°51: Cuenta de Segundo canal comunicación c liente coop. Uno .....	77
Tabla N°52: Cuenta de Primer canal de comunicación con banco público.....	79
Tabla N°53: Cuenta de Segundo canal de comunicació n con banco público .....	79
Tabla N°54: Cuenta de Tercer canal de comunicación con banco público .....	80
Tabla N°55: Cuenta de Primer canal de comunicación con mutualista.....	82
Tabla N°56: Cuenta de Primer canal de comunicación con sociedad.....	83
Tabla N°57: Cuenta de Segundo canal de comunicació n con sociedad .....	83
Tabla N°58: Cuenta de Tercer canal de comunicación con sociedad.....	84
Tabla N°59: Cuenta de ¿Cómo valora servicio clien te banco uno? .....	86
Tabla N°60: Cuenta de Primera mejora banco uno.... ..	88
Tabla N°61: Cuenta de Cómo califica servicio clien te cooperativa uno .....	91
Tabla N°62: Cuenta de Primera mejora coop. Uno... ..	92
Tabla N°63: Cuenta de ¿Cómo califica servicio clie nte en mutualista? .....	93
Tabla N°64: Cuenta de Primera mejora en mutualista .....	93
Tabla N°65: Cuenta de Cómo califica servicio clien te en sociedad?.....	94
Tabla N°66: Cuenta de Primera mejora en sociedad f inanciera .....	94
Tabla N°67: Cuenta de Primer canal de comunicación con sociedad.....	95

Tabla N°68: Servicio banco público .....	96
Tabla N°69: Cuenta de Primera mejora banco público .....	97

## INDICE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Evolutivo de captaciones .....	16
Gráfico N° 2: Depósitos a plazo .....	17
Gráfico N° 3: Cuentas corrientes.....	18
Gráfico N° 4: Cuentas de ahorro .....	19
Gráfico N° 5: Otros.....	20
Gráfico N° 6: Evolutivo de colocaciones por tipo de cartera .....	22
Gráfico N° 7: Cartera de consumo .....	23
Gráfico N° 8: Cartera de Vivienda .....	24
Gráfico N° 9: Cartera de Microempresa .....	25
Gráfico N° 10: Banca privada.....	26
Gráfico N° 11: Instituciones públicas.....	26
Gráfico N° 12: Cooperativas.....	27
Gráfico N° 13: Mutualistas .....	28
Gráfico N° 14: Sociedades financieras.....	28
Gráfico N° 15: Comparativo de colocaciones.....	29
Gráfico N° 16: Situación laboral .....	47
Gráfico N° 17: Usuarios con cuentas de internet ....	48
Gráfico N° 18: Motivos de utilizar una cuenta electrónica .....	49
Gráfico N° 19: Bancos de mayor preferencia .....	52

## RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente estudio de tipo descriptivo busca contribuir con información de las preferencias de los usuarios de las Instituciones financieras privadas y públicas reguladas en el sistema financiero ecuatoriano en la plaza de la provincia de Pichincha, Cantón Quito, refiriéndose al uso de servicios y productos financieros.

Los accesos a los servicios y productos financieros en el país han retomado importancia en los últimos tiempos, de tal forma que han tenido una demanda creciente lo que hace que los gobiernos, bancos, instituciones financieras privadas se planteen iniciativas de innovación para buscar profundizar en mejorar los accesos de la población a todos los servicios financieros que brindan.

De tal forma no existe un análisis donde evaluemos la preferencia y la calidad de los actuales servicios y productos financieros por ese motivo hemos investigado mediante una encuesta realizada a los clientes de las Instituciones financieras reguladas del país con el objeto de conocer respuestas a las inquietudes anteriormente mencionadas.

Las principales conclusiones y recomendaciones a presentarse en el estudio, puedan ayudar a los directivos de las IFIs a mejorar e innovar sus servicios y productos financieros.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación a desarrollado un estudio de la población en la Provincia de Pichincha, cantón Quito que tienen acceso a los productos y servicios financieros y también de aquellos que no han utilizado.

En el Capítulo I, hemos realizado mediante el método de estudio científico con textos y la ayuda del internet una recopilación documental del sistema financiero ecuatoriano como el factor más importante dentro de la economía, refiriéndonos a los alcances y regulaciones de los órganos rectores del sistema financiero; asimismo hemos realizado un análisis de la estructura financiera ecuatoriana compuesta por la banca privada, Cooperativismo, el mutualismo y la banca pública; para culminar el análisis del capítulo I con las tendencias actuales dentro del ámbito de la tecnología e importancia que tienen éstos en las páginas web, además de los canales de provisión y los retos futuros que van a tener los productos y servicios financieros.

Siguiendo con el avance del trabajo de investigación en el capítulo II se ha realizado el análisis situacional del sistema financiero ecuatoriano enfocado desde la perspectiva de la oferta, enfocándonos en investigar la evolución de las captaciones por tipos de depósito y por subsistemas, la evolución de las colocaciones por tipo de cartera y por subsistemas y finalmente culminar en el capítulo II con la investigación de los tipos y costos por institución financiera y subsistemas de los productos y servicios financieros que brindan.

Para culminar con la Investigación del proyecto preferencias en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones del sistema financiero regulado ecuatoriano, año 2011, plaza Quito, en el capítulo III nos hemos enfocado en el acceso y preferencias de productos y servicios financieros enfocados desde la perspectiva de la demanda introduciendo los factores que influyen al realizar el estudio comparativo entre los tipos de subsistemas, los productos y los servicios. Termina este capítulo con el análisis de la comunicación y servicio con el cliente.

Para el Capítulo III hemos realizado mediante una investigación de campo un trabajo preliminar exploratorio para luego realizar la recolección de datos mediante una encuesta seleccionando una muestra de 179 encuestados distribuidos en 113

encuestas a clientes de la Cooperativa Alianza del valle, 40 encuestas a clientes del Banco Ecuatoriano de la vivienda, 10 encuestas a clientes del Banco nacional de Fomento, 9 encuestas a clientes de la Mutualista Imbabura, 7 encuestas a clientes que utilizan los servicios financieros de Diners Club del Ecuador.

La importancia de este trabajo investigativo para los subsistemas financieros es la de proponer mejoras en la brecha que existe entre la población que tiene acceso a los productos y servicios financieros y a quienes aun no los tienen como un instrumento de desarrollo económico y social.

En el presente trabajo investigativo logramos conocer el grado de preferencia en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las entidades financieras reguladas, al igual que hemos identificado la composición financiera del sistema financiero ecuatoriano, determinando los factores que influyen en el cliente el uso de los mismos y evaluándola calidad que entragan estos productos y servicios financieros a sus clientes.

## **CAPÍTULO I**

### **1 EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO**

#### **Breve descripción y caracterización**

El sistema financiero es considerado como uno de los factores más importantes dentro de la economía, este permite canalizar el ahorro hacia la inversión, por esto juega un papel trascendental en la vida económica y productiva de un país, ya que es pilar fundamental para la generación de riqueza. Por esta razón los entes económicos se han apoyado en las diversas instituciones financieras para la obtención de capital de trabajo, expansión productiva e infraestructura.

#### **1.1 Ley general de Instituciones financiera**

##### **1.1.1 Definición**

Podemos definir al sistema financiero nacional como el conjunto de instituciones financieras: bancos, asociaciones, sociedades financieras, mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda y las cooperativas de ahorro y crédito; que realizan intermediación financiera con el público. El sistema financiero está regulado por la constitución política del Estado, por la ley de reordenamiento de las finanzas públicas que crea la agencia de Garantías de Depósitos. El sistema financiero posibilita la vinculación de los procesos de ahorro-inversión nacional y forma parte fundamental de la política económica.

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

El Ministerio de finanzas como responsable de la función financiera del gobierno, es el órgano central rector de los sistemas de presupuesto, de determinación y recaudación de recursos financieros, y de tesorería. La contraloría general es el órgano central rector de los sistemas de contabilidad y de control. La superintendencia de bancos es el órgano rector de las instituciones financieras bancarias y seguros.

Las políticas de los sistemas previstos en esta ley se coordinarán entre el Ministro de finanzas y el Contralor General o los delegados que ellos designen.



Los órganos rectores de cada uno de los sistemas componentes de esta ley establecerán unidades centrales de trabajo, encargadas de investigar, proyectar y preparar las normas secundarias de carácter general, que hayan de emitirse para el cumplimiento de las actividades que atañen a cada sistema.

Dichas unidades se enviarán recíprocamente en consulta, antes de su expedición, los proyectos de reglamentos, normas técnicas, manuales de procedimientos, instructivos y demás instrumentos dispositivos a fin de armonizarlos con la ley y de evitar duplicaciones e inconsistencias. Las observaciones y recomendaciones de que fueren objeto dichos proyectos, dentro de plazos razonablemente establecidos, servirán de orientación para la toma de decisiones.

Dentro de los órganos rectores del sistema financiero ecuatoriano se encuentran:

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

### **1.1.3 Alcance y regulaciones**

La ley general de instituciones del sistema financiero regula y tiene alcance como lo indica en los artículos 1 y 2 de la ley mencionada;

*Esta Ley regula la creación, organización, actividades, funcionamiento y extinción de las instituciones del sistema financiero privado, así como la organización y funciones de la Superintendencia de Bancos, entidad encargada de la supervisión y control del sistema financiero, en todo lo cual se tiene presente la protección de los intereses del público...*<sup>1</sup>

*Para los propósitos de esta Ley, son instituciones financieras privadas los bancos, las sociedades financieras o corporaciones de inversión y desarrollo, las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda. Los bancos y las sociedades financieras o corporaciones de inversión y desarrollo se caracterizan principalmente por ser intermediarios en el mercado financiero, en el cual actúan de manera habitual, captando recursos del público para obtener fondos a través de depósitos o cualquier otra forma de captación, con el objeto de utilizar los*

---

<sup>1</sup> ECUADOR. SUPERINTENDENCIA DE BANCOS. **Ley General de Instituciones del Sistema Financiero. Artículo 1.**

*recursos así obtenidos, total o parcialmente, en operaciones de crédito e inversión.*<sup>2</sup>

## **1.2 Estructura del sistema financiero ecuatoriano**

### **1.2.1 Banca privada**

#### **1.2.1.1 Definiciones básicas**

Este sector de actividad bancaria es el de más rápido crecimiento. Los términos banca personal y banca privada suelen aplicarse a la gama de servicios bancarios dirigidos a clientes individuales y que normalmente incluyen la asignación de un asesor, o gestor, especialmente dedicado al cliente. Este asesor establece el perfil de inversión de su cliente, y le plantea inversiones que encajen en el mismo, al tiempo que realiza un seguimiento continuo de la cartera.

El crecimiento de la población de individuos ricos (se estima que existen unos 6 millones de personas con un patrimonio financiero superior a un millón de dólares en el mundo) ha propiciado el crecimiento de la banca privada, en muchos casos como filiales o divisiones de la banca comercial.

#### **1.2.1.2 Caracterización de la Banca Ecuatoriana**

El principal papel de un banco privado Ecuatoriano consiste en guardar fondos ajenos en forma de depósitos. En primer lugar, los depósitos pueden materializarse en las denominadas cuentas corrientes: el cliente cede al banco unas determinadas cantidades para que éste las guarde, pudiendo disponer de ellas en cualquier momento. Los depósitos y reintegros se realizan y quedan registrados a través de una cartilla de ahorro, que tiene carácter de documento financiero.

Los bancos, con estos fondos depositados, conceden préstamos y créditos a otros clientes, cobrando a cambio de estas operaciones otros tipos de interés. Estos préstamos pueden ser personales, hipotecarios o comerciales. La diferencia entre

---

<sup>2</sup> ECUADOR. SUPERINTENDENCIA DE BANCOS. *Ley General de Instituciones del Sistema Financiero. Artículo 2.*

los intereses cobrados y los intereses pagados constituye la principal fuente de ingresos de los bancos.

### 1.2.1.3 Productos y servicios financieros

Cada entidad bancaria ofrece diferentes tipos de productos financieros sin embargo es preciso señalar que dentro de los mismos existen características propias de concesión, toda vez que cada entidad tiene su propia particularidad respecto de estas operaciones. En general los siguientes son los productos y servicios que ofrecen la mayoría de bancos privados en el Ecuador:

- **Productos:** Cuentas de ahorro, cuentas corrientes, cuentas internacionales, pólizas de Inversión, préstamos, -tarjetas de Crédito, compra venta de divisas.
- **Servicios:** Realizar transacciones a través de la página web, banca telefónica - call center, Cajeros automáticos, -auto banco, transferencias,-cajas de Seguridad, -pagos de servicios públicos y privados, -entrega de estados de cuenta, -roles de pago. Etc.

## 1.2.2 Cooperativismo

### 1.2.2.1 Definiciones básicas

*El movimiento cooperativo, cooperativismo o movimiento de cooperativas es el movimiento social o doctrina que define la cooperación de sus integrantes en el rango económico y social como medio para lograr que los productores y consumidores, integrados en asociaciones voluntarias denominadas cooperativas, obtengan un beneficio mayor para la satisfacción de sus necesidades.<sup>3</sup>*

Estas entidades son de derecho privado, integradas por personas naturales y jurídicas, que tienen por objeto planificar y realizar actividades de beneficio social y colectivo para sus asociados, a través de una empresa manejada en común.

---

<sup>3</sup> ASATA, Guías del trabajo Asociado, Sociedades Cooperativas.

### 1.2.2.2 Cooperativismo en el Ecuador

*En los orígenes y consolidación del movimiento cooperativo ecuatoriano se pueden distinguir por lo menos tres etapas fundamentales: a) la primera se inicia aproximadamente en la última década del siglo XIX, cuando se crean especialmente en Quito y Guayaquil- una serie de organizaciones artesanales y de ayuda mutua; b) la segunda empieza a partir de 1937, año en el cual se dicta la primera Ley de Cooperativas con el propósito de dar mayor alcance organizativo a los movimientos campesinos, modernizando su estructura productiva y administrativa, mediante la utilización del modelo cooperativista; c) la tercera etapa comienza a mediados de los años sesenta con la expedición de la Ley de Reforma Agraria (en 1964) y de la nueva Ley de Cooperativas (en 1966), aún vigente (Da Ros, 1985: 13).<sup>4</sup>*

Luego de la severa crisis económica de las décadas de los ochenta y noventa, el sistema financiero ecuatoriano experimentó cambios en la legislación determinados por las entidades de control que conforman el gobierno. Durante el período que se menciona, el Ecuador sufrió grave crisis en su economía, provocada por la deuda externa, la volatilidad del precio internacional del barril de petróleo, las guerras con el Perú, la crisis financiera internacional y los desastres climáticos y naturales como el fenómeno de el niño, los terremotos y la mancha blanca. La crisis financiera que se desarrolló en el país tuvo como efectos la fijación de altas tasas de interés, problemas de solvencia en el sistema bancario y la pérdida de confianza en el sucre, desencadenando en la quiebra de algunos bancos privados de lo cual en el año 2007 la Comisión Investigadora de la crisis económica financiera estimó que la pérdida fue de 8.072 millones de dólares, lo cual provocó la desconfianza del público para realizar depósitos en esas instituciones, no así en las cooperativas de ahorro y crédito que tuvieron un significativo crecimiento a través de la captación de dinero y de la búsqueda de financiamiento de las actividades productivas de los ecuatorianos de menores ingresos, que no tenían acceso al crédito de la banca formal.

### 1.2.2.3 Productos y servicios

Entre los productos y servicios que ofrece las cooperativas y que se encuentran respaldadas por el Artículo 49 en el decreto No. 194 reglamento que rige la

---

<sup>4</sup> DA ROS, GIUSEPPINA. *El cooperativismo en el Ecuador: antecedentes históricos, situación actual y perspectiva.*

constitución, organización, funcionamiento y liquidación de las cooperativas de ahorro y crédito, podemos indicar los siguientes:

- **Productos:** cuentas de ahorros, créditos de consumo, créditos de vivienda, microcréditos, créditos comerciales,
- **Servicios:** seguros de vida y de salud personales, servicios de tarjetas de crédito, servicios de tarjetas de débito; pagos institucionales, servicio de pagos con el estado Ejemplo: fondos de reserva, bono solidario, pago de agua, luz, teléfono; Servicios Institucionales por Ejemplo: compra de tarjetas prepago para celulares, soat.

### **1.2.3 El Mutualismo**

#### **1.2.3.1 Definiciones**

El Mutualismo es una organización de personas al servicio de las personas. Los intereses de las mutualistas y de cada uno de los asociados representan una cosa indivisible este concilia la solución de los problemas sociales, como método resultante de la colaboración armoniosa de los seres humanos y desecha por antagónica toda actividad aislada e individualista de los hombre y mujeres. Es un sistema apropiado para el avance de los pueblos. Está representado por la voluntad de los individuos, por los principios y doctrinas que ellos sustentan y por las normas morales que practican. Nada más sencillo, ni más justo, que cada uno tenga conciencia de sus deberes para los demás, esto se practica en el mutualismo.

#### **1.2.3.2 El mutualismo en el Ecuador**

Constituye la asociación libre, sin fines de lucro, por personas inspiradas en la solidaridad, con el objeto de brindarse ayuda reciproca frente a riesgos eventuales o de concurrir a su bienestar material y espiritual mediante una contribución periódica.

Las mutualistas establecen dos categorías para sus asociados, no aportan capital, ni cuota inicial, no distribuyen excedentes, solo los socios activos participan del gobierno de la misma, no tiene derecho al reintegro de sus aportes. • En el caso de

las Mutualistas para la vivienda, están autorizadas para incursionar en el negocio inmobiliario además del financiero. • El 23 de mayo de 1961, se expide el decreto que crea el mutualismo en el Ecuador considerando el elevado déficit habitacional detectado en ese entonces y la insuficiencia de que el BEV pueda suplir dichas necesidades.

### 1.2.3.3 Productos y servicios

Estos pueden variar entre una Mutualista y otra, pero en general lo que básicamente ofrecen es:

- **Productos:** crédito de vivienda, crédito Hipotecario, crédito oportuno, crédito Institucional por convenio, cuenta de ahorros tradicional, cuenta de ahorros constructiva, Inversiones.
- **Servicios:** cajero automático, pago de servicios básicos, transferencias bancarias, call Center.

### 1.2.4 La banca pública

#### 1.2.4.1 Definiciones básicas

*“Es el conjunto de entidades financieras en las que el Estado u otra administración pública tiene el control político y accionarial.”<sup>5</sup>*

Banca pública está radicada en todo el territorio de la nación, tiene por lo general tasas más bajas que la banca privada es un poco más lenta administrativamente que la banca privada, sus políticas se rigen en general por el gobierno de turno que políticamente dirige el crédito a sector de pequeños inversores o fomenta con los créditos un acompañamiento a sectores de bajos recursos o a fomentar una actividad particular.

---

<sup>5</sup> LA GRAN ENCICLOPEDIA DE ECONOMÍA.

### 1.2.4.2 La banca pública en el Ecuador

El Estado es un actor importante en el sistema financiero nacional, no solo a través de la política monetaria y crediticia, sino también a través de la banca pública de desarrollo y de las instituciones financieras del sector público. Su función primordial es apoyar a través de créditos a cada uno de los sectores productivos o de servicios del país, así tenemos cinco entidades creadas por el Estado ecuatoriano destinadas a sectores específicos: para la construcción de vivienda, tenemos al Banco Ecuatoriano de la vivienda, para el sector agropecuario en general, está el Banco nacional del fomento. Para fortalecer los procesos de industrialización a sectores productivos y de inversión en riesgo tenemos a la Corporación financiera nacional. Y para apoyar a los gobiernos autónomos descentralizados a ejecutar obra pública está el Banco del Estado. No debemos perder de vista que los activos totales de la banca pública de desarrollo, son mucho menores que las del sector privado, por lo que cumplen una función subsidiaria y 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, por lo cual una labor a futuro que tiene el Estado es la de crear la normativa legal institucional que permita la convergencia de las diferentes instituciones públicas, en una sola banca pública de desarrollo. Observemos en la tabla siguiente la evolución que tiene la banca pública en el año 2010 mantiene un índice cercano al 6% indicando que las cuentas de ahorro es el mas influyente con el 5.71% con un crecimiento desde el 2007 de 3.42 puntos y de solo 1.21 puntos en el último año. Los otros factores presentan altas y bajas marginales y en conjunto contribuyen a que la Banca Pública llegue a 5.95%, inferior al 6.70% registrado en el año 2009.

**Tabla N°1: La banca pública en el Ecuador**

<b>SISTEMA FINANCIERO NACIONAL</b>					
<b>BANCARIZACION DEL SUBSISTEMA BANCA PUBLICA</b>					
	<b>Dic-07</b>	<b>Dic-08</b>	<b>Dic-09</b>	<b>Dic-10</b>	<b>Variacion</b>
<b>BANCA PUBLICA</b>	2,44%	3,78%	6,70%	5,95%	(0,76)
AHORROS	2,30%	3,63%	4,51%	5,71%	1,21
CORRIENTE	0,06%	0,07%	2,08%	0,11%	(1,97)
PLAZO	0,02%	0,02%	0,03%	0,02%	-
OTROS DEPOSITOS	0,07%	0,07%	0,09%	0,10%	0,01

**Fuente:** Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Los productos y servicios que ofrece la banca pública podemos mencionar las siguientes:

**Corporación Financiera Nacional (CFN):** créditos directos – capital de trabajo – crédito automotriz – multisectorial – dicomex - negocios fiduciarios – fondo de garantía – financiamiento bursátil – fomento productivo – asistencia técnica – atención al cliente.

**Banco Nacional de Fomento (BNF):** Entre los productos y servicios mas importantes tenemos: créditos operaciones banca de segundo piso microcréditos CDH Quichua – créditos de consumo – créditos de desarrollo productivo – cajeros automáticos – banca virtual – certificados de inversión – cobro de cartera BEV – cobro de cartera BNF – pago a jubilados del IESS – pago y recepción de cuentas judiciales – recaudación de impuestos – solicitud de crédito 555 – solicitud de crédito desarrollo humano.

**Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV):** operaciones crediticias: créditos a personas naturales y jurídicas – créditos a gobiernos autónomos descentralizados – Créditos a fideicomisos – créditos a cooperativas créditos a organizaciones de carácter social – redescuentos de cartera; captaciones financieras: cuentas de ahorro – fondos de garantías Cancelación de hipotecas – levantamiento de patrimonio familiar.

**Banco Ecuatoriano de Desarrollo:** Pre inversión e Inversión: programas de ejecución – programas en diseño; asistencia técnica: evaluación básica municipal – Finanzas municipales; créditos: Procesos crediticios – solicitud de crédito – sreas de atención y beneficiarios.

**IECE:** Créditos educativos para estudios nacionales o extranjeros; solicitud de créditos en línea – reporte académico – saldos de crédito.

**BIESS:** Créditos hipotecarios – créditos quirografarios – créditos prendarios – productos de Inversión – tienda virtual.



### 1.3 Tendencias actuales de productos y servicios financieros

Según artículo publicado en la revista Deloitte servicios financieros Nov/10; las tendencias se enfocan a los “motores de crecimiento” indica que alrededor del mundo, los gerentes de las Instituciones financieras citan como impulsores claves para el crecimiento a la globalización, la regulación, la administración del riesgo, el crecimiento demográfico, y la generación de nuevas tecnologías. Basados en dichos impulsores y en las encuestas y entrevistas con clientes que se han identificado cinco factores clave para las tendencias de las Instituciones financieras durante los próximos 3 a 5 años; **1.- Aprovechar oportunidades en nuevos mercados.-** las Instituciones financieras continuarán aprovechando el rápido crecimiento económico de los países y la disminución de las restricciones regulatorias para las inversiones fuera de fronteras. **2.- Reorientar las relaciones con los clientes mediante innovación y tecnología.-** En la medida que hay una creciente comoditización de los productos financieros, la estrategia central debe ser la focalización en los clientes. La clave es brindar una experiencia innovadora al cliente con una oferta que esté adecuadamente segmentada y con un énfasis en la conveniencia de acceso, el servicio y el valor agregado. El uso de la tecnología es cada vez mas importante como soporte de esa oferta, aunque ha sido a su vez la misma la que ha permitido a sus clientes sentirse mas libres para elegir y cambiar a sus proveedores de servicios financieros. **3.- Adoptar principios alineados con la regulación.-** En el mundo hay una profunda preocupación acerca del costo de los requerimientos regulatorios. Diversas regulaciones con efecto internacional Ejemplo: Basilea II y Sarbanes-Oxley se combinan con múltiples leyes locales. Diseñando una estrategia global alineada a los requisitos regulatorios, las instituciones pueden reducir costos así como evitar la duplicación de esfuerzos. Por ellos es imprescindible analizar y adoptar un enfoque de trabajo único para todos los aspectos de estrategias regulatoria, con una metodología global y con la administración del riesgo, los procesos de soporte y control y la base tecnológica unificados; sin olvidar los aspectos culturales propios de cada organización y país. **4.- Mejorar la administración del riesgo.-** En la actualidad, el riesgo operacional es una de las mayores preocupaciones de las Instituciones financieras. Este es identificado como uno de los mas difíciles de gestionar y como un área de atención para la gerencia, mas que los riesgos de mercado, de crédito y de liquidez. Un elemento adicional a tener en cuenta es el especial cuidado en asegurar la privacidad de la información del cliente como factor clave para la retención de los mismos y la reputación de las instituciones.

**5.- Adaptarse a los cambios demográficos.-** En EEUU, Europa, y la mayor parte de Asia y América Latina, los fondos de pensión que se transformarán en activos de jubilados y pensionistas presentan una oportunidad interesante para las Instituciones financieras. A esto se vincula que la responsabilidad por la seguridad social está transfiriéndose del gobierno y los empleadores a los individuos próximos a jubilarse. Será fundamental para el crecimiento futuro el servicio y el asesoramiento a éstas personas para que mantengan una corriente firme de ingreso con los fondos que obtengan al momento de su retiro. Para ello se deberá modificar la estructura, las operaciones y las capacidades organizacionales para poder entender a este nuevo segmento de mercado.<sup>6</sup>

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

La apertura económica que ha experimentado los países en latinoamérica desde finales de la década de los ochenta marca el ingreso de grandes bancos transnacionales y también surgen las financieras y empresas comerciales de crédito de consumo que han venido opacando a los bancos tradicionales en su rentabilidad y mercado. Por esta razón es que la banca ahora denominada “banca múltiple”, pone especial interés en el desarrollo de productos innovadores de banca electrónica, para hacerlos competitivos y diferenciados para convertirse en una fuente generadora de ingresos a través de captaciones de segmentos de mercado poco atendidos. La Banca electrónica o la banca por internet se define como aquellos servicios financieros a los cuales se accede vía internet, sin la intervención de una infraestructura física o de oficinas, excepto la utilización de Hardware o Software necesario para manipular una transacción. Es importante que la eficiencia en un sistema de banca electrónica puede permitir que los clientes no se acerquen a las oficinas del banco ya que todas sus transacciones: consultas, transferencias, pagos de servicios, solicitud de créditos, compra de servicios, etc.; lo pueden hacer muy fácilmente desde un computador instalado en su domicilio u en su oficina. La importancia ha derivado también en la eliminación de los gastos generales usuales en los que solía incurrir a través de una transacción tradicional, es importante porque la tecnología en este caso la utilización de Internet genera ahorros considerables a los bancos, sino también ingresos por

---

<sup>6</sup> Cfr. DELOITTE & TOUCHE. (Noviembre 2010). *Informativo Deloitte Servicios financieros. Tendencias del mercado financiero.*

productos innovadores en donde los bancos captan nuevos segmentos del mercado, el más conocido ejemplo lo tenemos en el sistema de pago de servicios básicos como agua, luz, teléfono a través de internet y desde una computadora instalada en su domicilio u oficina; por esta transacción el banco espera cobrar una mínima comisión, la cual mucha gente estará dispuesta a pagar este costo ya que al realizar esta operación en persona (traslados, tiempos, comodidad, etc) es más alto que el valor de la comisión. Podemos observar que en países desarrollados como USA, Japón, Reino Unido son los que más han desarrollado sus sistemas de banca electrónica. Veamos también la importancia que existe en la relación entre Internet y banca electrónica ya que las dos son inseparables, por que las transacciones virtuales se efectúan en base a páginas web ubicadas en internet.

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

Los bancos proveen servicios financieros mediante una variedad de mecanismos o canales de provisión, incluyendo sucursales bancarias, ATMs, puntos de venta (POS), banca por Internet, banca telefónica, banca celular y corresponsales no bancarios.

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

El sistema financiero es considerado como uno de los ejes principales en la economía de un país, el mismo permite canalizar el ahorro, la inversión, por tal motivo es de trascendental importancia en la vida económica y productiva y se ha convertido en el pilar fundamental para la riqueza, de tal forma que las entidades económicas se han apoyado en las sociedades financieras para obtener capital de trabajo, expansión productiva e infraestructura, de tal forma que las Instituciones financieras se ven obligadas a obtener mejores servicios financieros para obtener competitividad y satisfacer las necesidades comunes de la población siendo un compromiso social la prestación de un buen servicio. Uno de los retos en la actualidad de las Instituciones financieras se ha enfocado en las finanzas sociales creando nuevas formas de organización y tomando en cuenta a los sectores populares creando conjuntamente iniciativas y nuevas formas de beneficios para las comunidades.

*La nueva Banca del Ecuador está comprometida con el desarrollo sustentable, con el crecimiento de la economía ecuatoriana, con el financiamiento de proyectos de inversión, con la prestación y*

*diversificación de mayores y mejores servicios financieros así como la mejora de calidad de vida de todos los ecuatorianos. También trabajamos por el fortalecimiento y crecimiento de la industria financiera, así como en la inclusión de un número cada vez mayor de ecuatorianos en el sistema financiero formal del Ecuador.<sup>7</sup>*

---

<sup>7</sup> ASOCIACIÓN DE BANCOS PRIVADOS DEL ECUADOR. (Agosto 2010). **Boletín 001 Informativo de la Asociación de Bancos Privados del Ecuador.**

## **CAPÍTULO II**

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

En este capítulo haremos un estudio sobre las tendencias que ha tenido el sistema financiero local región sierra Provincia de Pichincha en el Cantón de Quito en el período correspondientes al 2008, 2009, 2010; el estudio indica la evolución que ha tenido las captaciones por tipos de depósitos y por subsistemas; haremos un análisis en la evolución de los años mencionados de las colocaciones por tipo de cartera y por subsistema; tomando como fuente de estudio las estadísticas que nos proporciona Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas; entraremos en el estudio de los productos y servicios que ofrecen cada una de las Instituciones financieras y por subsistemas con sus respectivos costos, tomando como fuente de estudio cada una de las páginas de internet agregada por cada institución financiera en la web.

#### **2.1 El sistema financiero local**

El sistema financiero local en este caso el motivo de nuestro análisis el Cantón Quito mantiene una notable y positiva tendencia al crecimiento, Quito al ser la plaza más grande a nivel país concentra la mayor cantidad de bancos privados, cooperativas, mutualistas, i instituciones financieras.

Así mismo con la mayor población económica del país que crece a un ritmo moderado pero positivo.

El numero de clientes que los diferentes subsistemas han logrado captar en los últimos 3 años, supera notablemente a los años anteriores, superada la inestabilidad política del 2007, los índices de depósitos han mejorado notablemente, los bancos han demostrado mayor solidez y dar mayor confianza a sus clientes, al publicar periódicamente sus balances y demostrar solidez en sus activos y patrimonio, con los que podrían responder y afrontar alguna crisis que pudiera existir en el futuro.

Así mismo con la regulación en cuanto a tasas, y cobros por los servicios adicionales que cada Banco brinda a sus clientes, como son cajeros automáticos, banca en línea, servicios por internet, pagos de servicios públicos y privados, se ha logrado captar a un grupo de clientes que por uno u otro motivo no creía en la banca Ecuatoriana.

La confianza que el sistema financiero nacional y local ha logrado volver a obtener dentro del país compromete a la Banca a continuar registrando un comportamiento favorable y creciente, aportando de esta manera al bienestar e incremento del desarrollo del País.

## **2.2 Evolutivo de captaciones**

Según la información tomada de la página de la Superintendencia de Bancos las captaciones durante los años 2008,2009 y 2010, en lo que se refiere a subsistemas esto es banca privada, pública, cooperativas, mutualistas y sociedades financieras, ha mantenido una tendencia al alza.

Durante el año 2008 podemos observar que la banca comienza nuevamente a tener un crecimiento moderado con relación a los años anteriores en donde hubo mucha inestabilidad política por los cambios que ha sufrido el país y muchos inversionistas prefirieron depositar su dinero fuera del Ecuador.

Al haber más garantía y mayor confianza en el sistema financiero nacional, podemos ver que para los años 2009 y 2010 existe un considerable incremento, hay más seguridad en el país y más confianza en los depositantes e inversionistas para depositar su dinero en los bancos a nivel país, y en especial la región sierra y el Cantón Quito, que es el mercado investigado.

Los depósitos de ahorro e inversiones a plazo son las opciones que mejor índice de crecimiento tuvieron, el principal elemento para este comportamiento fue el desempeño del subsistema Bancos.

Podemos observar también que a nivel de mutualistas existe un importante crecimiento con un 44,33% más que en el año 2009, lo cual es positivo para el grupo.

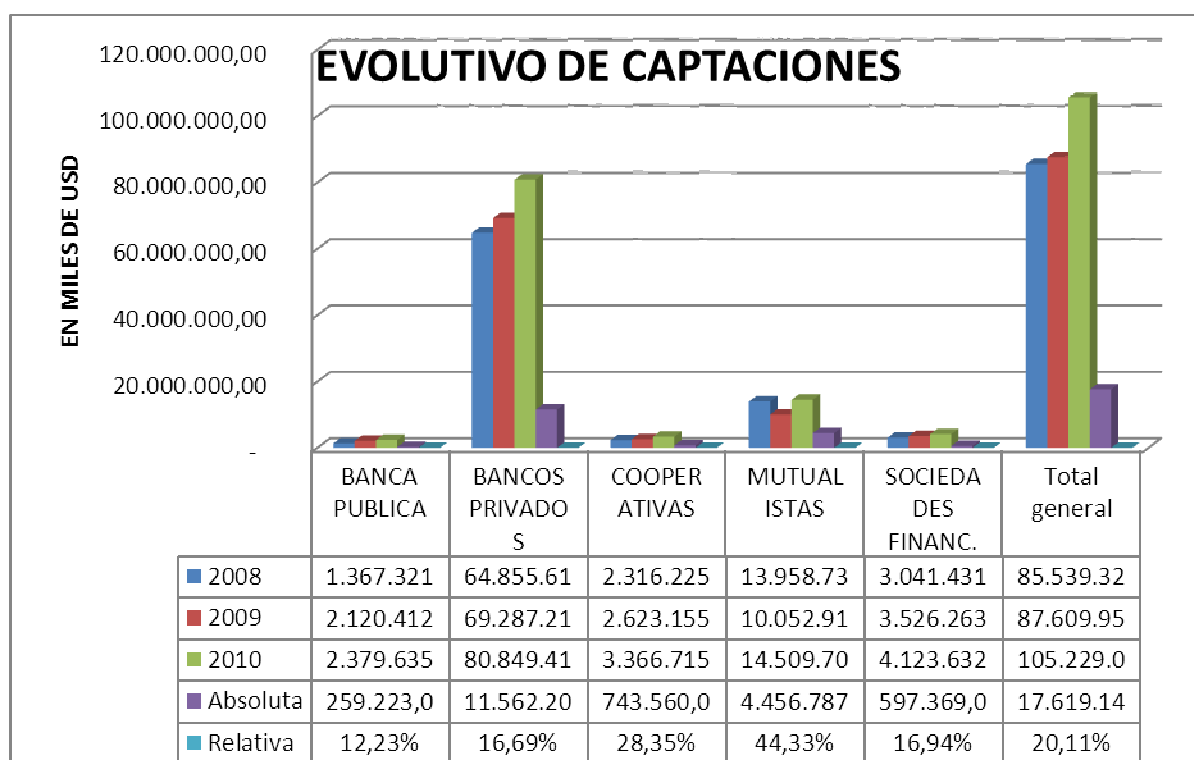
**Tabla N°2: Evolutivo de captaciones**

SISTEMA FINANCIERO NACIONAL					
REGION SIERRA CANTON QUITO				VARIACION	
	2008	2009	2010	Absoluta	Relativa
<b>BANCA PUBLICA</b>	1.367.321,00	2.120.412,00	2.379.635,00	259.223,00	12,23%
<b>BANCOS PRIVADOS</b>	64.855.615,00	69.287.214,00	80.849.416,00	11.562.202,00	16,69%
<b>COOPERATIVAS</b>	2.316.225,00	2.623.155,00	3.366.715,00	743.560,00	28,35%
<b>MUTUALISTAS</b>	13.958.733,00	10.052.914,00	14.509.701,00	4.456.787,00	44,33%
<b>SOCIEDADES FINANC.</b>	3.041.431,00	3.526.263,00	4.123.632,00	597.369,00	16,94%
<b>Total general</b>	<b>85.539.325,00</b>	<b>87.609.958,00</b>	<b>105.229.099,00</b>	<b>17.619.141,00</b>	<b>20,11%</b>

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

**Gráfico N°1: Evolutivo de captaciones**



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

### 2.2.1 Por tipo de depósito

Tenemos diferentes tipos de depósito, todos con el fin de captar el dinero de los clientes, así tenemos depósitos en cuantas de ahorro, cuentas corrientes, a plazo, y otros.

**Tabla N°3: Evolutivo captaciones / Tipo de deposit o**

SISTEMA FINANCIERO NACIONAL					
REGION SIERRA - CANTON QUITO				VARIACION	
tipo de deposito	2008	2009	2010	Absoluta	Relativa
<b>A PLAZO</b>	31.831.975,00	32.177.433,00	34.820.520,00	2.643.087,00	8,21%
<b>CUENTAS CORRIENTES</b>	25.636.836,00	28.928.260,00	34.449.200,00	5.520.940,00	19,08%
<b>CUENTAS DE AHORRO</b>	15.120.899,00	16.771.046,00	20.749.668,00	3.978.622,00	23,72%
<b>OTROS</b>	12.949.615,00	9.733.219,00	15.209.711,00	5.476.492,00	56,27%
<b>Total general</b>	<b>85.539.325,00</b>	<b>87.609.958,00</b>	<b>105.229.099,00</b>	<b>17.619.141,00</b>	<b>20,11%</b>

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R

**Depósitos a plazo:** son depósitos que el cliente mantiene en determinada Institución financiera con el fin de obtener un mejor interés por su dinero, los puede dejar a diferentes plazos, como son 30, 60, 90 días o inclusive a un año, el banco se compromete a cancelar un interés competitivo en el mercado de acuerdo al tiempo que el dinero este depositado, durante este el cliente no puede retirar el mismo salvo casos de fuerza mayor debidamente sustentados. Vemos que este ha mantenido un crecimiento positivo con una variación del 8% al 2010.

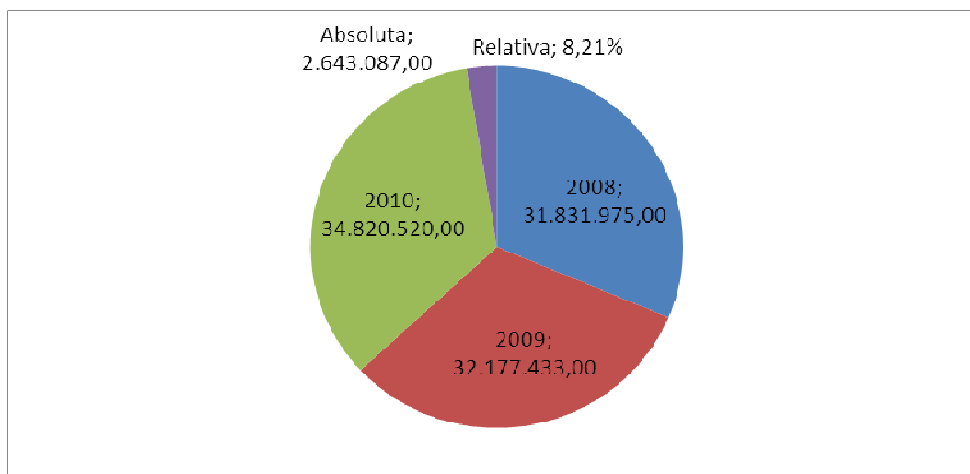
**Tabla N°4: Depósitos a plazo**

REGION SIERRA - CANTON QUITO				VARIACION	
Tipo de deposito	2008	2009	2010	Absoluta	Relativa
<b>A PLAZO</b>	31.831.975,00	32.177.433,00	34.820.520,00	2.643.087,00	8,21%

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

**Gráfico N°2: Depósitos a plazo**



Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.



**Cuentas Corrientes:** Las cuentas corrientes otorgan los Bancos a sus clientes que mantienen un constante movimiento de efectivo en sus cuentas, y la facilidad que brinda en este caso la chequera, con la que el Banco garantiza que el cliente mantiene los fondos necesarios para cubrir sus pagos, la Utilizan mucho las empresas tanto publicas como privadas. El porcentaje de crecimiento también mantiene un valor positivo con relación a años anteriores.

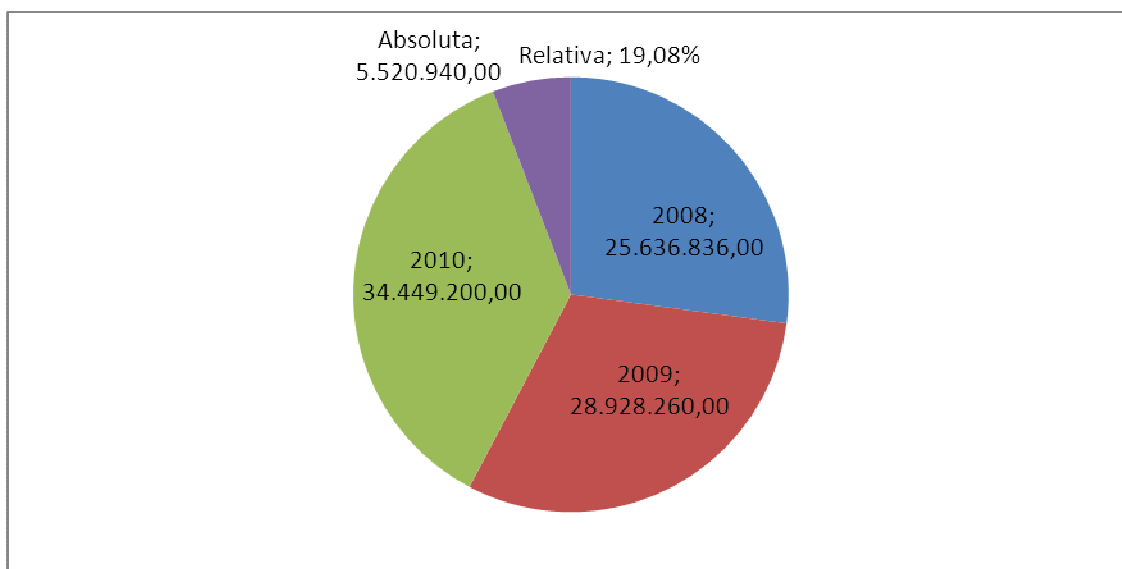
**Tabla N°5: Cuentas corrientes**

REGION SIERRA - CANTON QUITO			VARIACION		
Tipo de deposito	2008	2009	2010	Absoluta	Relativa
<b>CUENTAS CORRIENTES</b>	25.636.836,00	28.928.260,00	34.449.200,00	5.520.940,00	19,08%

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

**Gráfico N°3: Cuentas corrientes**



**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

**Cuentas de Ahorro:** Las cuentas de ahorro, son depósitos que funcionan mediante libretas de ahorro, que los Bancos entregan a sus clientes, con el fin de captar mas depósitos a la vez que incentivan al ahorro, existen cuentas especiales para niños, ahorros programados para obtener prestamos para adquirir casa, auto etc. En este rubro podemos apreciar también un importante incremento a través de los 3 años de nuestro análisis:

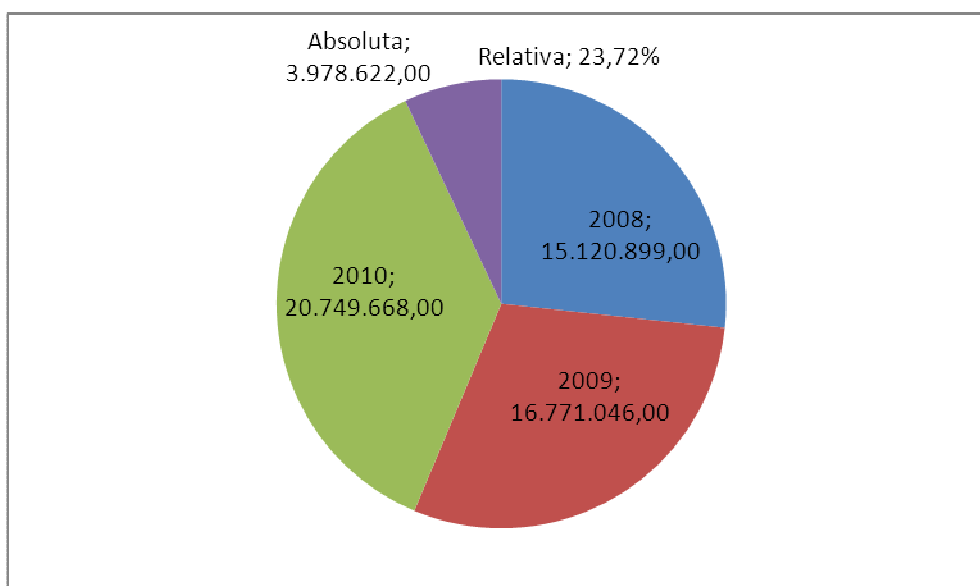
**Tabla N°6: Cuentas de ahorro**

REGION SIERRA - CANTON QUITO			VARIACION		
Tipo de deposito	2008	2009	2010	Absoluta	Relativa
<b>CUENTAS DE AHORRO</b>	15.120.899,00	16.771.046,00	20.749.668,00	3.978.622,00	23,72%

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

**Gráfico N°4: Cuentas de ahorro**



Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

**Otros:** Dentro de este rubro tenemos agrupados a otros tipos de depósitos siendo estos, depósitos en garantía, depósitos restringidos, y depósitos por confirmar. En las mutualistas es en donde más se capta este tipo de depósitos, La variación se aprecia entre el 2009 y 2008 en donde sufre un descenso y luego en el 2010 se restablece e incrementa.

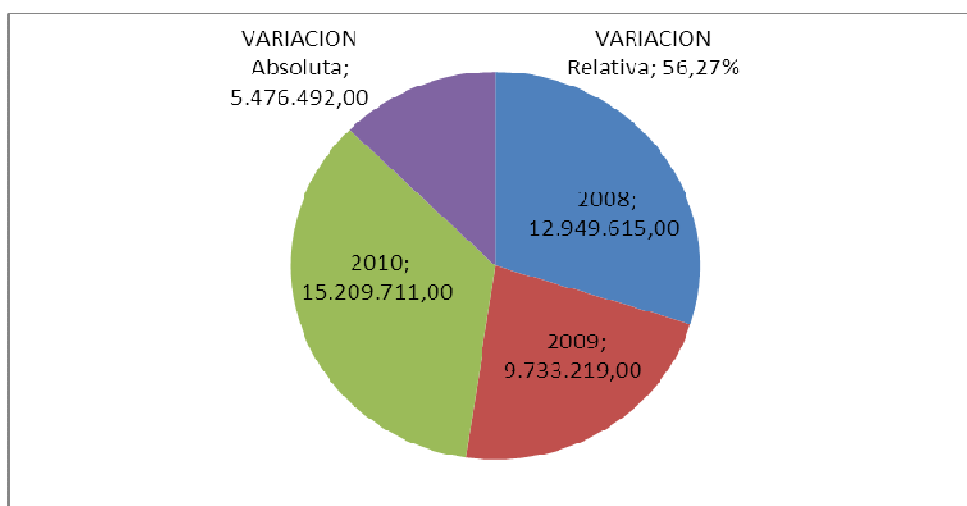
**Tabla N°7: Otros**

REGION SIERRA - CANTON QUITO			VARIACION		
Tipo de deposito	2008	2009	2010	Absoluta	Relativa
<b>OTROS</b>	12.949.615,00	9.733.219,00	15.209.711,00	5.476.492,00	56,27%

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

**Gráfico N°5: Otros**



Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

## 2.2.2 Por Subsistema

**Tabla N°8: Por Subsistema**

DEPOSITOS				VARIACION	
REGION SIERRA - CANTON QUITO					
SUBSISTEMA	2008	2009	2010	Absoluta	Relativa
<b>Banca publica</b>	1.367.321,00	2.120.412,00	2.379.635,00	259.223,00	12,23%
A PLAZO	453.313,00	1.120.348,00	1.120.661,00	313,00	0,03%
CUENTAS CORRIENTES	305.806,00	229.709,00	390.911,00	161.202,00	70,18%
CUENTAS DE AHORRO	266.576,00	302.294,00	396.376,00	94.082,00	31,12%
OTROS	341.626,00	468.061,00	471.687,00	3.626,00	0,77%
<b>Bancos privados</b>	64.855.615,00	69.287.214,00	80.849.416,00	11.562.202,00	16,69%
A PLAZO	26.048.715,00	25.482.180,00	27.438.692,00	1.956.512,00	7,68%
CUENTAS CORRIENTES	25.331.030,00	28.698.551,00	34.058.289,00	5.359.738,00	18,68%
CUENTAS DE AHORRO	12.587.609,00	14.208.536,00	17.696.296,00	3.487.760,00	24,55%
OTROS	888.261,00	897.947,00	1.656.139,00	758.192,00	84,44%
<b>Cooperativas</b>	2.316.225,00	2.623.155,00	3.366.715,00	743.560,00	28,35%
A PLAZO	909.008,00	1.132.070,00	1.597.335,00	465.265,00	41,10%
CUENTAS CORRIENTES	-	-	-	-	0,00%
CUENTAS DE AHORRO	1.181.685,00	1.321.341,00	1.611.294,00	289.953,00	21,94%
OTROS	225.532,00	169.744,00	158.086,00	(11.658,00)	-6,87%
<b>Mutualistas</b>	13.958.733,00	10.052.914,00	14.509.701,00	4.456.787,00	44,33%
A PLAZO	1.379.548,00	926.937,00	1.072.234,00	145.297,00	15,67%
CUENTAS CORRIENTES	-	-	-	-	0,00%
CUENTAS DE AHORRO	1.085.029,00	938.875,00	1.045.702,00	106.827,00	11,38%
OTROS	11.494.156,00	8.187.102,00	12.391.765,00	4.204.663,00	51,36%
<b>Sociedades financieras</b>	3.041.431,00	3.526.263,00	4.123.632,00	597.369,00	16,94%
A PLAZO	3.041.391,00	3.515.898,00	3.591.598,00	75.700,00	2,15%
CUENTAS CORRIENTES	-	-	-	-	0,00%
CUENTAS DE AHORRO	-	-	-	-	0,00%
OTROS	40,00	10.365,00	532.034,00	521.669,00	5032,99%
<b>Total general</b>	<b>85.539.325,00</b>	<b>87.609.958,00</b>	<b>105.229.099,00</b>	<b>17.619.141,00</b>	<b>20,11%</b>

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Al realizar el análisis de la profundización financiera de los depósitos, tenemos que a diciembre 2010 el total de depósitos a nivel de la plaza Quito termina con un saldo positivo de 105.229 millones de dólares, esto significa el 20,11 % más que en el 2009 y el 22% más que en el 2008.

En el rubro cuentas corrientes tenemos un buen crecimiento a nivel de bancos privados, pero al totalizar a nivel de subsistemas no apreciamos este crecimiento debido a que las cooperativas, las mutualistas y las sociedades financieras no otorgan el servicio de cuentas corrientes a sus clientes y esta última tampoco tiene cuentas de ahorro, lo que al final disminuye el porcentaje a nivel de plaza.

Los recursos los diferentes subsistemas los obtienen y son captados de cerca de 2 millones de depositantes en Quito, el mayor porcentaje de crecimiento se aprecia a nivel de bancos privados y mutualistas. En resumido la banca privada ha sido la que aportado mayoritariamente al crecimiento del sistema financiero local y nacional.

## **2.3 Evolutivo de colocaciones**

### **2.3.1 Por tipo de cartera**

Vamos analizar los tipos de cartera que se han manejado dentro de los subsistemas del área de Pichincha cantón Quito; empezando por la **cartera comercial** que la podemos conocer por aquellos créditos directos o indirectos otorgados a personas naturales o jurídicas destinados al financiamiento de la producción y comercialización de bienes y servicios en sus diferentes fases. También se consideran dentro de esta definición los créditos otorgados a las personas a través de tarjetas de crédito, operaciones de arrendamiento financiero u otras formas de financiamiento. Como podemos observar en la Tabla N° 9 la cartera comercial ha tenido un incremento con relación al año 2009 de un 15.68% terminando en el 2010 con cartera de 33.098 millones.

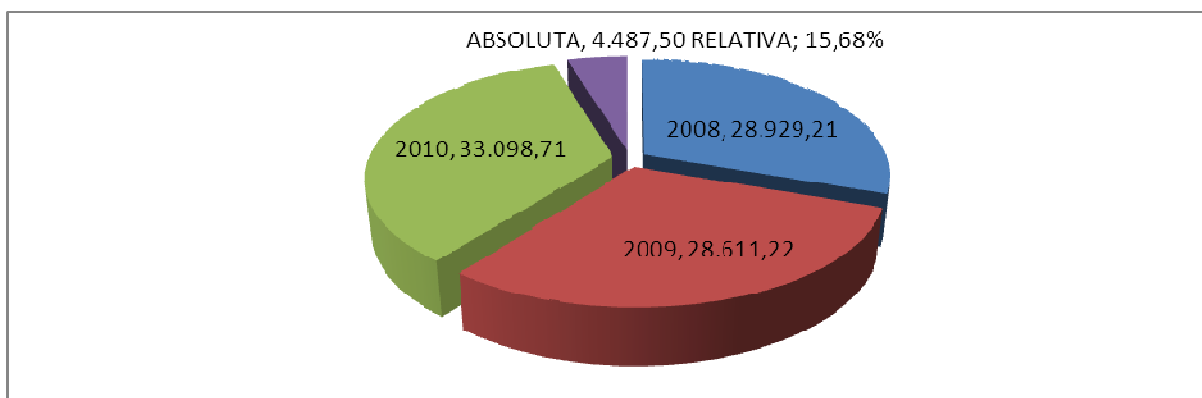
**Tabla N°9: Evolutivo de colocaciones por tipo de cartera**

SISTEMA FINANCIERO NACIONAL					
REGION SIERRA CANTON QUITO				VARIACION	
	2008	2009	2010	ABSOLUTA	RELATIVA
CARTERA COMERCIAL	28.929,21	28.611,22	33.098,71	4.487,50	15,68%

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

**Gráfico N°6: Evolutivo de colocaciones por tipo de cartera**



**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Veamos a continuación la **cartera de consumo** que son aquellos créditos que se otorgan a las personas naturales con la finalidad de atender el pago de bienes, servicios o gastos relacionados con una actividad empresarial. También se consideran dentro de esta definición los créditos otorgados a las personas naturales a través de tarjetas de crédito, los arrendamientos financieros y cualquier otro tipo de operación financiera. Observemos en la Tabla N° 10 la variación con respecto al año 2009 los créditos aumentaron en el 2010 en 13.55%.

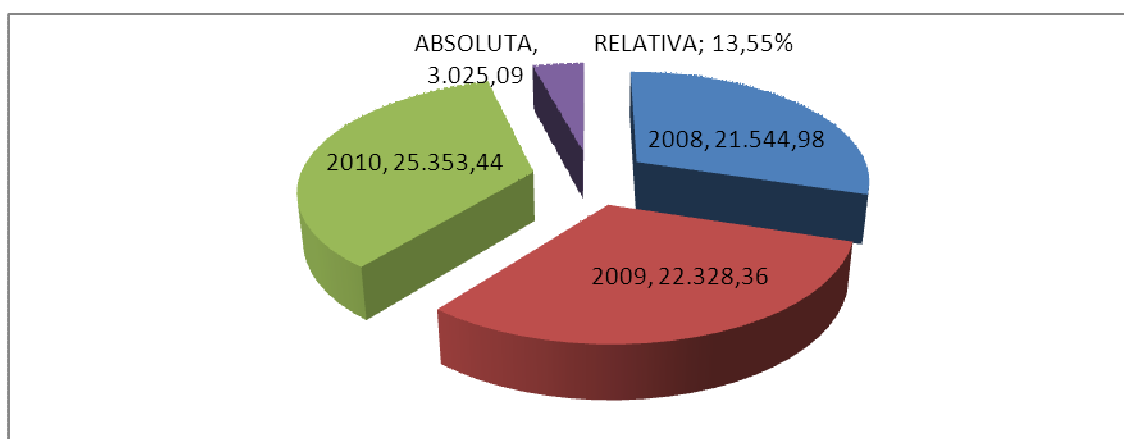
**Tabla N°10: Cartera de consumo**

SISTEMA FINANCIERO NACIONAL					
EVOLUTIVO DE COLOCACIONES POR TIPO DE CARTERA					
REGION SIERRA CANTON QUITO				VARIACION	
	2008	2009	2010	ABSOLUTA	RELATIVA
CARTERA DE CONSUMO	21.544,98	22.328,36	25.353,44	3.025,09	13,55%

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

**Gráfico N°7: Cartera de consumo**



**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Analicemos la **cartera de vivienda** que son las líneas de créditos destinados a personas naturales para la adquisición, construcción, refacción, remodelación, ampliación, mejoramiento y subdivisión de vivienda propia, tales créditos se otorgan amparados con hipotecas debidamente inscritas en los registros públicos. Este tipo de cartera es la que mas crecimiento ha tenido en el área de Pichincha cantón Quito que tiene un incremento del 18.48% para el año 2010 con respecto al año 2009. Vemos la Tabla N° 11 donde nos indica que para el año 2010 termina en colocaciones de 9.590 millones.

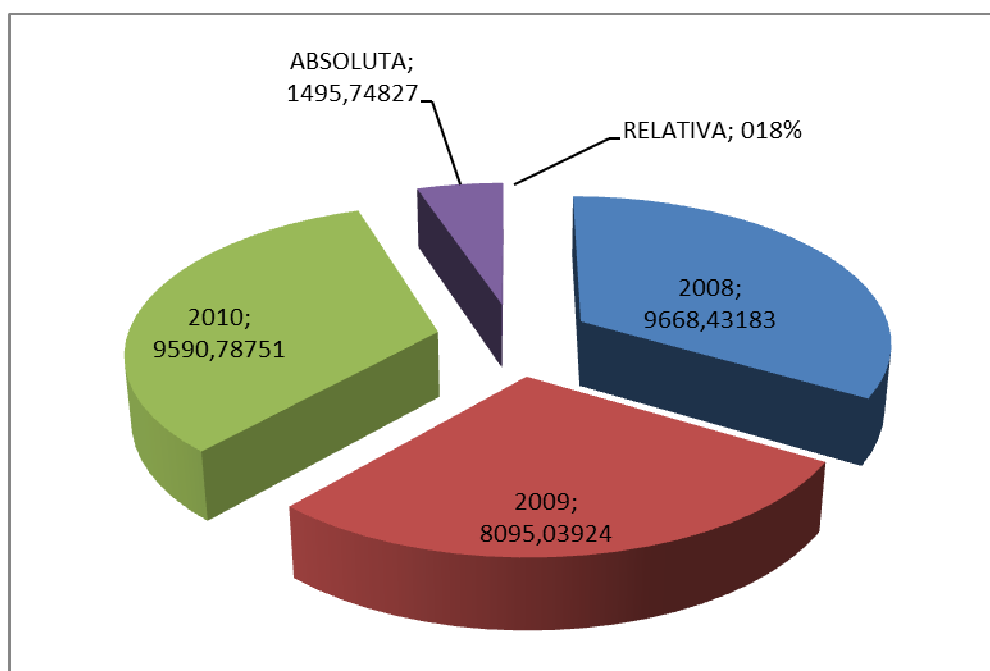
**Tabla N°11: Cartera de vivienda**

SISTEMA FINANCIERO NACIONAL					
EVOLUTIVO DE COLOCACIONES POR TIPO DE CARTERA					
REGION SIERRA CANTON QUITO				VARIACION	
	2008	2009	2010	ABSOLUTA	RELATIVA
CARTERA DE VIVIENDA	9.668,43	8.095,04	9.590,79	1.495,75	18,48%

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

**Gráfico N°8: Cartera de Vivienda**



**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Finalmente observemos la evolución de la **cartera de microempresa** que son aquellos créditos directos o indirectos otorgados a personas o jurídicas destinados al financiamiento de actividades de producción, comercialización o prestación de servicios, que nos indica que es la cartera que menos a crecido en estos últimos años llegando a un incremento con relación al año 2009 del 7.64% en el 2010, sin embargo observemos que en el año 2009 la cartera de microempresa obtiene una baja en 24.15% con relación al año 2008 entendiéndose que estas colocaciones han venido incrementándose por una estabilidad en las políticas para inversionistas, Como se observa en la Tabla N° 12.

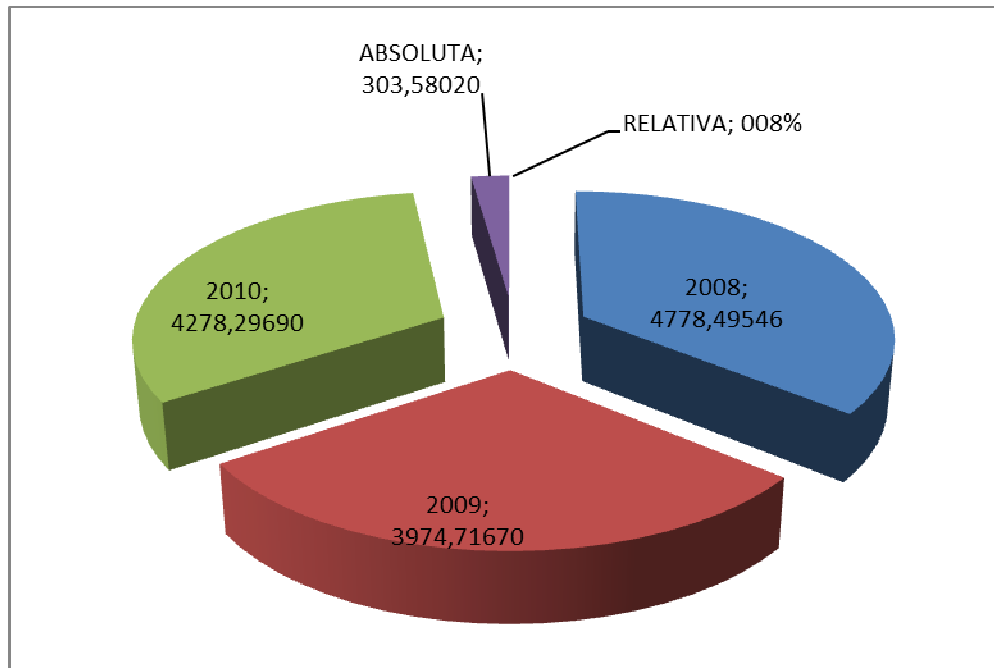
**Tabla N°12: Cartera de Microempresa**

SISTEMA FINANCIERO NACIONAL					
EVOLUTIVO DE COLOCACIONES POR TIPO DE CARTERA					
REGION SIERRA CANTON QUITO				VARIACION	
	2008	2009	2010	ABSOLUTA	RELATIVA
CARTERA MICROEMPRESA	4.778,50	3.974,72	4.278,30	303,58	7,64%

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

**Gráfico N°9: Cartera de Microempresa**



**Fuente:** Investigación realizada.

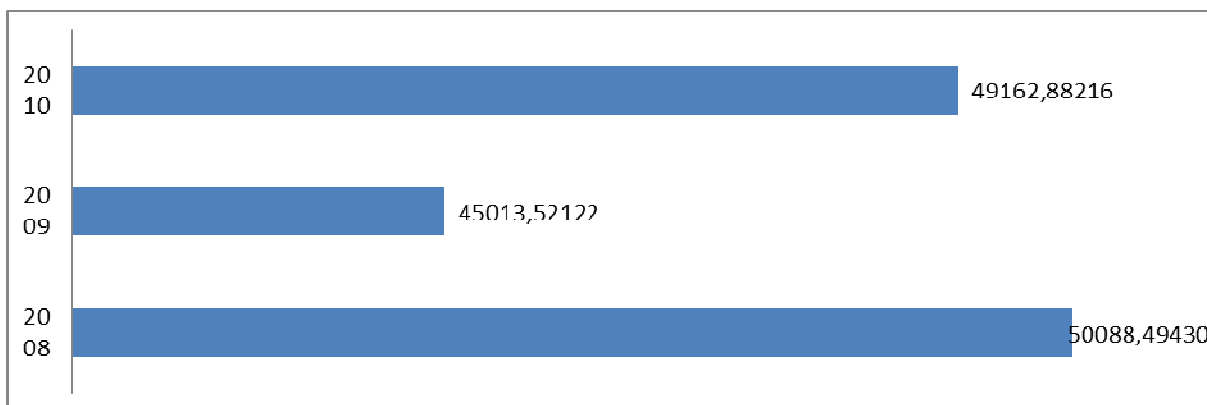
**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

### 2.3.2 Por Subsistema

En el gráfico adjunto (Gráfico N° 10) observamos el evolutivo de colocaciones de la región sierra cantón Quito durante los años 2008 – 2009 – 2010 por subsistema, los datos adjuntos fueron tomados de la base de estadísticas de la Superintendencia de Bancos, estos datos son interesantes porque observamos como en la **banca privada** para el año 2008 cierra en colocaciones por 50.088 millones de dólares y observamos que para el cierre del año 2009 tiende una baja de 10.13% y luego se recupera en el año 2010 cerrando con un monto en colocaciones de 49.162 millones es decir un incremento del 9.22% este hecho lo podemos considerar debido a la inestabilidad que arrojó la reelección del gobierno actual y debido a la incertidumbre que ocurrió por la nueva Constitución de Montecristi.



**Gráfico N°10: Banca privada**

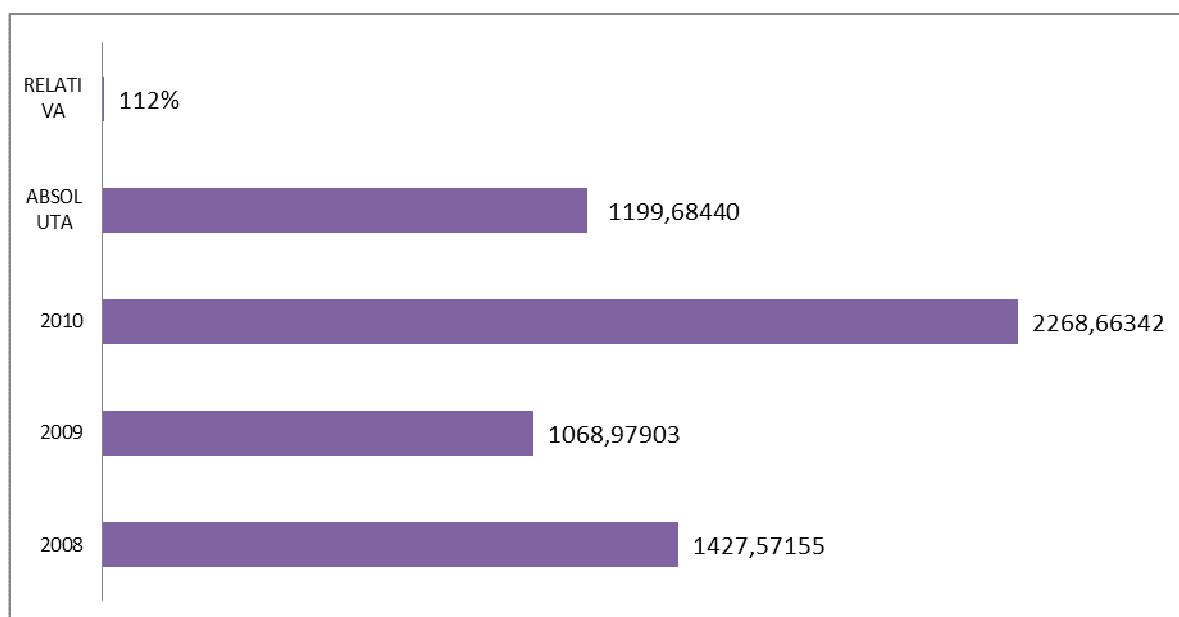


**Fuente:** Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Observemos lo que ocurre en las **Instituciones públicas** controlado por el estado en donde éste incentiva a los créditos para consumo y vivienda, entre otros, vamos observando que en el año 2008 cierra con colocaciones de 5.395 millones y que para el año 2009 se incrementa en 82.55% con relación al año 2008 para luego cerrar el año 2010 con un incremento del 38.31%, con relación al año 2009, esta tendencia nos indica que el gobierno quiere captar clientes porque con relación a la banca privada ésta tiene una tendencia negativa en el año 2009, muy claramente se observa que el gobierno apuesta a sus colocaciones y apuesta a sus tendencias positivas en el desarrollo de la nueva constitución realizada en Montecristi que dura del 2008 al 2009.

**Gráfico N°11: Instituciones públicas**

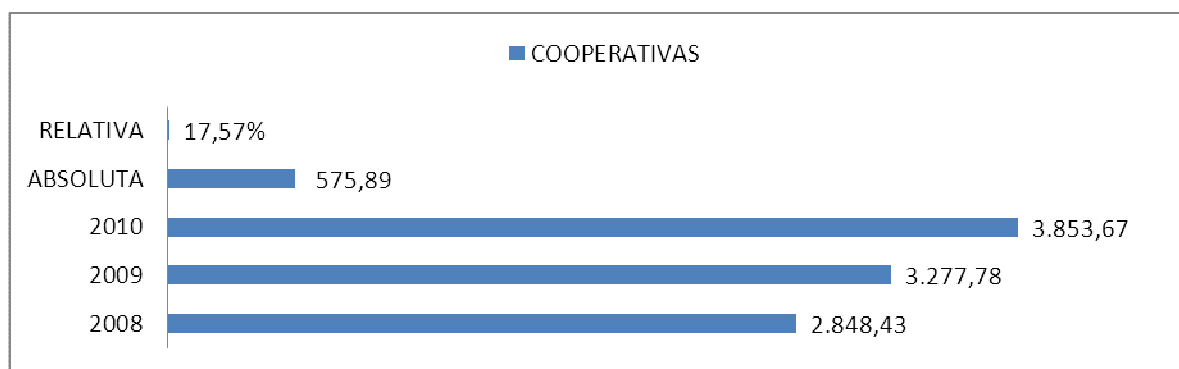


**Fuente:** Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Observemos que las **cooperativas** han tenido un incremento constante ya que la demanda ha incrementado y las facilidad para entregar préstamos se hace mas fácil siendo que en el año 2010 llega 3.853 millones teniendo un incremento de 17.57% con relación al año 2009 y con un crecimiento en promedio de los 3 años de 16.32%, en este sector podemos concluir que la demanda sigue creyendo en las Cooperativas ya que el sistema financiero ha regulado de mejor forma estas entidades.

**Gráfico N° 12: Cooperativas**

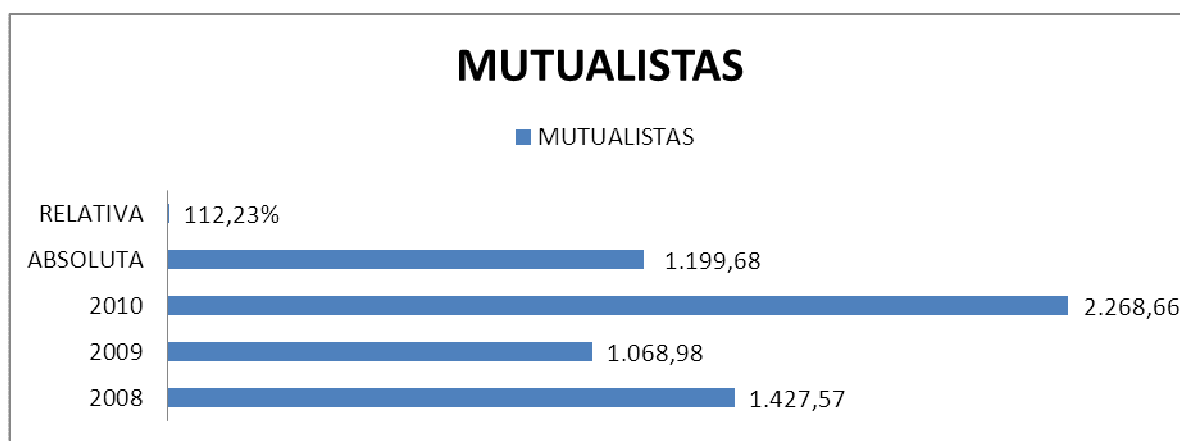


**Fuente:** Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Analicemos a las **mutualistas**, debido al incremento de la oferta por parte de las constructoras y el boom inmobiliario que en los últimos años ha existido por parte de la construcción-vivienda y adicionalmente por la facilidad que éstos han brindado para otorgar financiamiento y por la regulación en las tasas de interés, vemos que las mutualistas son las que mas han crecido durante el período de 2009 al 2010 siendo que para este último termina en colocaciones de 2.268 millones obteniendo un incremento de 112.3% con relación al año 2009, sin embargo observemos que durante los periodos 2008 y 2009 tiene un de-crecimiento del -25.12% que lo podemos interpretar debido a la incertidumbre que existe por parte de los inversionistas constructores que esperan encontrar políticas claras que indicará la Constitución de la República en ese periodo.

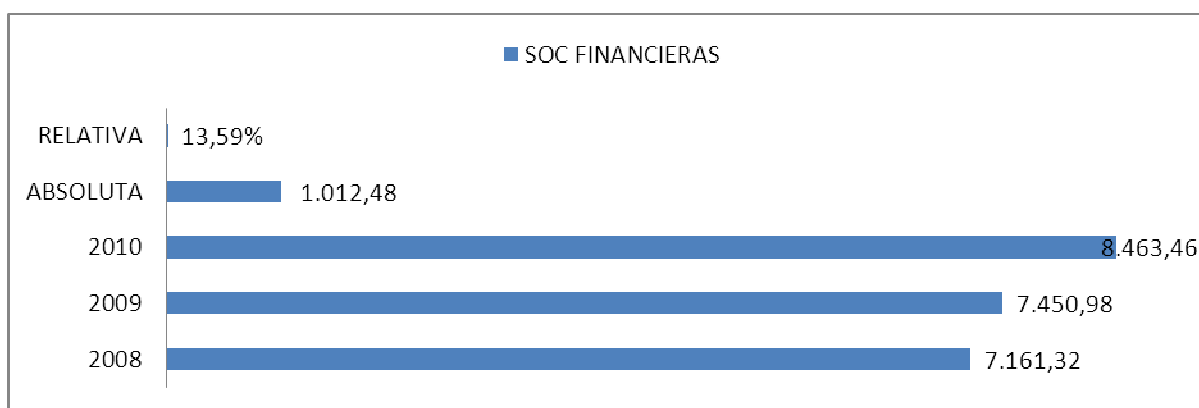
**Gráfico N° 13: Mutualistas**



**Fuente:** Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas.  
**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Con relación a las **sociedades financieras** las colocaciones han tenido un incremento regular cerrando en el año 2010 en 1.012 millones con un incremento del 13.59% con relación al año 2009. Sin embargo como ocurre en las cooperativas la relación que existe en el periodo 2008 – 2009 no hay un crecimiento en colocaciones debido a que la demanda se mantiene cautelosa en pedir créditos a las sociedades que no son del estado ya que al mantener un Estado Social hace que tanto las Instituciones Financieras y entidades que no pertenecen al estado se haga mas cautelosos en colocar créditos al mercado.

**Gráfico N° 14: Sociedades financieras**

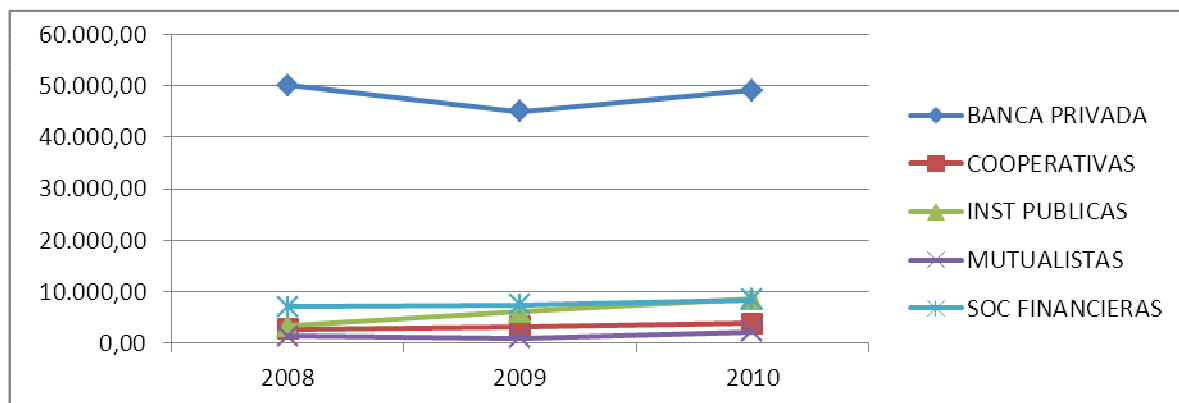


**Fuente:** Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas.  
**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

En resumen podemos indicar que la mayor parte de colocaciones la tiene la banca privada entendiendo que éstos bancos han sido los que han obtenido mayor confianza por parte de sus clientes, esto nos da a entender que si existe alguna crisis financiera en el país la parte mas afectada serían éstos, como lo observamos

en la gráfica mientras que las cooperativas, Instituciones públicas, mutualistas y sociedades financieras captan el mercado en un 10% sobre la demanda, observamos que en el periodo 2008 y 2009 la tendencia en las Instituciones privadas son las que tienen una recesión por la época de la reforma a la Constitución de la República, no siendo así en las entidades del Estado que son las que aprovechan para captar clientes y otorgar créditos.

**Gráfico N° 15: Comparativo de colocaciones**



**Fuente:** Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

**Tabla N° 13: Cartera de Microempresa**

SISTEMA FINANCIERO NACIONAL EVOLUTIVO DE COLOCACIONES REGION SIERRA CANTON QUITO (millones de dolares)					
	2008	2009	2010	ABSOLUTA	RELATIVA
BANCA PRIVADA	50.088,49	45.013,52	49.162,88	4.149,36	9,22%
COOPERATIVAS	2.848,43	3.277,78	3.853,67	575,89	17,57%
INST PUBLICAS	3.395,30	6.198,07	8.572,56	2.374,49	38,31%
MUTUALISTAS	1.427,57	1.068,98	2.268,66	1.199,68	112,23%
SOC FINANCIERAS	7.161,32	7.450,98	8.463,46	1.012,48	13,59%
<b>Total general</b>	<b>64.921,11</b>	<b>63.009,33</b>	<b>72.321,24</b>	<b>9.311,91</b>	<b>14,78%</b>

**Fuente:** Superintendencia de Bancos y Seguros.- DNE / Subdirección de Estadísticas.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

## 2.4 Productos y servicios financieros. Tipos y Costos

### 2.4.1 Por institucion financiera

**Tabla N°14: Productos que brindas las institucione s financieras y sus costos**

INSTITUCION FINANCIERA	PRODUCTOS FINANCIEROS	PRODUCTO O SERVICIO	COSTO
Banco Amazonas	COLOCACION	Tarjeta de credito	2USD A 250 USD
Banco Bolivariano	COLOCACION	Tarjeta de credito	2USD A 250 USD
Banco de Guayaquil	COLOCACION	Tarjeta de credito	2USD A 250 USD
Banco de Loja	COLOCACION	Tarjeta de credito	2USD A 250 USD
Banco de Machala	COLOCACION	Tarjeta de credito	2USD A 250 USD
Banco del Austro	COLOCACION	Tarjeta de credito	2USD A 250 USD
Banco del Pacifico	COLOCACION	Tarjeta de credito	2USD A 250 USD
Banco Internacional	COLOCACION	Tarjeta de credito	2USD A 250 USD
Banco Pichincha	COLOCACION	Tarjeta de credito	2USD A 250 USD
Diners Club	COLOCACION	Tarjeta de credito	2USD A 250 USD
Mutualista Pichincha	COLOCACION	Tarjeta de credito	2USD A 250 USD
Proamerica	COLOCACION	Tarjeta de credito	2USD A 250 USD
Produbanco	COLOCACION	Tarjeta de credito	2USD A 250 USD
Unibanco	COLOCACION	Tarjeta de credito	2USD A 250 USD

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

**Tabla N° 15: Servicios que brinda las instituciones financieras y su costo**

INSTITUCION FINANCIERA	TIPO DE SERVICIO	COSTO
<b>BANCO AMAZONAS</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
	TRANSFERENCIAS: INTERBANCARIAS - INTERFILIALES - A TERCEROS	28ctvs a 55,49usd
	<b>BANCO BOLIVARIANO</b>	AVANCES DE EFECTIVO
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA -	30 CTVS A 3 USD

<b>INSTITUCION FINANCIERA</b>	<b>TIPO DE SERVICIO</b>	<b>COSTO</b>
	CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	
	GARANTIAS Y AVALES BANCARIOS GARANTIAS ADUANERAS	75USD HASTA 5% ANUAL
	PAGO FACTURAS SERVICIOS PUBLICOS	0 a 25ctvs
	TRANSFERENCIAS: INTERBANCARIAS - INTERFILIALES - A TERCEROS	28ctvs a 55,49usd
	VISA ELECTRON - CUENTA JOVEN	0 A 8USD
<b>BANCO CAPITAL</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	BANRED, CIRRUS	0 A 8USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
<b>BANCO COFIEC</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
<b>BANCO DE GUAYAQUIL</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
	GARANTIAS Y AVALES BANCARIOS GARANTIAS ADUANERAS	75USD HASTA 5% ANUAL
	PAGO FACTURAS SERVICIOS PUBLICOS	0 a 25ctvs
	TARJETA EFECTIVA	0 A 8USD
	TRANSFERENCIAS	28ctvs a 55,49usd
	TRANSFERENCIAS:	28ctvs a 55,49usd

<b>INSTITUCION FINANCIERA</b>	<b>TIPO DE SERVICIO</b>	<b>COSTO</b>	
	INTERBANCARIAS - INTERFILIALES - A TERCEROS		
<b>BANCO DE LOJA</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD	
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD	
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD	
	GARANTIAS Y AVALES BANCARIOS GARANTIAS ADUANERAS	75USD HASTA 5% ANUAL	
	NEXO	0 A 8USD	
	PAGO FACTURAS SERVICIOS PUBLICOS	0 a 25ctvs	
	TRANSFERENCIAS: INTERBANCARIAS - INTERFILIALES - A TERCEROS	28ctvs a 55,49usd	
	<b>BANCO DE MACHALA</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
BANRED		0 A 8USD	
CERTIFICACIONES BANCARIAS		0 A 2,65 USD	
CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS		30 CTVS A 3 USD	
PAGO FACTURAS SERVICIOS PUBLICOS		0 a 25ctvs	
TRANSFERENCIAS: INTERBANCARIAS - INTERFILIALES - A TERCEROS		28ctvs a 55,49usd	
<b>BANCO DEL AUSTRO</b>		AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD	
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD	
	GARANTIAS Y AVALES BANCARIOS GARANTIAS ADUANERAS	75USD HASTA 5% ANUAL	
	VISA DEBIT	0 A 8USD	
	<b>BANCO DEL BANK</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD

<b>INSTITUCION FINANCIERA</b>	<b>TIPO DE SERVICIO</b>	<b>COSTO</b>
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
<b>BANCO DEL PACIFICO</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	BANCOMATICO CIRRUS	0 A 8USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
	GARANTIAS Y AVALES BANCARIOS GARANTIAS ADUANERAS	75USD HASTA 5% ANUAL
	PAGO FACTURAS SERVICIOS PUBLICOS	0 a 25ctvs
	TRANSFERENCIAS	28ctvs a 55,49usd
	TRANSFERENCIAS: INTERBANCARIAS - INTERFILIALES - A TERCEROS	28ctvs a 55,49usd
<b>BANCO GENERAL RUMIÑAHUI</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	BGR NEXO	0 A 8USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
	GARANTIAS Y AVALES BANCARIOS GARANTIAS ADUANERAS	75USD HASTA 5% ANUAL
	PAGO FACTURAS SERVICIOS PUBLICOS	0 a 25ctvs
	TRANSFERENCIAS	28ctvs a 55,49usd
	TRANSFERENCIAS: INTERBANCARIAS - INTERFILIALES - A TERCEROS	28ctvs a 55,49usd
<b>BANCO INTERNACIONAL</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	BANINTER	0 A 8USD



<b>INSTITUCION FINANCIERA</b>	<b>TIPO DE SERVICIO</b>	<b>COSTO</b>
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
	PAGO FACTURAS SERVICIOS PUBLICOS	0 a 25ctvs
	TRANSFERENCIAS	28ctvs a 55,49usd
	TRANSFERENCIAS: INTERBANCARIAS - INTERFILIALES - A TERCEROS	28ctvs a 55,49usd
<b>BANCO NACIONAL DE FOMENTO</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
<b>BANCO PICHINCHA</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
	PAGO FACTURAS SERVICIOS PUBLICOS	0 a 25ctvs
	TRANSFERENCIAS: INTERBANCARIAS - INTERFILIALES - A TERCEROS	28ctvs a 55,49usd
	XPERTA NACIONAL - INTERNACIONAL	0 A 8USD
<b>BANCO PROAMERICA</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHECK CARD	0 A 8USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
	TRANSFERENCIAS: INTERBANCARIAS -	28ctvs a 55,49usd

<b>INSTITUCION FINANCIERA</b>	<b>TIPO DE SERVICIO</b>	<b>COSTO</b>
	INTERFILIALES - A TERCEROS	
<b>BANCO PROCREDIT</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
	GARANTIAS Y AVALES BANCARIOS GARANTIAS ADUANERAS	75USD HASTA 5% ANUAL
	MASTERCARD DEBIT	0 A 8USD
	TRANSFERENCIAS: INTERBANCARIAS - INTERFILIALES - A TERCEROS	28ctvs a 55,49usd
	<b>BANCO SOLIDARIO</b>	AVANCES DE EFECTIVO
CERTIFICACIONES BANCARIAS		0 A 2,65 USD
CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS		30 CTVS A 3 USD
<b>BANCO SUDAMERICANO</b>		AVANCES DE EFECTIVO
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
	PAGO FACTURAS SERVICIOS PUBLICOS	0 a 25ctvs
	TRANSFERENCIAS: INTERBANCARIAS - INTERFILIALES - A TERCEROS	28ctvs a 55,49usd
	<b>BANCO INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL</b>	CERTIFICACIONES BANCARIAS
<b>BANCO NACIONAL DE FOMENTO</b>		CERTIFICACIONES BANCARIAS
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD

<b>INSTITUCION FINANCIERA</b>	<b>TIPO DE SERVICIO</b>	<b>COSTO</b>
	PAGO FACTURAS SERVICIOS PUBLICOS	0 a 25ctvs
<b>CACPECO</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
<b>COOPERATIVA 23 DE JULIO</b>	BANRED	0 A 8USD
<b>COOPERATIVA 29 DE OCTUBRE</b>	29 CARD	0 A 8USD
<b>COOPERATIVA ALAINZA DEL VALLE</b>	BANRED	0 A 8USD
	PAGO FACTURAS SERVICIOS PUBLICOS	0 a 25ctvs
	TRANSFERENCIAS: INTERBANCARIAS - INTERFILIALES - A TERCEROS	28ctvs a 55,49usd
<b>COOPERATIVA PABLO MUÑOZ VELA</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	BANRED	0 A 8USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
	PAGO FACTURAS SERVICIOS PUBLICOS	0 a 25ctvs
	TRANSFERENCIAS	28ctvs a 55,49usd
	TRANSFERENCIAS: INTERBANCARIAS - INTERFILIALES - A TERCEROS	28ctvs a 55,49usd
<b>COOPERATIVA SAN FRANCISCO DE ASIS</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
<b>COOPERATIVA 23 DE JULIO</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD

<b>INSTITUCION FINANCIERA</b>	<b>TIPO DE SERVICIO</b>	<b>COSTO</b>
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
<b>COOPERATIVA 29 DE OCTUBRE</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
<b>COOPERATIVA ALAINZA DEL VALLE</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
<b>COOPERATIVA ANDALUCIA</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
	DEBI CARD ANDALIUCIA	0 A 8USD
<b>COOPERATIVA COOPROGRESO</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
<b>COOPERATIVA COTOCOLLAO</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	BANRED	0 A 8USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA -	30 CTVS A 3 USD

<b>INSTITUCION FINANCIERA</b>	<b>TIPO DE SERVICIO</b>	<b>COSTO</b>
	CHEQUES DEVUELTOS	
<b>COOPERATIVA RIOBAMBA</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	BANRED	0 A 8USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
<b>COOPERATIVA SANTA ROSA</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
	RED APOYO	0 A 8USD
<b>DINERS CLUB</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	AVANCES EFECTIVO NACIONAL - INTERNACIONAL - PARA LIQUIDEZ	5USD DE CADA 100USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
<b>MUTUALISTA IMBABURA</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
<b>MUTUALISTA PICHINCHA</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	BANRED	0 A 8USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
	PAGO FACTURAS SERVICIOS PUBLICOS	0 a 25ctvs
	TRANSFERENCIAS	28ctvs a 55,49usd
	TRANSFERENCIAS: INTERBANCARIAS - INTERFILIALES - A TERCEROS	28ctvs a 55,49usd

<b>INSTITUCION FINANCIERA</b>	<b>TIPO DE SERVICIO</b>	<b>COSTO</b>	
<b>PRODUBANCO</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD	
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD	
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD	
	PAGO FACTURAS SERVICIOS PUBLICOS	0 a 25ctvs	
	TRANSFERENCIAS: INTERBANCARIAS - INTERFILIALES - A TERCEROS	28ctvs a 55,49usd	
	<b>UNIBANCO</b>	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
<b>UNIBANCO</b>	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD	
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD	
	MAS FACIL	0 A 8USD	
	PAGO FACTURAS SERVICIOS PUBLICOS	0 a 25ctvs	
	TRANSFERENCIAS: INTERBANCARIAS - INTERFILIALES - A TERCEROS	28ctvs a 55,49usd	
	<b>UNIFINSA</b>	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	<b>UNIFINSA</b>	GARANTIAS Y AVALES BANCARIOS GARANTIAS ADUANERAS	75USD HASTA 5% ANUAL
<b>VAZCORP</b>		CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
<b>puntodigital_jc@hotmail.com</b>	GARANTIAS Y AVALES BANCARIOS GARANTIAS ADUANERAS	75USD HASTA 5% ANUAL	

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

## 2.4.2 Por Subsistema

**Tabla N° 16: Servicios y costos que entregan por su bsistema**

SUBSISTEMA	TIPO DE SERVICIO	COSTO
banca publica	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
	PAGO FACTURAS SERVICIOS PUBLICOS	0 a 25ctvs
banco privado	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	BANCOMATICO CIRRUS	0 A 8USD
	BANINTER	0 A 8USD
	BANRED	0 A 8USD
	BANRED, CIRRUS	0 A 8USD
	BGR NEXO	0 A 8USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHECK CARD	0 A 8USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
	GARANTIAS Y AVALES BANCARIOS GARANTIAS ADUANERAS	75USD HASTA 5% ANUAL
	MAS FACIL	0 A 8USD
	MASTERCARD DEBIT	0 A 8USD
	NEXO	0 A 8USD
	PAGO FACTURAS SERVICIOS PUBLICOS	0 a 25ctvs
	TARJETA EFECTIVA	0 A 8USD
	TRANSFERENCIAS	28ctvs a 55,49usd
	TRANSFERENCIAS: INTERBANCARIAS - INTERFILIALES - A TERCEROS	28ctvs a 55,49usd
	VISA DEBIT	0 A 8USD
	VISA ELECTRON - CUENTA JOVEN	0 A 8USD
	XPERTA NACIONAL -	0 A 8USD

SUBSISTEMA	TIPO DE SERVICIO	COSTO
	INTERNACIONAL	
COOPERATIVAS	29 CARD	0 A 8USD
	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	BANRED	0 A 8USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
	DEBI CARD ANDALIUCIA	0 A 8USD
	PAGO FACTURAS SERVICIOS PUBLICOS	0 a 25ctvs
	RED APOYO	0 A 8USD
	TRANSFERENCIAS	28ctvs a 55,49usd
	TRANSFERENCIAS: INTERBANCARIAS - INTERFILIALES - A TERCEROS	28ctvs a 55,49usd
INSTITUCIONES FINANCIERAS	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	AVANCES EFECTIVO NACIONAL - INTERNACIONAL - PARA LIQUIDEZ	5USD DE CADA 100USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	GARANTIAS Y AVALES BANCARIOS GARANTIAS ADUANERAS	75USD HASTA 5% ANUAL
MUTUALISTAS	AVANCES DE EFECTIVO	5USD DE CADA 100USD
	BANRED	0 A 8USD
	CERTIFICACIONES BANCARIAS	0 A 2,65 USD
	CHEQUES DE GERENCIA - CERTIFICACION DE CHEQUES - CHEQUES DE CAMARA - CHEQUES DEVUELTOS	30 CTVS A 3 USD
	PAGO FACTURAS SERVICIOS PUBLICOS	0 a 25ctvs
	TRANSFERENCIAS	28ctvs a 55,49usd
	TRANSFERENCIAS: INTERBANCARIAS - INTERFILIALES - A TERCEROS	28ctvs a 55,49usd

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.



## **CAPÍTULO III**

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

Los productos financieros son el objetivo del negocio de las Instituciones financieras proveer de servicios financieros, son lo que se "vende" a los clientes. De tal forma, como cualquier otra empresa, una Institución Financiera que de servicios financieros se debe regir por el mercado y tener como objetivo reconocer y satisfacer las necesidades del cliente en forma rentable. Los clientes pueden ser particulares o empresas y sus necesidades de servicios financieros oscilarán desde la necesidad de un lugar seguro para guardar su dinero excedente hasta poder recibir préstamos para afrontar un déficit de liquidez o poder enviar dinero a un pariente en una zona rural. De esta manera, el proveedor de servicios financieros tiene que decidir si ofrecer a sus clientes un producto o varios productos y cuánto cobrar para hacer un negocio sostenible.

Por tal motivo hemos realizado una encuesta de 128 preguntas para clientes de las Instituciones Financieras reguladas en el sector de la Provincia de Pichincha en el Cantón Quito, esta encuesta se compone en 3 partes importantes de información, la primera parte donde abarca preguntas generales al encuestado, la segunda parte en donde preguntamos preferencias del sistema financiero regulado y una tercera parte en donde preguntamos preferencias en el sistema financiero no regulado. Como podemos observar esta encuesta tiene como objetivo realizar una perspectiva muy amplia para conocer la demanda de los servicios que existe en estas instituciones financieras.

Las instituciones financieras que se tomó como muestra para el análisis y estudio en este capítulo y que corresponden al sector de la provincia de Pichincha, Cantón Quito son: Cooperativa Alianza del valle, Banco Ecuatoriano de la vivienda; Banco Nacional de Fomento; Mutualista Imbabura y Dineros, estas entidades son reguladas en el sistema financiero.

Se realizaron 179 encuestas las cuales fueron distribuidas de la siguiente forma: 113 encuestas realizadas a clientes de la Cooperativa Alianza del Valle en diferentes

sucursales de Quito siendo en el sur en la agencia chillogallo, en el centro en la agencia la colón, al norte en la agencia el Inca y en el valle en la agencia de Conocoto.

Seguidamente se realizaron 40 encuestas a clientes del Banco Ecuatoriano de la vivienda en la agencia matriz de Quito (Av 10 de Agosto y Luis Cordero) en el centro financiero.

Para posteriormente realizar 10 encuestas a clientes del Banco Nacional de Fomento en la agencia del centro financiero en la Ante y 10 de Agosto.

A continuación encuestamos a 9 clientes de la Mutualista Imbabura en la agencia ubicada en el centro comercial de las Naciones Unidas.

Para finalmente realizar 7 encuestas a clientes que utilizan los servicios financieros de Diners Club del Ecuador.

Al realizar el análisis de la información proporcionada por estas encuestas veremos que los objetivos de las Instituciones Financieras de brindar servicios, satisfacer y reconocer las necesidades y es la razón de ser de estas entidades por que es lo que vende a sus clientes dando así utilidades a sus accionistas.

El sector de servicios financieros están cambiando rápidamente y esta volviéndose altamente competitivo. Las instituciones financieras tratan de proteger su base de clientes, así como de competir por nuevos negocios.

De tal forma que al realizar estas encuestas y observar los resultados que nos arrojará podremos tomar las conclusiones y entregar recomendaciones para que sean más competitivas y mejorar en sus negocios.

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

Entre los factores que influyen en la preferencia de uno u otro producto financiero a los subsistemas podemos empezar indicando datos generales de los cuales se ha partido para realizar encuestas a clientes de diferentes entidades financieras

reguladas, la tabla siguiente indica un rango de las edades como el BEV donde el 30% tiene el mayor porcentaje entre las edades comprendidas de 30 a 39 años una población joven seguidamente del 28% en el rango de 40 a 49 años. Para el BNF el mayor porcentaje se encuentra en los rangos de 40 a 49 años y de 50 a 59 años con el 30% cada uno, sin embargo vemos que para la cooperativa el 28% abarca el rango de 30 a 39 años seguido del 23% para el rango de 40 a 49 años y un dato importante que en esta cooperativa hay un porcentaje significativo para clientes de la tercera edad en un 13%. Lo que sucede con Dineros los clientes están enfocados en las edades jóvenes en un 57% para el rango de 30 a 39 años; mientras que para las mutualistas el porcentaje es mayor en las edades adultas en un 56% Ver Tabla N° 17, Rango Edades.

**Tabla N° 17: Rango Edades**

<b>Cuenta de Edad</b>		
<b>Nombre de la Institución</b>	<b>Edad_Cat</b>	<b>Total</b>
<b>BEV</b>	15 a 19 años	1
	20 a 29 años	7
	30 a 39 años	12
	40 a 49 años	11
	50 a 59 años	8
	60 años en adelante	1
<b>BNF</b>	30 a 39 años	2
	40 a 49 años	3
	50 a 59 años	3
	60 años en adelante	2
<b>Coop. Alianza del Valle</b>	15 a 19 años	1
	20 a 29 años	24
	30 a 39 años	32
	40 a 49 años	26
	50 a 59 años	15
	60 años en adelante	15
<b>Dineros</b>	30 a 39 años	4
	40 a 49 años	2
	50 a 59 años	1
<b>Mutualista Imbabura</b>	30 a 39 años	1
	40 a 49 años	3
	50 a 59 años	5
<b>Total general</b>		<b>179</b>

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

En la tabla por Sexo adjunta observamos que el 54% fueron del sexo masculino y el 46% sexo femenino, este dato nos indica que ahora las mujeres han decidido participar en las actividades de buscar los servicios y productos que ofrecen los subsistemas, por este motivo es importante saber acerca de las respuestas que nos darán en los análisis siguientes. Ver Tabla N° 18.

**Tabla N° 18: Tabla por sexo**

<b>Cuenta de Sexo</b>		
<b>Nombre de la Institución</b>	<b>Sex 1</b>	<b>Total</b>
<b>BEV</b>	Femenino	22
	Masculino	18
<b>BNF</b>	Femenino	5
	Masculino	5
<b>Coop. Alianza del Valle</b>	Femenino	51
	Masculino	62
<b>Diners</b>	Femenino	2
	Masculino	5
<b>Mutualista Imbabura</b>	Femenino	3
	Masculino	6
<b>Total general</b>		<b>179</b>

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

A continuación veamos los niveles de instrucción de las personas encuestadas: BEV 25% Tercer Nivel, 60% secundario, 15% primario; BNF 10% primario, 70% secundario, 20% tercer nivel; Cooperativa Alianza del Valle 3% Cuarto nivel, 22% Primario, 58% Secundario, 17% Tercer nivel; Diners 100% Tercer nivel; Mutualista Imbabura 11% Primario, 67% Secundario, 22% Tercer nivel. Ver Tabla N° 19.

**Tabla N° 19: Tabla nivel instruccio**

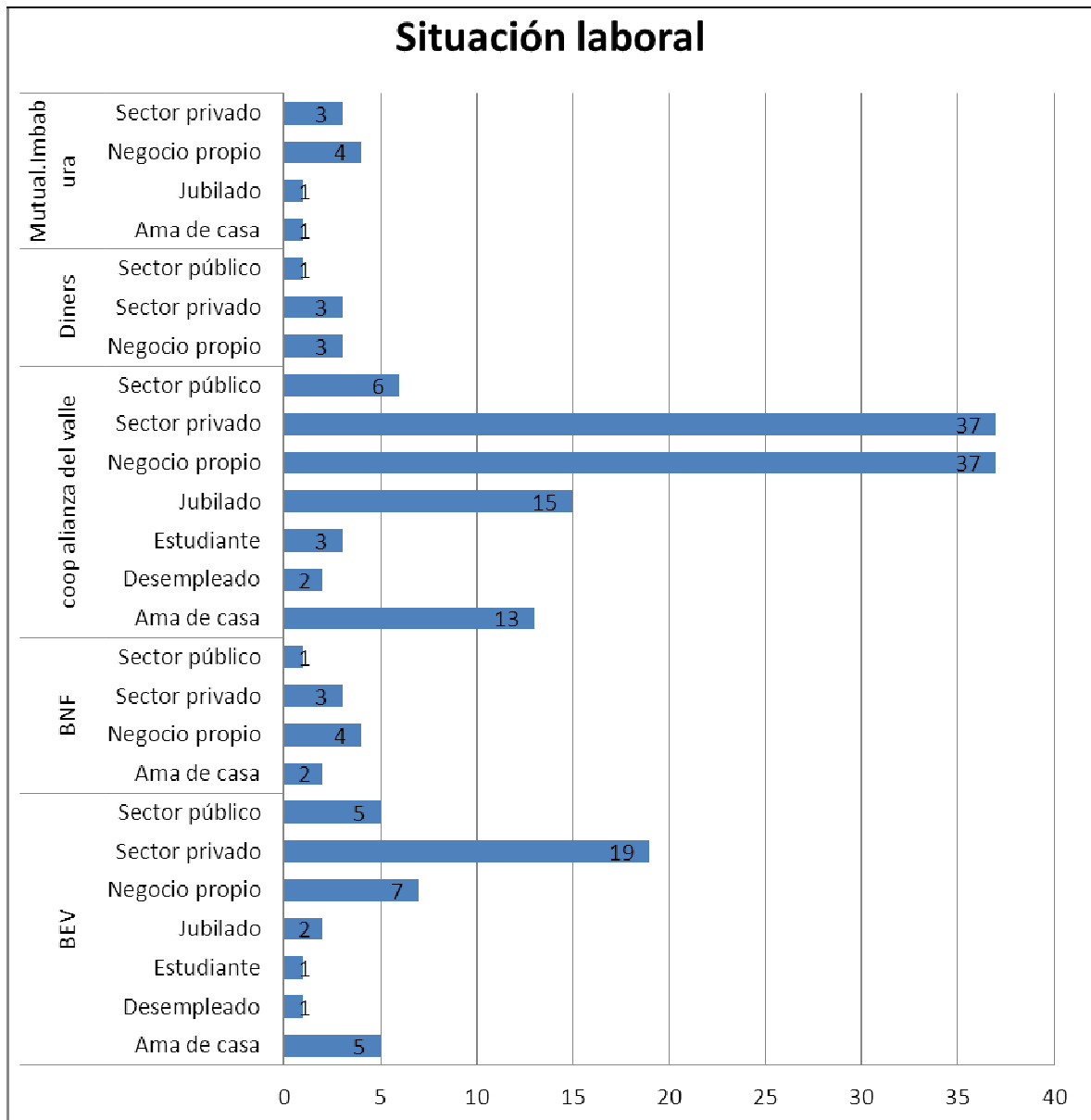
<b>Cuenta de Nivel</b>		
<b>Nombre de la Institución</b>	<b>Nivel Instruc 1</b>	<b>Total</b>
<b>BEV</b>	Primario	6
	Secundario	24
	Tercer nivel	10
<b>BNF</b>	Primario	1
	Secundario	7
	Tercer nivel	2
<b>Coop. Alianza del Valle</b>	Cuarto nivel	3
	Primario	25
	Secundario	66
	Tercer nivel	19
<b>Diners</b>	Tercer nivel	7
<b>Mutualista Imbabura</b>	Primario	1
	Secundario	6
	Tercer nivel	2
<b>Total general</b>		<b>179</b>

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

En el Gráfico N° 16 encontramos datos sobre la situación laboral de nuestros encuestados, para la Mutualista Imbabura el 33% se encuentra en el sector privado, mientras que un 44% tienen un negocio propio, para Diners el 43% son clientes que tienen un negocio propio y el 42% trabajan en el sector privado, en la cooperativa Alianza del valle el 32% trabajan en el sector privado y el 32% también tienen un negocio propio, es importante ver que aquí el 12% es del sector de amas de casa y el 13 % al sector de los jubilados, en la plaza del BNF el 40% tiene un negocio propio, el 30% trabaja en el sector privado, el 10% el sector público y el 20% como amas de casa, mientras que en el BEV el 13% trabaja en el sector público, el 48% en el sector privado, el 18% tiene un negocio propio, el 13% como amas de casa. Un enfoque que servirá para las personas que tienen in negocio propio, aunque no es muy alto pero el sector de la parte jubilada tienen influencia en los servicios y productos financieros, Un dato importante para las personas que utilizan Diners tienen un nivel de instrucción alto y todos tienen una ocupación o un negocio propio, esto nos servirá para el análisis de los siguientes gráficos que los analizaremos en el transcurso de la elaboración de este tema del capítulo.

**Gráfico N°16: Situación laboral**

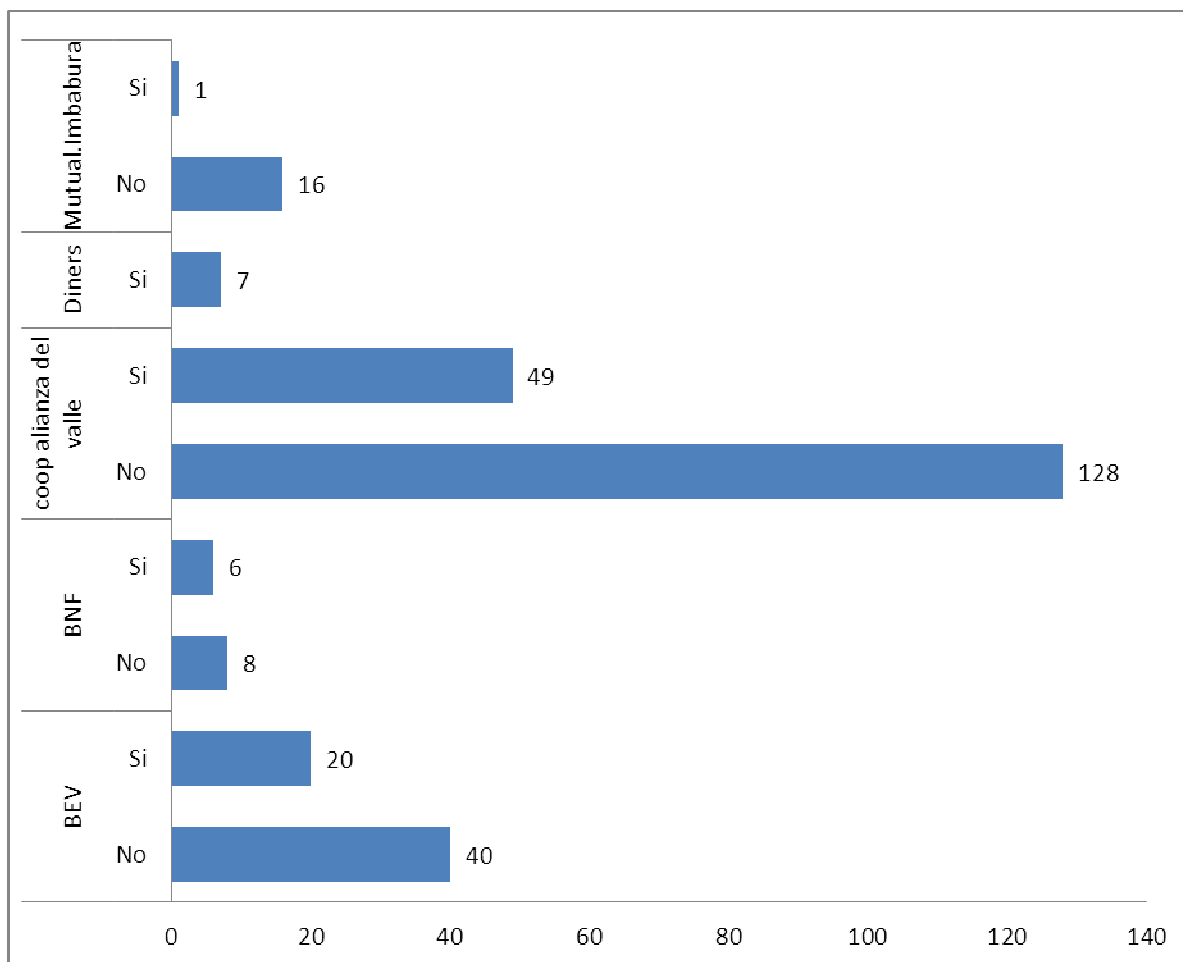


**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

A continuación unos datos que no son de relevancia pero lo hemos incluido para dato de información generales y que podría servir para futuros análisis, como por ejemplo observamos que en la Cooperativa Alianza del valle no poseen una cuenta de correo electrónico sin embargo cuando piden mejoras de la cooperativa indican que debería haber mayor tecnología. Lo que ocurre con Diners es que ellos no piden mejoras tecnológicas porque poseen una cuenta de correo es decir tienen acceso a una tecnología avanzada. Gráfico N°17.

**Gráfico N°17: Usuarios con cuentas de internet**

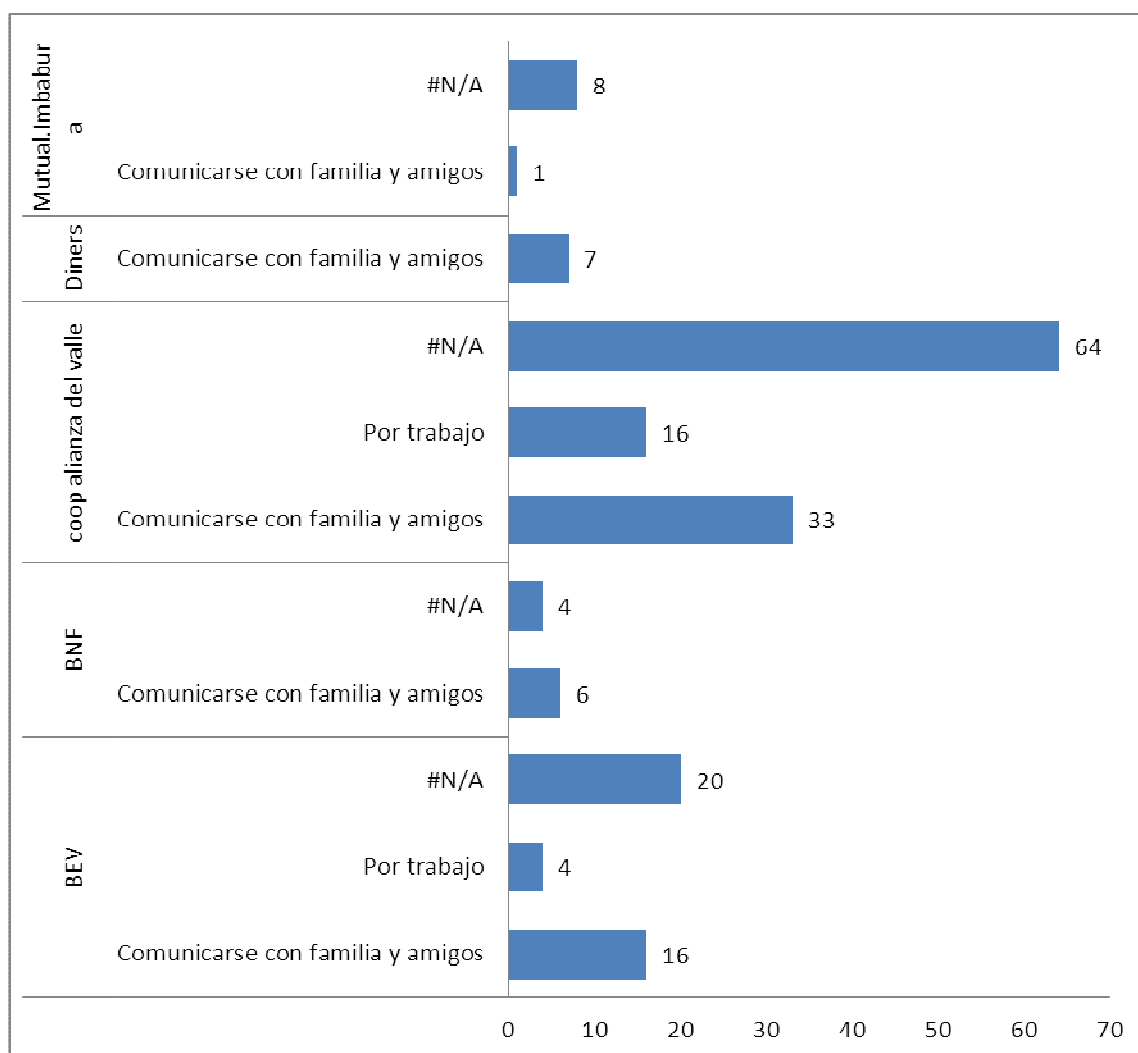


**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Aunque en la mayoría de los usuarios utilizan sus correos electrónicos para comunicarse con familia y amigos nos da la idea que estas personas tienen y conocen de un sistema de tecnología en donde pueden utilizarlo para mas funciones y aplicaciones, entre ellas el uso de la red virtual de los bancos. Gráfico N°18.

**Gráfico N°18: Motivos de utilizar una cuenta elect rónica**



Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

### 3.2 Estudio comparativo entre tipos de Subsistemas (IFIS)

De acuerdo a la Tabla N° 20 observamos que de las 1 79 encuestas realizadas hemos preguntado cual es su banco de mayor preferencia y nos han respondido de la siguiente forma; 40 personas que encuestamos en el Banco Ecuatoriano de la vivienda 9 clientes tienen como preferencia el banco pichincha es decir un 23%, seguido del produbanco con 3 personas es decir un 8% que prefieren éste, para seguir con 2 personas que tienen como preferencia al Banco Solidario, y en un 3% para los bancos bolivariano y banco del pacífico, y observemos que 23 personas encuestadas 58% en el BEV deciden no responder como preferencia de un banco.

Ahora miremos a las 10 personas que nos respondieron en el Banco nacional de Fomento como su preferencia a un banco privado siendo el mas importante que 2



personas preferían el produbanco, seguidos de preferencias como el Banco de Pacífico y banco del austro, y 6 personas es decir el 60% decidió no tener una preferencia por los bancos privados.

Tomemos en cuenta las 113 encuestas realizadas en la Cooperativa Alianza del Valle arrojando los siguientes datos; 19 personas 17% tienen como preferencia al Banco pichincha, seguido como segundo mas importante al produbanco con 9 personas es decir el 8%, y con 5 personas 4% que prefieren al Banco de Guayaquil, en menores porcentajes los encuestados nos responde que tienen de preferencia a los bancos Bolivariano, Capital, Internacional; Litroral, Machala, B. Pacífico, B.Procredit, B. Proamerica, Rumiñahui, B. Solidario, B. Unibanco, B. Austro; y en un 50% es decir de 56 encuestados de clientes que indican que no tienen preferencia de un Banco privado ya que para ellos esta Cooperativa les da mas seguridad que in Banco privado, esto lo podremos comprobar cuando analicemos la preferencias en las cooperativas que lo realizaremos mas adelante.

A continuación veamos lo que nos indican las 7 personas que preguntamos en la Institución Financiera diners club, de las cuales 5 personas 72% tienen como preferencia el Banco del Pichincha y en un 14% como referencia para Banco Bolivariano y produbanco, está a la vista que siendo que Diners Club pertenece al Grupo del Banco pichincha, los clientes de esta Institución financiera tienen más preferencia a éste.

Finalmente encuestamos a 9 personas clientes de la Mutualista Imbabura quienes nos han indicado que 4 personas tienen como preferencia el banco pichincha y 5 personas no responder como un banco de preferencia, el motivo se da que éstas personas son de escasos recursos económicos y prefieren la Mutualista como su primera opción.

En cada uno de los subsistema encuestados: bancos públicos (BEV y BNF), cooperativas (Alianza del valle), Mutualistas (Imbabura) y sociedad financiera (diners) se observa que el banco de mayor preferencia es banco pichincha con el 21% seguido del produbanco y Banco de Guayaquil con el 8% de preferencia, mientras que el 50% no poseen un Banco de Preferencia y deciden no responder manteniéndose fiel a su Banco Público, Cooperativa y Mutualista, sin embargo no

ocurre lo mismo con diners club que al ser una Institucion ligada a un banco público ellos deciden responder que su mejor opción es banco pichincha lo podemos ver en Gráfico N° 19.

**Tabla N° 20: Cuenta de Preferencia 1 Banco**

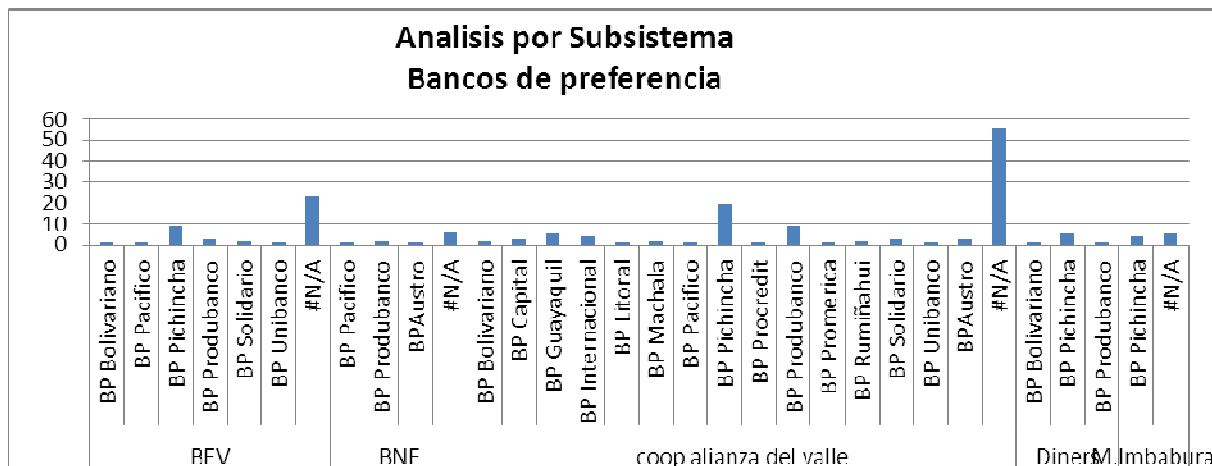
Nombre Institución	Pref Banco	Total
<b>BEV</b>	BP Bolivariano	1
	BP Pacifico	1
	BP Pichincha	9
	BP Produbanco	3
	BP Solidario	2
	BP Unibanco	1
	No responde	23
<b>BNF</b>	BP Pacifico	1
	BP Produbanco	2
	BPAustro	1
	No responde	6
<b>Coop. Alianza del Valle</b>	BP Bolivariano	2
	BP Capital	3
	BP Guayaquil	5
	BP Internacional	4
	BP Litoral	1
	BP Machala	2
	BP Pacifico	1
	BP Pichincha	19
	BP Procredit	1
	BP Produbanco	9
	BP Promerica	1
	BP Rumiñahui	2
	BP Solidario	3
	BP Unibanco	1
	BPAustro	3
No responde	56	
<b>Diners</b>	BP Bolivariano	1
	BP Pichincha	5
	BP Produbanco	1
<b>Mutualista Imbabura</b>	BP Pichincha	4
	No responde	5
<b>Total general</b>		<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

179 encuestas realizadas en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito.

**Gráfico N°19: Bancos de mayor preferencia**



**Fuente:** Bancos de Mayor preferencia a 179 personas encuestadas en los Subsistemas de la Provincia de Pichincha, Cantón Quito.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

A continuación vemos lo que ocurre a las personas encuestadas en cada uno de los subsistemas y lo que nos indican cuando les preguntamos cuál es su Cooperativa de Mayor preferencia; en la Tabla N° 21 nos indica que el 100% de las personas encuestadas en la cooperativa Alianza del Valle prefieren su Cooperativa la razón de preferir es porque tienen cobertura, costos accesibles, prestigio, sus productos y servicios financieros, recomendaciones, por servicios al cliente, solidez, tradición, ubicación, lo que nos da a entender que la cooperativa a estado manejando bien la parte operativa hacia el cliente dando como resultado una fidelidad del cliente a su entidad, en tanto que de la banca pública sus clientes no en gran porcentaje pero tienen acceso a cuentas en cooperativas como 29 de Octubre, Alaienza del Valle, o Andalucía, en la Sociedad financiera no creen tener cuentas en Cooperativas pero la razón se da por lo analizado en la Tabla N° 19 en donde los clientes prefieren un Banco privado como 1era opción, lo que ocurre con la Mutualista caso similar donde sus ahorros lo confiarían más en un banco que en una Mutualista.

**Tabla N°21: Cooperativas de mayor preferencia**

Nombre Institución	Coop Pref 1	Total
<b>BEV</b>	Coop. 29 de octubre	1
	Coop. Alianza del Valle	1
	Coop. Andalucia	1
	No responde	37
<b>BNF</b>	Coop. 29 de octubre	1
	No responde	9
<b>Coop. Alianza del Valle</b>	Coop. Alianza del Valle	113
<b>Diners</b>	No responde	7
<b>Mutualista Imbabura</b>	No responde	9
<b>Total general</b>		<b>179</b>

**Fuente:** Cooperativas de Mayor preferencia a 179 personas encuestadas en los Subsistemas de la Provincia de Pichincha, Cantón Quito.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

**Tabla N°22: Razones del cliente - cooperativa**

Nombre Institución	Razon Client Coop 1	Total
<b>Coop. Alianza del Valle</b>	Cobertura	11
	Costos	1
	Prestigio	17
	Productos y servicios financieros	21
	Recomendación	15
	Servicio al cliente	3
	Solidez	25
	Tradicición	14
	Ubicación	2
	No responde	4
<b>Total general</b>		<b>113</b>

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Preguntamos a nuestros encuestados cuál sería la mutualista de mayor preferencia y nos respondieron; que el 100% de los clientes encuestados en la Mutualista Imbabura son fieles a su entidad la razón según podemos ver la Tabla N° 23 indica por recomendaciones, Cobertura, prestigio, tradición y por ubicación, sin embargo en esta ocasión para el subsistema de Bancos Públicos y en las Cooperativas tienen a confiar en la Mutualista Pichincha la razón se debe a que el cliente tiene una tradición, por los productos financieros que ofrece y por recomendaciones, caso que

no ocurría con las Cooperativas donde no existe una confianza para estos subsistemas.

**Tabla N°23: Mutualista de mayor preferencia**

Nombre Institución	Mutualista - Preferencia 1	Total
<b>BEV</b>	Mutualista Pichincha	1
	No responde	39
<b>BNF</b>	Mutualista Pichincha	1
	No responde	9
<b>Coop. Alianza del Valle</b>	Mutualista Imbabura	2
	Mutualista Pichincha	2
	No responde	109
<b>Diners</b>	No responde	7
<b>M. Imbabura</b>	Mutualista Imbabura	9
<b>Total general</b>		<b>179</b>

**Fuente:** Mutualistas de Mayor preferencia a 179 personas encuestadas en los Subsistemas de la Provincia de Pichincha, Cantón Quito Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

**Tabla N°24: Primera razón para ser cliente de una mutualista**

Nombre Institución	Razon Client Mutual 1	Total
<b>BEV</b>	Tradición	1
	No responde	39
<b>BNF</b>	Productos y servicios financieros	1
	No responde	9
<b>Coop. Alianza del Valle</b>	Prestigio	1
	Productos y servicios financieros	1
	Recomendación	1
	Tradición	1
	No responde	109
<b>Diners</b>	No responde	7
<b>M. Imbabura</b>	Cobertura	2
	Prestigio	2
	Recomendación	3
	Tradición	1
	Ubicación	1
<b>Total general</b>		<b>179</b>

**Fuente:** Mayor preferencia para ser clientes de Mutualistas a 179 personas encuestadas en los Subsistemas de la Provincia de Pichincha, Cantón Quito

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

En la Tabla N° 25 se encuentra los resultados de haber preguntado a los clientes sobre cual es su Institución Financiera de preferencia, las únicas personas que nos han respondido fueron los clientes de diners quienes prefieren utilizar una sociedad financiera por que existe cobertura, por sus productos y servicios financieros, por su solidez y por su tradición como se lo puede observar en la Tabla N° 26, y los productos más solicitados por estos clientes son las tarjeta de crédito Diners y las garantías bancarias como se observa en la Tabla N° 27; los clientes de los otros subsistemas no respondieron indicando que no trabajan con sociedades financieras.

**Tabla N° 25: Cuenta de Indique el nombre de la sociedad financiera**

Nombre Institución	Soc Finan Pref 1	Total
BEV	No responde	40
BNF	No responde	10
Coop Alianza del Valle	No responde	113
Diners	Dinners	7
M. Imbabura	No responde	9
<b>Total general</b>		<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

**Tabla N° 26: Razón del cliente – sociedad financiera**

Nombre Institución	Razon Client Soc fin 1	Razon Client Soc Fin 2	Total
Diners	Solidez	Cobertura	3
		Productos y servicios financieros	1
	Tradición	Cobertura	2
		Productos y servicios financieros	1
<b>Total general</b>			<b>7</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

**Tabla N° 27: Productos financiera**

Nombre Institución	Produc Financ 1	Servic Financ 2
Diners	Tarjetas de crédito	Garantias bancarias
<b>Total general</b>		

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Preguntamos a nuestros encuestados sobre la preferencia de un banco público y vemos que las personas que tienen cuentas en bancos públicos utilizan solo en donde manejan sus cuentas, mientras que las mutualistas, cooperativas y sociedades financieras no utilizan un Banco Público y el motivo es como lo vimos en las tablas anteriores donde nos indicaban que los clientes o solo prefieren su Cooperativa o solo prefieren su Mutualista o solo prefieren su sociedad financiera, no ocurre lo mismo con la preferencias de utilizar un banco privado de preferencia el cual vimos que si existen preferencias con el subsistema de bancos privados que les entregan mas confianza. En el caso del subsistema de bancos públicos las razones de utilizar sus productos y servicios financieros se da por los créditos de vivienda, las cuentas de ahorro, depósitos a plazos, bonos de desarrollo, cheques de gerencia.

**Tabla N°28: Cuenta de Indique el nombre del banco público en donde es cliente**

<b>Nombre Institución</b>	<b>Banco Pub Pref 1</b>	<b>Total</b>
<b>BEV</b>	Banco Ecuatoriano de la vivienda	40
<b>BNF</b>	Banco Nacional de Fomento	10
<b>coop alianza del valle</b>	No responde	113
<b>Diners</b>	No responde	7
<b>M.Imbabura</b>	No responde	9
<b>Total general</b>		<b>179</b>

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

**Tabla N°29: Servicios financiera – banca pública**

Nombre Institución	Produc Financ Bca Public 1	Serv Fin Bca Public 1	Cuenta de Producto financiero en banca pública	Cuenta de Servicio financiero en banca pública
<b>BEV</b>	<b>Créditos vivienda</b>	Cheques de gerencia	1	1
		Otros	1	1
		No responde	1	1
	<b>Cuentas de ahorro</b>	Bono de desarrollo humano	1	1
		Cheques de gerencia	2	2
		Otros	8	8
		No responde	26	26
<b>BNF</b>	<b>Cuentas de ahorro</b>	Cheques de gerencia	1	1
		No responde	8	8
	<b>Depositos a plazo</b>	Cheques de gerencia	1	1

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Los subsistemas de cooperativas nos indican que están ganando terreno en la captación de clientes, mientras que observamos que las sociedades financieras captan un cierto segmento del mercado dando como resultado que estas personas no requieren servicios de una Mutualista o una Cooperativa, menos aun de Banco público, con relación a las Mutualistas se encuentran entregando servicios y productos de vivienda para adquirir un bien, sin embargo hay que tomar en cuenta que los Bancos privados tienen una brecha muy grande entre sus productos, casi lo podemos comparar con las cooperativas porque existe un factor común entre todos los subsistemas para preferir un banco, ver Tabla N° 30 siendo que los productos y servicios mas la solidez, el prestigio, y servicios al cliente son los que prefieren para tener una cuenta en un banco seguido de la ubicación y sus costos, tanto es así que el Banco pichincha tiene un segmento de mercado muy amplio seguido del Produbanco y banco de Guayaquil.



**Tabla N°30: Razón cliente - banco**

<b>Nombre Institución</b>	<b>Razon Client Bco 1</b>	<b>Razon Cliente Bco 2</b>
<b>BEV</b>	<b>Costos</b> <b>Prestigio</b> <b>Servicio al cliente</b> <b>Solidez</b>	Ubicación Cobertura No responde No responde Cobertura Prestigio Productos y servicios financieros Recomendación Tradición No responde
<b>BNF</b>	<b>Recomendación</b> <b>Solidez</b> <b>Tradición</b>	Cobertura Productos y servicios financieros Cobertura Costos No responde
<b>coop alianza del valle</b>	<b>Cobertura</b> <b>Costos</b> <b>Prestigio</b> <b>Productos y servicios financieros</b> <b>Recomendación</b> <b>Solidez</b> <b>Tradición</b>	Productos y servicios financieros No responde Productos y servicios financieros No responde Productos y servicios financieros No responde Costos Ubicación No responde Cobertura Ubicación No responde Tradición No responde Productos y servicios financieros Recomendación Ubicación
<b>Diners</b>	<b>Solidez</b> <b>Tradición</b>	Cobertura Prestigio Tradición Cobertura
<b>M.Imbabura</b>	<b>Cobertura</b> <b>Solidez</b> <b>Tradición</b>	No responde No responde No responde

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

### 3.2.1 Estudio comparativo entre productos y servicios

A continuación haremos un estudio comparativo de los productos y servicios que cada cliente prefiere ya sea por una necesidad, por una tradición, por promociones, etc., distribuyendo las encuestas para cada área de subsistema.

Empezamos recordando que se han realizado 179 encuestas a clientes distribuidas en; 40 encuestas para el BEV, 10 encuestas para BNF, 113 encuestas para Cooperativa Alianza del valle, 7 encuestas para Diners y 9 encuestas para Mutualista Imbabura; hemos preguntado a los clientes de cada subsistema sobre que producto y servicio prefiere de un banco privado de su mayor preferencia y los clientes del BEV tienen cuentas de ahorro y corriente en el Banco del Pichincha es decir el 19% que son clientes del BEV prefieren los servicios del Banco del Pichincha, seguido del 8% que prefieren productos del Produbanco. En el BNF el 20% han indicado que prefieren los productos del Produbanco, mientras que el 60% prefiere no responder. La cooperativa Alianza del Valle observamos que hay una mayor diversidad de clientes que utilizan varias alternativas como subsistema de Bancos Privados, entre los que mas se destacan son el Banco del Pichincha con productos de cuentas corrientes, de ahorro y tarjetas de crédito, mientras que el Produbanco abarca el 7% de preferencias para productos de cuentas de ahorro y corriente. Los clientes de Diners prefieren productos del Banco pichincha para cuentas corrientes, mientras que para la mutualista Imbabura su preferencia es utilizar productos del Banco del Pichincha para cuentas de ahorro, ver Tabla N°31.

**Tabla N°31: Cuenta de Prioridad producto financiero o banco 1**

Nombre inst	Pref banc_	Prod fin cat_	Total
BEV	BP Bolivariano	Cuenta ahorro	1
	BP Pacifico	Cuenta corriente	1
	BP Pichincha	Cuenta ahorro	6
		Cuenta corriente	2
		Tarjeta crédito Diners Club	1
	BP Produbanco	Cuenta ahorro	3
	BP Solidario	Crédito consumo	1
		Crédito vivienda	1
	BP Unibanco	Cuenta ahorro	1
		No responde	23
BNF	BP Pacifico	Crédito consumo	1

Nombre inst	Pref banc_	Prod fin cat_	Total
	<b>BP Produbanco</b>	Crédito consumo	1
		Tarjeta crédito Visa	1
	<b>BPAustro</b>	Cuenta ahorro	1
		No responde	6
<b>Coop Alianza del Valle</b>	<b>BP Bolivariano</b>	Cuenta ahorro	2
	<b>BP Capital</b>	Cuenta ahorro	3
	<b>BP Guayaquil</b>	Cuenta corriente	4
		Tarjeta crédito Visa	1
	<b>BP Internacional</b>	Cuenta ahorro	2
		Cuenta corriente	1
		Tarjeta crédito Visa	1
	<b>BP Litoral</b>	Cuenta ahorro	1
	<b>BP Machala</b>	Cuenta ahorro	1
		Cuenta corriente	1
	<b>BP Pacifico</b>	Tarjeta crédito Visa	1
	<b>BP Pichincha</b>	Cuenta ahorro	14
		Cuenta corriente	3
		Tarjeta crédito Dinners Club	2
	<b>BP Procredit</b>	Cuenta corriente	1
	<b>BP Produbanco</b>	Cuenta ahorro	4
		Cuenta corriente	4
		Polizas acumulación (CDs)	1
	<b>BP Promerica</b>	Cuenta corriente	1
	<b>BP Rumiñahui</b>	Cuenta ahorro	2
	<b>BP Solidario</b>	Crédito consumo	1
		Cuenta ahorro	1
		Cuenta corriente	1
	<b>BP Unibanco</b>	Cuenta ahorro	1
	<b>BPAustro</b>	Cuenta ahorro	1
		Tarjeta crédito Visa	2
		Cuenta ahorro	1
		No responde	55
<b>Diners</b>	<b>BP Bolivariano</b>	Cuenta corriente	1
	<b>BP Pichincha</b>	Cuenta corriente	5
	<b>BP Produbanco</b>	Cuenta corriente	1
<b>Mutualista Imbabura</b>	<b>BP Pichincha</b>	Cuenta ahorro	4
		No responde	5
<b>Total general</b>			<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Considerando tener más información hemos preguntado a los clientes si tienen como opción un segundo banco y que producto han preferido y como lo vemos en la Tabla N° 32 nos han indicado que sus productos más utilizados son las cuentas de ahorro y cuentas corrientes.

**Tabla N° 32: Cuenta de Prioridad producto financiero o banco 2**

<b>Nombre Inst</b>	<b>Princ Prod Fin 2</b>	<b>Total</b>
<b>BEV</b>	Cuenta ahorro	1
	Cuenta corriente	1
	No responde	38
<b>BNF</b>	No responde	10
<b>Coop Alianza del Valle</b>	Cuenta ahorro	4
	No responde	109
<b>Diners</b>	Cuenta ahorro	5
	Cuenta corriente	1
	No responde	1
<b>M.Imbabura</b>	No responde	9
<b>Total general</b>		<b>179</b>

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Los servicios financieros mas utilizados por clientes del BEV que tienen como primera opción a bancos privado destacándose los servicios que brinda el Banco del Pichincha entre los mas importantes son las transferencias bancarias, seguido de cheques de gerencia y podemos observar que tiene una gama amplia de servicios que prefieren los clientes, en segundo lugar tenemos los servicios que brinda el Produbanco y Banco Solidario. Seguimos con los clientes del BNF y sus clientes prefieren los servicios del Produbanco por las transferencias electrónicas. Para los clientes de la coop Alianza del Valle nos han respondido que su primera opción de bancos es el Pichincha con servicios de pagos de nómina de empleados, giros internacionales, pagos de servicios básicos, transferencias bancarias e interbancarias, y en segundo lugar se encuentra los servicios que brinda el Produbanco con los servicios mas utilizados de Giros Nacionales y extranjeros, y las transferencias bancarias; otros clientes de la Coop tienen un segmento variado en preferencia para otros bancos y servicios. Los encuestados en Diners nos han respondido que los principales servicios son los que brinda el Banco del Pichincha

con giros nacionales, pago de servicios básicos y transferencias bancarias y el 14% prefiere también los servicios de Produbanco en transferencias bancarias. Finalmente las personas encuestadas en la Mutualista Imbabura tienen confianza en los servicios del Banco pichincha. Ver Tabla N° 33 .

**Tabla N° 33: Cuenta de Prioridad servicio financier o banco 1**

Nombre Inst	Pref Banc_	Principal Serv Fin 1	Total
<b>BEV</b>	<b>BP Bolivariano</b>	Transferencias bancarias	1
		Giros nacionales	1
	<b>BP Pacifico</b>	Cheques gerencia	3
		Giros nacionales	1
		Matriculación vehicular	1
		Pago matrícula centros educativos	1
		Pago Servicios básicos	1
		Transferencias bancarias	2
		<b>BP Produbanco</b>	Giros nacionales
	Otros		1
	Pago Servicios básicos		1
	<b>BP Solidario</b>	Giros nacionales	1
		Pago Servicios básicos	1
	<b>BP Unibanco</b>	No responde	1
No responde		23	
<b>BNF</b>	<b>BP Pacifico</b>	Transferencias bancarias	1
		Transferencias bancarias	2
	<b>BP Austro</b>	Pago matrícula centros educativos	1
		No responde	6
<b>coop alianza del valle</b>	<b>BP Bolivariano</b>	Nexo	1
		Pago Servicios básicos	1
	<b>BP Capital</b>	Nexo	1
		Pago Servicios básicos	1
		Transferencias bancarias	1
	<b>BP Guayaquil</b>	Nexo	2
		Pago Servicios básicos	1
		Transferencias bancarias	2
		<b>BP Internacional</b>	Aportes patronales
	Bono de desarrollo humano		1
	Nexo		1
	Pago Servicios básicos		1
	<b>BP Litoral</b>	Pago Servicios básicos	1
		<b>BP Machala</b>	Matriculación vehicular

Nombre Inst	Pref Banc_	Principal Serv Fin 1	Total
		Nexo	1
	<b>BP Pacifico</b>	Giros nacionales	1
	<b>BP Pichincha</b>	Aportes patronales	1
		Giros nacionales	3
		Nexo	3
		Pago nómina empleados	1
		Pago Servicios básicos	2
		Transferencia interbancarias	1
		Transferencias bancarias	3
		No responde	5
	<b>BP Procredit</b>	Giros nacionales	1
	<b>BP Produbanco</b>	Giros internacionales	1
		Giros nacionales	2
		Nexo	2
		Transferencias bancarias	3
		No responde	1
	<b>BP Promerica</b>	Transferencias bancarias	1
	<b>BP Rumiñahui</b>	Nexo	1
		Pago matrícula centros educativos	1
	<b>BP Solidario</b>	Giros nacionales	1
		Pago Servicios básicos	1
		Transferencias bancarias	1
	<b>BP Unibanco</b>	Transferencias bancarias	1
	<b>BPAustro</b>	Nexo	1
		Pago Servicios básicos	1
		No responde	1
		Transferencias bancarias	1
		No responde	55
<b>Diners</b>	<b>BP Bolivariano</b>	Transferencia interbancarias	1
	<b>BP Pichincha</b>	Giros nacionales	1
		Pago Servicios básicos	1
		Transferencias bancarias	3
	<b>BP Produbanco</b>	Transferencias bancarias	1
<b>Mutual.Imbabura</b>	<b>BP Pichincha</b>	Matriculación vehicular	1
		Nexo	2
		No responde	1
		No responde	5
<b>Total general</b>			<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Para realizar un alcance mayor a la encuesta hemos preguntado si existe mas preferencias en los servicios de sus banco que no son preferidos y nos han respondido como lo podemos observar en la Tabla N° 34.

**Tabla N°34: Cuenta de Prioridad servicio financier o banco 2**

<b>Nombre Inst</b>	<b>Princ Serv Fin 2</b>	<b>Total</b>
<b>BEV</b>	Matriculación vehicular	1
	Transferencias bancarias	1
	No responde	38
<b>BNF</b>	No responde	10
<b>Coop Alianza del Valle</b>	Giros nacionales	1
	Impuestos SRI	1
	Interbancarios	1
	Transferencias bancarias	1
	No responde	109
<b>Diners</b>	Giros internacionales	2
	Giros nacionales	1
	Pago matrícula centros educativos	1
	Pago Servicios básicos	1
	Transferencias bancarias	1
	No responde	1
<b>M.Imbabura</b>	No responde	9
<b>Total general</b>		<b>179</b>

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Ahora las respuestas de los clientes cuando les preguntamos los productos que más utilizan y para su servicio de su cooperativa de preferencia y los clientes del BEV nos han respondido que tienen cuentas en las Coop: 29 de Octubre, Alianza del Valle y Andalucía y que prefieren los productos como las cuentas de ahorro, sin embargo un 92% indica no tener cuentas en Cooperativas. Clientes del BNF el 10% tienen cuenta en la Coop 29 de Octubre utilizando los servicios de cuentas de ahorro, el 90% indica no tener cuenta en una cooperativa. El 94% de los clientes que fueron encuestados en la Cooperativa fueron fieles a su entidad, indicando que no existía otra cooperativa de su preferencia y que prefieren los servicios como créditos comerciales, de consumo, de vivienda, microcrédito, cuentas de ahorro y pólizas de acumulación. Para los subsistemas de la sociedad financiera y las

Mutualistas no tienen como preferencia una cuenta en las cooperativas. Ver Tabla N° 35.

**Tabla N° 35: Cuenta de Producto de mayor preferenci a cooperativa uno**

Nombre inst	Coop pref 1_	Produc prefer 1	Total
<b>BEV</b>	Coop. 29 de octubre	Cuenta ahorro	1
	Coop. Alianza del Valle	Cuenta ahorro	1
	Coop. Andalucia	Cuenta ahorro	1
	No aplica		37
<b>BNF</b>	Coop. 29 de octubre	Cuenta ahorro	1
	No aplica		9
<b>Coop. Alianza del Valle</b>	Coop. Alianza del Valle	Crédito comercial	4
		Crédito consumo	5
		Crédito vivienda	3
		Cuenta ahorro	91
		Micrócrédito	2
		Polizas acumulación (CDs)	1
		No aplica	7
<b>Diners</b>	No aplica		7
<b>Mutual. Imbabura</b>	No aplica		9
<b>Total general</b>			<b>179</b>

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Entres los principales servicios financiero de cooperativas los únicos que han respondido han sido los clientes de la Cooperativa Alianza del valle quienes prefieren utilizar su entidad para cobrar el bono de desarrollo humano, giros nacionales, servicios básicos, transferencias y giros por concepto de remesas. Tanto el BEV, BNF, Diners y Mutualista Imbabura prefieren no utilizar servicios de una cooperativa. Ver Tabla N° 36.



**Tabla N°36: Cuenta de Servicio de mayor preferenci a cooperativa uno**

<b>Nombre inst</b>	<b>Serv Coop Pref 1</b>	<b>Total</b>
<b>BEV</b>	No aplica	40
<b>BNF</b>	No aplica	10
<b>Coop Alianza del Valle</b>	Bono de desarrollo humano	5
	Giros nacionales	1
	Otros	40
	Pago giros por concepto de remesas	1
	Pago Servicios básicos	5
	Tarjetas de débito	6
	Transferencias	13
	No aplica	42
<b>Diners</b>	No aplica	7
<b>M.Imbabura</b>	No aplica	9
<b>Total general</b>		<b>179</b>

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Preguntamos a los clientes de las Instituciones financieras encuestadas cual es su mutualista de preferencia y que producto utiliza de la misma y en BEV, BNF Y Coop. Alianza del Valle han tenido como preferencia La Mutualista Pichincha ocupando como principal servicio las cuentas de ahorro tradicionales. Los clientes de Diners no tienen como prioridad utilizar productos de una Mutualista. Sucede lo contrario con La Mutualista Imbabura en donde todos los clientes encuestados prefieren su Mutualista Imbabura como primera opción sin tener mucha variedad en sus productos y la más utilizada las cuentas de ahorro tradicionales. Ver Tabla N°37.

**Tabla N°37: Cuenta de Producto financiero de mayor preferencia mutualista**

nombre inst	princ mutualis 1	produc prefer mutualist1	Total
BEV	Mutualista Pichincha	Cuenta de ahorro tradicional	1
	No aplica		39
BNF	Mutualista Pichincha	Cuenta de ahorro tradicional	1
	No aplica		9
Coop Alianza del Valle	Mutualista Imbabura	Cuenta de ahorro tradicional	2
	Mutualista Pichincha	Cuenta de ahorro tradicional	2
	No aplica		109
Diners	No aplica		7
Mutual. Imbabura	Mutualista Imbabura	Cuenta de ahorro tradicional	9
<b>Total general</b>			<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Como podemos ver en la Tabla N° 38 solamente los clientes de la Mutualista Imbabura son los que aprovechan de los beneficios que ofrece los servicios de esta entidad siendo los más importantes los giros internacionales, pago de impuestos del SRI y otros, para los otros subsistemas los servicios son muy poco utilizados, lo que hay que tomar en cuenta es que tienen como preferencia a la Mutualista Pichincha. Ver Tabla N°38.

**Tabla N°38: Cuenta de Servicio financiero de mayor preferencia mutualista**

nombre inst	princ mutualis 1	serv prefer mutualist 1	Total
BEV	Mutualista Pichincha	Otros	1
	No aplica		39
BNF	Mutualista Pichincha	Cheques gerencia	1
	No aplica		9
Coop Alianza del Valle	Mutualista Imbabura	Transferencias bancarias	2
	Mutualista Pichincha	Transferencias bancarias	2
	No aplica		109
Diners	No aplica		7
Mutual. Imbabura	Mutualista Imbabura	Giros internacionales	1
		Impuestos SRI	3
		Otros	4
		No aplica	1
<b>Total general</b>			<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Seguidamente preguntamos a los clientes encuestados cual era su principal productos financiero de una Sociedad Financiera y solamente nos han respondido los clientes de una sociedad financiera Diners y su principal producto y el más utilizado ha sido la utilización de la tarjeta de crédito y que además es uno de los principales productos que tiene esta entidad, como se puede ver en la Tabla N°39 el BEV, BNF, Coop.Alianza del Valle y Mutualista Imbabura deciden no responder como preferencia de usar un producto de una sociedad financiera.

**Tabla N° 39: Cuenta de Producto financiero en socie dad**

nombre inst	produc financ 1	Total
<b>BEV</b>	No aplica	40
<b>BNF</b>	No aplica	10
<b>Coop Alianza del Valle</b>	No aplica	113
<b>Diners</b>	Tarjetas de crédito	7
<b>M.Imbabura</b>	No aplica	9
<b>Total general</b>		<b>179</b>

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Los principales servicios financieros de la sociedad financiera como se muestra en la Tabla N° 40 son las garantías bancarias que los únicos que lo utilizan son los clientes de Diners, mientras que el BEV, BNF, Coop.Alianza del Valle y Mutualista Imbabura deciden no responder como preferencia de usar un servicio de una sociedad financiera.

Un factor importante que señalan los clientes de diners es que prefieren utilizar las tarjetas de crédito por su solidez y tradición que ha brindado la entidad, y como segunda razón principal indican que existe cobertura y productos financieros, y para concluir vemos que la razón por la que sus clientes son fieles a esta entidad financiera es porque son clientes más de 6 años y confían en sus productos y servicios. Ver Tablas N°41, 42 y 43.

**Tabla N°40: Cuenta de Servicio financiero en sociedad**

nombre inst	servic financ 2	Total
BEV	No aplica	40
BNF	No aplica	10
Coop Alianza del Valle	No aplica	113
Diners	Garantias bancarias	7
M.Imbabura	No aplica	9
<b>Total general</b>		<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

**Tabla N°41: Cuenta de Primera razon para ser cliente sociedad**

nombre inst	socied fin princ 1	razon client sociedad 1	Total
BEV	No aplica		40
BNF	No aplica		10
Coop Alianza del Valle	No aplica		113
Diners	Dinners	Solidez	4
		Tradición	3
Mutual.Imbabura	No aplica		9
<b>Total general</b>			<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

**Tabla N°42: Cuenta de Segunda razon para ser cliente sociedad**

nombre inst	socied fin princ 1	razon client soc 2	Total
BEV	No aplica		40
BNF	No aplica		10
Coop Alianza del Valle	No aplica		113
Diners	Dinners	Cobertura	5
		Productos y servicios financieros	2
Mutual.Imbabura	No aplica		9
<b>Total general</b>			<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

**Tabla N° 43: Cuenta de Tiempo de cliente en sociedad**

nombre inst	sociedad fin princ 1	tiempo client soc 1	Total
<b>BEV</b>	No aplica		40
<b>BNF</b>	No aplica		10
<b>Coop Alianza del Valle</b>	No aplica		113
<b>Diners</b>	Diners	4 a 6 años Màs de 6 años	1 6
<b>Mutual.Imbabura</b>	No aplica		9
<b>Total general</b>			<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

La Tabla N° 44 nos indica los productos de mayor preferencia que tienen los clientes en su banco público de mayor preferencia siendo los principales en BEV los créditos de vivienda y las cuentas de ahorro, mientras que en el BNF prefieren cuentas de ahorro y depósitos a plazo, las Cooperativas, sociedad financiera y Mutualistas prefieren no indicar un banco público de preferencia para usar productos financieros.

**Tabla N° 44: Cuenta de Producto financiero en banca pública**

nombre inst	bco public pref 1	product finc public 1	Total
<b>BEV</b>	<b>Banco Ecuatoriano de la vivienda</b>	Créditos vivienda Cuentas de ahorro	3 37
<b>BNF</b>	<b>Banco Nacional de Fomento</b>	Cuentas de ahorro Depositos a plazo	9 1
<b>Coop Alianza del Valle</b>	<b>No aplica</b>		113
<b>Diners</b>	<b>No aplica</b>		7
<b>Mutual.Imbabura</b>	<b>No aplica</b>		9
<b>Total general</b>			<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Entre los principales servicios financieros que son utilizados por clientes del BEV se encuentran los bonos de desarrollo humano, cheques de gerencia, entre otros, mientras que para el BNF el servicio utilizado son los cheques de gerencia, Tabla N° 45.

**Tabla N° 45: Cuenta de Servicio financiero en banca pública**

nombre inst	bco public pref 1	servic financ public 1	Total
<b>BEV</b>	<b>Banco Ecuatoriano de la vivienda</b>	Bono de desarrollo humano	1
		Cheques de gerencia	3
		Otros	9
		No aplica	27
<b>BNF</b>	<b>Banco Nacional de Fomento</b>	Cheques de gerencia	2
		No aplica	8
<b>Coop Alianza del Valle</b>	<b>No aplica</b>		113
<b>Diners</b>	<b>No aplica</b>		7
<b>Mutual.Imbabura</b>	<b>No aplica</b>		9
<b>Total general</b>			<b>179</b>

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Si bien es cierto los clientes de la banca pública exigen mejoras en los productos y servicios para poder tener una mayor gama en la utilización de los mismos, como podemos ver en la Tabla N° 46 las personas encuestadas piden mejoras en la imagen institucional, productos y servicios financieros, en el recurso humano, en tecnología, tramitología, atención y servicio al cliente, sin embargo existe un 43% de personas encuestadas en el BEV donde indican que todo está bien y no necesitan mejoras, en cambio para el BNF el 60% todo está bien.

**Tabla N° 46: Cuenta de Primera mejora banco público**

nombre inst	mejora bco public 1	Total
<b>BEV</b>	Otros	1
	Sobre imagen institucional	3
	Sobre productos y servicios financieros	3
	Sobre recurso humano	1
	Sobre servicio al cliente	3
	Sobre tecnologia	9
	Sobre tramitologia	3
	Todo esta bien	17
<b>BNF</b>	Sobre imagen institucional	1
	Sobre servicio al cliente	2
	Sobre tecnologia	1
	Todo esta bien	6
<b>Coop Alianza del Valle</b>	No aplica	113
<b>Diners</b>	No aplica	7
<b>Mutual. Imbabura</b>	No aplica	9
<b>Total general</b>		<b>179</b>

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

### **3.3 Comunicación con el cliente y servicio al cliente**

La Comunicación y el servicio al cliente que las Instituciones financieras puedan entregar hoy a sus clientes, será lo que marque el futuro de esa Institución y del país.

Si las Instituciones financieras, motivo de nuestro análisis, no satisfacen las necesidades y deseos de sus clientes, estas irremediamente se irán quedando en el camino.

El mercado actual ya no se asemeja al mercado de hace varios años, hablamos de unos 15 años atrás o más, cuando la tecnología todavía no nos invadía como hoy en día. Los Bancos, Cooperativas, Mutualistas, tenían sistemas muy frágiles que muchas veces eran objeto de robo y manipulación de sus mismos empleados, el sistema se caía todo el tiempo y los usuarios debíamos aceptar esta forma de servicio porque no había más.

En la actualidad, la tecnología ha cambiado mucho, ha crecido y seguirá creciendo a pasos agigantados, hay muchas más seguridades, más rapidez de respuesta, varias formas de comunicarnos con el Banco, pronto ya no será necesario acercarse al Banco como lo hacemos hoy, incluso hoy los bancos grandes ya están muy encaminados en nuevas formas de servicio y comunicación con el cliente, la comunicación se la puede hacer vía internet, vía call center, vía telefónica, vía celular, ipod, ipad etc., con un clic en la computadora o en el celular podemos hacer muchas más cosas y mucho más rápido que hace años no imaginábamos siquiera que hubiéramos podido hacer.

Para el banco el cliente es la persona más importante en todos sus negocios, sin el ningún banco seguiría funcionando, es el propósito por el que se crean las empresas. Solo mejorando y ampliando su comunicación y servicio al cliente, conseguirá su objetivo primordial que es llegar a estar entre las primeras Instituciones Financieras del País, ser fuerte, sólida y respetada por las otras instituciones, así como ser un ejemplo a seguir por las más pequeñas.

Los bancos deben tener una eficiente comunicación con sus clientes, y un excelente servicio al cliente, personalizado, rápido, eficiente, seguro, confiable, solo así conseguirá su objetivo de crecer, caso contrario los que si lo hacen serán los que triunfen.

Al realizar un análisis más detallado de las principales formas de comunicación que tenemos los clientes con las instituciones Financieras del sistema regulado del País, en este porcentaje de muestra que nos fuera asignado de 179 encuestas podemos ver que la principal forma de comunicación que mantenemos con las instituciones Financieras como Banca privada, Banca pública, Cooperativas, Mutualistas, sigue siendo en un porcentaje alto el acercarse personalmente al Banco, el nivel socioeconómico de los clientes encuestados en este caso en su mayoría clientes de la Cooperativa Alianza del Valle que representan el 63% de nuestra masa encuestada, son clientes de un nivel socio-económico más bien medio-bajo, e incluso apreciamos una diferencia entre los clientes de la misma Cooperativa encuestada a nivel de agencias del sur versus agencias del norte de la ciudad de Quito.



### 3.3.1 Comunicación con el cliente

#### Primer canal de comunicación con el banco

**Tabla N° 47: Cuenta de Primer canal con banco uno**

<b>nombre inst</b>	<b>comunic banco 1</b>	<b>Total</b>
<b>BEV</b>	A través de la banca virtual	1
	Físico (voy al banco)	16
	No responde	23
<b>BNF</b>	Físico (voy al banco)	4
	No responde	6
<b>Coop Alianza del Valle</b>	A través de la banca virtual	1
	A través del teléfono	4
	Físico (voy al banco)	48
	Otros	1
	Un funcionario del banco me visita	1
	No responde	58
<b>Diners</b>	Físico (voy al banco)	7
<b>M.Imbabura</b>	Físico (voy al banco)	3
	Otros	1
	No responde	5
<b>Total general</b>		<b>179</b>

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

## Segundo canal de comunicación con el banco

**Tabla N° 48: Cuenta de Segundo canal con banco uno**

nombre inst	comunic banco 2	Total
<b>BEV</b>	A través de la banca virtual	2
	A través del teléfono	7
	Otros	1
	No responde	30
<b>BNF</b>	A través del teléfono	3
	No responde	7
<b>Coop Alianza del Valle</b>	A través del teléfono	19
	Físico (voy al banco)	2
	No responde	92
<b>Diners</b>	A través del teléfono	5
	Un funcionario del banco me visita	1
	No responde	1
<b>M.Imbabura</b>	No responde	9
<b>Total general</b>		<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

## Tercer canal de comunicación con el Banco

**Tabla N° 49: Cuenta de Tercer canal con banco uno**

nombre inst	comunic banco 3	Total
<b>BEV</b>	A través de la banca virtual	2
	No responde	38
<b>BNF</b>	No responde	10
<b>Coop Alianza del Valle</b>	A través de la banca virtual	3
	A través de medios impresos	1
	No responde	109
<b>Diners</b>	A través de la banca virtual	2
	A través del teléfono	1
	No responde	4
<b>M.Imbabura</b>	No responde	9
<b>Total general</b>		<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Con el fin de realizar un análisis más profundo de la comunicación de las instituciones financieras con sus clientes, haremos una breve reseña de cada una de estas Instituciones asignadas.

## **Banca Privada**

De acuerdo a la información obtenida de nuestros 179 encuestados, podemos decir que la mayoría de clientes que mantienen una cuenta en la banca privada prefieren al banco pichincha y produbanco, y en un menor porcentaje le siguen banco bolivariano, solidario, Guayaquil, entre otros.

Los bancos Pichincha y Produbanco son bancos que tienen muchos años de trayectoria en el país, tienen un nombre bien ganado y una solidez y prestigio para responder a sus clientes.

Ofrecen una innumerable gama de productos y servicios a sus clientes, y se han ganado con mucho trabajo y esfuerzo el lugar que hoy tienen dentro de la banca Ecuatoriana.

Nuestros 179 clientes de la Cooperativa, Mutualista, y Banca pública, motivo de nuestro análisis, manifestaron tener también cuentas en la Banca privada, es un porcentaje pequeño, ya que la mayoría prefiere tener su dinero en estas otras instituciones por motivos más bien de créditos de vivienda, microcréditos, ahorro, y seguramente porque se sienten mejor atendidos en estas instituciones, con un trato más personalizado, y a pesar de que les brindan menos productos y servicios, están contentos. Son clientes fieles a la tradición quizás familiar.

De este grupo que mantiene cuentas en la banca privada, el mayor porcentaje manifestó como primer canal de comunicación que prefiere ir personalmente al banco. Esto es casi un 50% de los encuestados.

Como segundo canal de comunicación tuvimos una respuesta de cerca de un 40% que se inclinó por la vía del teléfono y el internet, esto también gracias a que la Banca Privada ofrece más alternativas de atención, sea vía call center, con llamadas sin costo al 1800, sea vía internet.

## Primer canal de comunicación con la Cooperativa

Tabla N°50: Cuenta de Primer canal comunicación cliente coop. Uno

nombre inst	comunic coop client 1	Total
<b>BEV</b>	Físico (va a la IFI)	3
	No responde	37
<b>BNF</b>	Físico (va a la IFI)	1
	No responde	9
<b>Coop Alianza del Valle</b>	A través de medios virtuales	1
	Físico (va a la IFI)	108
	No responde	4
<b>Diners</b>	No responde	7
<b>M.Imbabura</b>	No responde	9
<b>Total general</b>		<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

## Segundo canal de comunicación con la Cooperativa

Tabla N°51: Cuenta de Segundo canal comunicación cliente coop. Uno

nombre inst	comunic coop client 2	Total
<b>BEV</b>	A través del teléfono	1
	No responde	39
<b>BNF</b>	No responde	10
<b>Coop Alianza del Valle</b>	A través del teléfono	11
	No responde	102
<b>Diners</b>	No responde	7
<b>M.Imbabura</b>	No responde	9
<b>Total general</b>		<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

## Cooperativa Alianza del Valle.

Esta cooperativa se fundó en Ecuador hace poco más de 40 años, y su matriz se encuentra situada en el valle de los chillos, por lo que la fuerza de clientes debe encontrarse en el sector de los valles, ya que sus agencias se encuentran situadas

en los valles de Sangolqui, Amaguaña, Conocoto y unas tres agencias ubicadas en el sector norte, centro y sur de Quito.

Así tenemos que entre los productos más fuertes que ofrece esta Cooperativa a sus clientes son cuentas de ahorro y en base a estas cuentas se ofrecen créditos para consumo, microcréditos y créditos de vivienda. No han incluido entre sus productos y servicios los que ofrecen otras instituciones como los Bancos, tarjetas de crédito, pagos y consultas por sistema, call center, porque de acuerdo al nivel de clientes al que llegan no han necesitado agrandar su paquete de productos y servicios.

Los clientes básicamente visitan la cooperativa por temas de retiros de cuenta de ahorros, por pago de cuotas por préstamos, así tenemos en nuestros datos recopilados que de 113 clientes encuestados, 108 de ellos visitan la cooperativa personalmente lo que en porcentajes representa un 95% y a través del internet 1 cliente, el resto 4 por uno u otro motivo no contestó.

Este 95% de clientes que visitan la Cooperativa lo hacen porque es la única manera que conocen de hacerlo desde hace muchos años, y es la forma más práctica de hacerlo y es además lo que mejor ofrece la Cooperativa, muy pocos de ellos tienen acceso a internet, la edad promedio también influye son clientes que en su mayoría pasan de los 35 años, son clientes que tienen pequeñas microempresas y que en las Cooperativas de Ahorro y Crédito han conseguido lo que quizás sea mucho más complicado hacerlo en los Bancos, es por esto su preferencia por las Cooperativas, en donde al ser pocos clientes reciben un trato más personalizado y mejor que el quizás les puedan ofrecer en un Banco por ejemplo un Citibank, o un Produbanco.

A muchos de ellos, clientes que tienen microempresas, amas de casa que tienen cuentas de ahorro, o clientes que son de la tercera edad les gusta visitar la Cooperativa porque se sienten atendidos personalmente, y activos económicamente.

Como segunda forma de comunicación tenemos a través del teléfono, 11 clientes respondieron que también lo hacen a veces llamando por teléfono a la Cooperativa, lo que representa un 10% de la masa encuestada-asignada en esta Cooperativa, aquí podemos ver que quienes prefieren utilizar esta otra alternativa de comunicación son cliente más bien jóvenes menores de 35 años, los mismos que

son estudiantes algunos universitarios, y que están más cercanos a la tecnología que hoy en día nos invade en todos los aspectos.

### Primer canal de comunicación con Banca Pública

**Tabla N° 52: Cuenta de Primer canal de comunicación con banco público**

nombre inst	comunic Bco Publ client 1	Total
<b>BEV</b>	Fisico	40
<b>BNF</b>	Fisico	10
<b>Coop Alianza del Valle</b>	No responde	113
<b>Diners</b>	No responde	7
<b>M.Imbabura</b>	No responde	9
<b>Total general</b>		<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

### Segundo Canal de comunicación con Banca Pública

**Tabla N° 53: Cuenta de Segundo canal de comunicación con banco público**

nombre inst	comunic Bco Publ client 2	Total
<b>BEV</b>	A traves del teléfono	6
	No responde	34
<b>BNF</b>	A traves del teléfono	1
	No responde	9
<b>Coop Alianza del Valle</b>	No responde	113
<b>Diners</b>	No responde	7
<b>M.Imbabura</b>	No responde	9
<b>Total general</b>		<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

## Tercer canal de comunicación con Banca Pública

**Tabla N°54: Cuenta de Tercer canal de comunicación con banco público**

nombre inst	comunic Bco Publ client 3	Total
<b>BEV</b>	A través de la web 2.0	2
	A través de medios virtuales	1
	No responde	37
<b>BNF</b>	No responde	10
<b>Coop Alianza del Valle</b>	No responde	113
<b>Diners</b>	No responde	7
<b>M.Imbabura</b>	No responde	9
<b>Total general</b>		<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

### **Banco ecuatoriano de la Vivienda**

El Banco Ecuatoriano de la vivienda fue creado hace 50 años y su objetivo ha sido siempre el proveer de vivienda propia a los ecuatorianos, sus productos también son básicamente las cuentas de ahorro, y los préstamos para vivienda. Este banco si tiene agencias a nivel nacional, y a nivel de Quito, su matriz y principal se encuentra desde hace muchos años ubicada en la 10 de Agosto sector centro-norte de Quito, y una agencia en el sur.

Como este Banco viene otorgando créditos de vivienda desde hace muchos años atrás, los clientes en su mayoría son personas adultas sobre los 50 años que básicamente se acercan al Banco a realizar pagos de créditos y depósitos en sus cuentas de ahorro.

Del total de clientes asignado para encuestas en el BEV 40 personas, el 100% menciona como primera forma de comunicación el ir personalmente al banco. Esto por que reciben una atención personalizada ya que es un Banco que no tiene muchos clientes, y la visita al mismo es rápida no hay comparación con ir a un banco como el Pichincha por ejemplo.

Como segunda forma de comunicación nos mencionan 6 de ellos que prefieren en algunas ocasiones llamar por teléfono, lo que nos representa un 15% de nuestra masa encuestada y nos confirma que la tecnología va de la mano con los años.

Como tercera forma de comunicación tenemos a través del internet, nos respondió menos del 1%, lo que nos deja confirmar claramente que la mayoría de clientes son clientes de muchos años atrás, en donde la tecnología todavía no se hacía accesible para todos.

### **Banco Nacional de Fomento**

El Banco Nacional de Fomento fue creado hace más de 70 años, como una necesidad para atender a pequeños y medianos productores del sector agrícola del país, y con las nuevas reformas de marzo 2011, atenderá a más sectores productivos del país que tanto lo necesitan como sectores acuicultor, minero, forestal, pesquero y turístico.

El grupo de encuestados aquí fue de 10 clientes, una fracción muy pequeña realmente, en los cuales el 100% manifestó que prefería acercarse al banco como primer canal de comunicación, así mismo son clientes de muchos años, que están acostumbrados a esta forma de atención por parte del Banco, y aparentemente no necesitan ni desean cambiarla.

Tan solo una persona de las 10 nos mencionó que también utiliza el teléfono en ocasiones como segundo canal de comunicación. Lo que significa un 10% del grupo asignado.



## Primer canal de comunicación con la Mutualista

Tabla N°55: Cuenta de Primer canal de comunicación con mutualista

nombre inst	comunic mutual client 1	Total
<b>BEV</b>	Físico (va a la mutualista)	1
	No responde	39
<b>BNF</b>	Físico (va a la mutualista)	1
	No responde	9
<b>Coop Alianza del Valle</b>	A través de medios virtuales	1
	Físico (va a la mutualista)	2
	No responde	110
<b>Diners</b>	No responde	7
<b>M.Imbabura</b>	Físico (va a la mutualista)	7
	Funcionario de la mutualista me visita	2
<b>Total general</b>		<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

### Mutualista Imbabura

La Mutualista Imbabura nació hace casi 50 años, en la provincia de Imbabura y hoy en día tiene presencia en las ciudades de Otavalo, Atuntaqui y 2 agencias en Quito, su principal objetivo es captar dinero a través de las cuentas de ahorro y luego en base a estas el otorgar a sus ahorristas créditos para la vivienda, especialmente en las ciudades de la provincia de Imbabura en donde el sector de la construcción empieza a despuntar.

Aquí el número de encuestados asignados fue de 9 personas, de las cuales 7 de ellas nos respondieron como primer canal de comunicación el ir físicamente a la Mutualista, y realizar sus trámites personalmente ya que al tener una cartera de clientes pequeña obtienen mejor y más rápida atención, lo que representa un 80%. Y el restante 20% mencionó que un funcionario del banco lo visita regularmente, en estos casos seguramente es el ejecutivo del crédito que lo visita para realizar gestión de cobranza.

## Primer canal de comunicación con la Sociedad Financiera

**Tabla N°56: Cuenta de Primer canal de comunicación con sociedad**

nombre inst	comunic Soc Fin client 1	Total
BEV	No responde	40
BNF	No responde	10
Coop Alianza del Valle	No responde	113
Diners	Fisico (va a la sociedad financiera)	7
M.Imbabura	No responde	9
<b>Total general</b>		<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

## Segundo canal de comunicación con la Sociedad Financiera

**Tabla N°57: Cuenta de Segundo canal de comunicación con sociedad**

nombre inst	comunic Soc Fin client 12	Total
BEV	No responde	40
BNF	No responde	10
Coop Alianza del Valle	No responde	113
Diners	A traves del teléfono	6
	Fisico (va a la sociedad financiera)	1
M.Imbabura	No responde	9
<b>Total general</b>		<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

## Tercer canal de comunicación con la sociedad Financiera

**Tabla N° 58: Cuenta de Tercer canal de comunicación con sociedad**

nombre inst	comunic Soc Fin client 13	Total
BEV	No responde	40
BNF	No responde	10
Coop Alianza del Valle	No responde	113
Diners	A través de medios virtuales	3
	No responde	4
M.Imbabura	No responde	9
<b>Total general</b>		<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

### Diners Club

La Sociedad Financiera Diners Club del Ecuador es una tarjeta de crédito del banco del Pichincha, que nació hace más de 40 años. Es la principal tarjeta de crédito en el país actualmente, no necesariamente es la que más tarjetahabientes tiene, pero si es la que más factura al año, ya que ellos realizan un proceso de selección de sus clientes muy estricto. Su principal objetivo es el otorgar créditos de consumo a sus clientes, y adicionalmente han ido insertando una serie de beneficios para el cliente, lo cual significa también para ellos, como acumulación de kms para viajes fuera del país, premios por consumos en el exterior, bajas tasas de interés, cómodas y accesibles formas de pago. Etc. Una muy inteligente forma de captar clientes, manejan un buen servicio al cliente y se ve reflejado en sus utilidades.

De las 7 personas asignadas para la encuesta, todas mencionaron como primer canal de comunicación ir a la sede de la tarjeta de crédito que se encuentra en una ubicación norte de la ciudad accesible para su target de clientes.

Así mismo las 7 personas mencionaron que como segundo canal utilizaban la tecnología disponible para hacerlo, como es banca telefónica, call center, internet. Ya que en este nivel todos cuentan con la infraestructura necesaria para hacerlo.

Como conclusión de nuestro porcentaje de encuestas y de nuestras Instituciones asignadas podemos decir, que en estas Instituciones, especialmente la Cooperativa

Alianza del Valle, se encuentra muy por detrás de lo que hoy en día nos ofrecen las Instituciones Financieras, como son servicios en línea, call center, pagos de servicios varios, tarjetas de crédito, agencias bancarias en varios puntos de la ciudad y del país, fácil acceso a cajero automáticos, etc.

De continuar en esta misma línea y no actualizarse, Son Cooperativas que existirán unos cuantos años más mientras tengan sus clientes fieles de años anteriores, pero que corren el potencial riesgo de desaparecer en el futuro cercano, debido a la tecnología cada vez mas de punta que nos invade, y los jóvenes universitarios que empiezan a acceder al mercado bancario en busca de una Institución bancaria elegirán obviamente quienes les ofrezcan la tecnología, la comunicación eficiente, el servicio al cliente y buen trato que es lo que más nos importa a la hora de elegir un producto o lugar para depositar nuestra confianza y nuestro dinero.

### **3.3.2 Servicio al cliente**

Siguiendo con el análisis para conocer la percepción que tienen los clientes ahora enfocado a la atención que brindan los Subsistemas y para conocer su punto de vista hemos preguntado cómo valora los servicios de las entidades y adicionalmente que mejoras sugieren para satisfacer las necesidades y ser mejor atendidos y tener excelentes servicios y nos han respondido de la siguiente forma: Los clientes del BEV que tienen como preferencia bancos privados nos han respondido el 43% que los servicios son muy buenos mientras que el 57% prefieren no responder, dándose a entender que aun debe existir mejoras en los servicios ya que puede ser uno de los motivos en donde un cliente no prefiera ser cliente de una entidad privada. Los clientes del BNF indica el 40% que los servicios que brindan los bancos privados de su preferencia son muy buenos, y el 60% no responde. Siguiendo a las respuestas que nos dicen en la Cooperativa Alianza del Valle por el mayor número de encuestas a clientes existe una inconformidad en los servicios siendo el 9% que indican que los servicios son buenos, el 39% indica que los servicios son muy buenos y 52% prefiere no responder. Para los clientes de la Sociedad financiera Dineros los servicios han sido calificados como muy buenos en un 100%, mientras que para La Mutualista Imbabura nos han dicho que sus servicios son buenos y muy buenos de igual forma el 55% prefiere no responder. Al revisar estos números podemos decir que los servicios de los Bancos han sido considerados en un promedio de 56% de

muy buenos, siendo que aun existe un 44% para seguir mejorando y buscar más formas de satisfacer las necesidades de sus clientes con mas servicios y nuevas formas de innovar.

**Tabla N°59: Cuenta de ¿Cómo valora servicio cliente banco uno?**

nombre inst	servicio al cliente 1	pref banc_	Total	
<b>BEV</b>	<b>Muy bueno</b>	BP Bolivariano	1	
		BP Pacifico	1	
		BP Pichincha	9	
		BP Produbanco	3	
		BP Solidario	2	
		BP Unibanco	1	
		No responde	23	
<b>BNF</b>	<b>Muy bueno</b>	BP Pacifico	1	
		BP Produbanco	2	
		BPAustro	1	
		No responde	6	
<b>Coop Alianza del Valle</b>	<b>Bueno</b>	BP Bolivariano	1	
		BP Machala	1	
		BP Pichincha	5	
		BP Produbanco	2	
		BPAustro	1	
		<b>Muy bueno</b>	BP Capital	3
			BP Guayaquil	5
			BP Internacional	4
			BP Litoral	1
	BP Machala		1	
	BP Pacifico		1	
	BP Pichincha		12	
	BP Procredit		1	
	BP Produbanco		7	
	BP Promerica		1	
	BP Rumiñahui	2		
	BP Solidario	3		
	BP Unibanco	1		
	BPAustro	2		
No responde	1			

nombre inst	servicio al cliente 1	pref banc_	Total
		BP Bolivariano	1
		BP Pichincha	2
		No responde	55
<b>Diners</b>	<b>Muy bueno</b>	BP Bolivariano	1
		BP Pichincha	5
		BP Produbanco	1
<b>M.Imbabura</b>	<b>Bueno</b>	BP Pichincha	1
	<b>Muy bueno</b>	BP Pichincha	2
		BP Pichincha	1
		No responde	5
<b>Total general</b>			<b>179</b>

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

En la Tabla N° 60 que presentamos a continuación son respuestas de clientes que han indicado sugerencias para mejorar los servicios de sus bancos de mayor preferencia, es aquí donde puede actuar el banco y bajar esa brecha donde el 44% no ha respondido por la atención o de pronto porque no se ha decidido por abrir una cuenta en un banco. En esta tabla nos muestra entre las sugerencias que más se repiten para los bancos es mejorar la tecnología, sin embargo el motivo de esta respuesta puede ser el desconocimiento de usar una herramienta como el internet, otra respuesta que se repite es mejorar la tramitología, la razón indica que existe mucha burocracia sobre todo en los banco públicos, la gente ha sugerido mejorar los costos de los servicios, los clientes de las cooperativas nos han dicho que mejoren en la atención al cliente y en algunos casos que deberían mejorar la imagen institucional, una de las razones de esta respuesta debe ser por el lugar donde se realizaron las encuestas. También existen clientes que prefieren cambiar en el recurso humano, tal vez los motivos sean un mal trato o una inconformidad por algún servicio.

**Tabla N°60: Cuenta de Primera mejora banco uno**

nombre inst	pref banc_	Mejora banco 1	Total	
BEV	BP Bolivariano	Mejorar tecnología	1	
		Mejorar tecnología	1	
	BP Pacifico	Costos	1	
		Mejorar servicio al cliente	1	
		Mejorar tecnología	2	
		Mejorar tramitologia	1	
	BP Pichincha	Todo bien	4	
		BP Produbanco	Costos	1
			Mejorar tecnología	1
	BP Solidario	Mejorar tecnología	2	
		BP Unibanco	Mejorar tecnología	1
			No responde	23
	BNF	BP Pacifico	Mejorar servicio al cliente	1
BP Produbanco		Mejorar tecnología	2	
BPAustro		Mejoras en los productos y ss. Financieros	1	
		No responde	6	
coop alianza del valle	BP Bolivariano	Todo bien	1	
		No responde	1	
	BP Capital	Mejorar servicio al cliente	1	
		Mejoras en los productos y ss. Financieros	1	
		Todo bien	1	
	BP Guayaquil	Mejorar imagen institucional	1	
		Mejorar servicio al cliente	1	
		Mejorar tecnología	1	
		Todo bien	2	
	BP Internacional	Mejorar servicio al cliente	2	
		Mejoras en los productos y ss. Financieros	1	
		Todo bien	1	
	BP Litoral	Mejorar tecnología	1	
	BP Machala	Mejorar imagen institucional	1	
		Todo bien	1	
	BP Pacifico	Mejorar tecnología	1	
	BP Pichincha	Mejorar imagen institucional	1	
		Mejorar servicio al cliente	6	
		Mejorar tecnología	3	
Mejorar tramitologia		1		

nombre inst	pref banc_	Mejora banco 1	Total
		Mejoras en los productos y ss. Financieros	1
		Todo bien	5
		No responde	2
	<b>BP Procredit</b>	Todo bien	1
	<b>BP Produbanco</b>	Costos	2
		Mejorar imagen institucional	3
		Mejorar servicio al cliente	3
		Todo bien	1
	<b>BP Promerica</b>	Mejorar tecnología	1
	<b>BP Rumiñahui</b>	Mejorar servicio al cliente	1
		Todo bien	1
	<b>BP Solidario</b>	Mejorar servicio al cliente	1
		Mejorar tecnología	1
		Todo bien	1
	<b>BP Unibanco</b>	Todo bien	1
	<b>BPAustro</b>	Mejorar servicio al cliente	2
		Mejorar tecnología	1
		Mejorar recurso humano	1
		Mejorar servicio al cliente	1
		Mejorar tecnología	1
		Todo bien	1
		No responde	52
<b>Diners</b>	<b>BP Bolivariano</b>	Mejorar servicio al cliente	1
	<b>BP Pichincha</b>	Costos	1
		Mejorar tecnología	2
		Mejorar tramitología	1
		Todo bien	1
	<b>BP Produbanco</b>	Mejorar tecnología	1
<b>M.Imbabura</b>	<b>BP Pichincha</b>	Mejorar imagen institucional	2
		Todo bien	2
		No responde	5
<b>Total general</b>			<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

### Servicio a cliente de la cooperativa

El servicio al cliente que brindan las instituciones financieras a sus clientes y ahorristas así como de las Cooperativas debe ser personalizado, una Cooperativa se



debe a sus socios o clientes, en mayor medida dependen de la lealtad de estos, y que mejor forma de asegurarse de ello que brindando un servicio al cliente de calidad.

Para lograr este objetivo, no podemos hablar de improvisación, Las cooperativas deben contar con una organización interna muy bien estructurada, así como personal idóneo y capacitado para atender al cliente, no cualquiera puede sentarse y atender a un cliente, debe capacitarse para que pueda tener una buena comunicación con el cliente, que pueda entender y llegar al cliente, que pueda interrelacionarse con coherencia y sobre todo tolerancia con el cliente, además que internamente dentro de la institución o Cooperativa exista un buen clima laboral, buena comunicación interna, que el personal se sienta contento con su trabajo y esto muy fácilmente se verá reflejado en su trato con el cliente, en sus deseos de solucionar cualquier inconveniente que el cliente manifieste.

La capacitación es también muy necesaria e importante, estar continuamente actualizando a sus empleados en cuanto a tecnología, información, servicio al cliente, para que estén capacitados y listos para responder cualquier inquietud que presente el cliente.

La cooperativa a diferencia de un banco, está más cercana a un cliente, el trato debe ser más personalizado, es por ello que la importación del servicio al cliente radica en demostrar su solidaridad, la ayuda mutua, la igualdad, la vocación de servicio que debe caracterizarlos.

Según los datos que arroja nuestra encuesta de los 113 clientes de la cooperativa Alianza del Valle 85 de ellos nos dijeron que el servicio al cliente era muy bueno, es decir un 75%, un porcentaje bastante aceptable considera que recibe un buen trato por parte del personal de la Cooperativa. 23 de ellos también manifestaron que el trato era bueno, en porcentajes es un 20%, cifra que aunque no es muy alta, si amerita una revisión interna, para ver quizás en que se está fallando y atacar esos puntos débiles para lograr que este 20% también considere su servicio al cliente como muy bueno. Ver Tabla N°61.

**Tabla N°61: Cuenta de Cómo califica servicio cliente cooperativa uno**

nombre inst	serv client coop 1	coop pref 1_	Total
<b>BEV</b>	<b>Bueno</b>	Coop. Alianza del Valle	1
	<b>Muy bueno</b>	Coop. 29 de octubre	1
		Coop. Andalucía	1
		No responde	37
<b>BNF</b>	<b>Muy bueno</b>	Coop. 29 de octubre	1
		No responde	9
<b>Coop Alianza del Valle</b>	<b>Bueno</b>	Coop. Alianza del Valle	23
	<b>Muy bueno</b>	Coop. Alianza del Valle	85
		Coop. Alianza del Valle	5
<b>Diners</b>		No responde	7
<b>M.Imbabura</b>		No responde	9
<b>Total general</b>			<b>179</b>

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

### **Mejora sugeridas por los clientes a cooperativas**

Luego de consultarle a los clientes asignados por el servicio al cliente, hemos consultado que mejoras desean recibir por parte de su Cooperativa, y hemos obtenido una variedad de respuestas, entre ellas, destaca la mejora al servicio al cliente, lo cual nos confirma el porcentaje antes obtenido, un 20% de los consultados en la Cooperativa desea que se mejore el servicio al cliente, son clientes que tienen fidelidad por la Cooperativa, quizás por tradición, por los productos, y no quieren cambiarse de Institución pero si desean que el trato y el servicio mejoren.

Luego tenemos que 17 clientes nos dijeron mejorar la tecnología, lo cual corresponde a un 15% de sus socios, se referían a que deseaban que su cooperativa este siempre actualizada en lo que es computadoras, programas, sistema rápido, eficiente y confiable.

En un porcentaje menor y no menos importante de 8 clientes, correspondiente al 7%, pide mejorar la imagen Institucional, que existan más agencias, que sus instalaciones estén adecuadas, que su personal se vea presentable.

Y finalmente un 38% nos comentó que consideran que todo está bien, que se sienten bien por el momento y que no necesitan mejoras en un futuro cercano. En

base a este último porcentaje es que la Cooperativa deberá realizar sus mejoras tanto en servicio al cliente, como en tecnología, imagen, tramitología, etc., para que partiendo de este grupo que se siente bien atendido en todos los aspectos se considere crecer y tener un porcentaje más alto de aceptación y bienestar de sus clientes. Ver Tabla N°62.

**Tabla N°62: Cuenta de Primera mejora coop. Uno**

nombre inst	coop pref 1_	mejora coop client 1	Total
<b>BEV</b>	<b>Coop. 29 de octubre</b> <b>Coop. Alianza del Valle</b> <b>Coop. Andalucia</b>	Todo bien	1
		Todo bien	1
		Mejorar imagen institucional	1
		No responde	37
<b>BNF</b>	<b>Coop. 29 de octubre</b>	No responde	1
		No responde	9
<b>Coop Alianza del Valle</b>	<b>Coop. Alianza del Valle</b>	Costos	3
		Mejorar imagen institucional	8
		Mejorar recurso humano	2
		Mejorar servicio al cliente	24
		Mejorar tecnología	17
		Mejorar tramitología	3
		Mejoras en los productos y ss. Financieros	5
		Otros	3
		Todo bien	43
		No responde	5
<b>Diners</b>		Todo bien	1
		No responde	6
<b>M.Imbabura</b>		No responde	9
<b>Total general</b>			<b>179</b>

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

En la Tabla N° 63 indican respuestas de personas que son clientes en los subsistemas de la banca pública, Cooperativas y Mutualistas que han tenido como preferencia a una Mutualista indicando que los servicios que prestan estas son de Bueno y muy bueno, siendo las más utilizadas la Mutualista Pichincha. La percepción para las Mutualista por parte de los clientes se encuentran en 8% de bueno y muy bueno, este porcentaje bajo indica una alerta para mejorar sus servicios, para innovar productos, para crear oportunidades de crecer, aun existe un 92% en donde se puede realizar cambios y tomar oportunidades.

**Tabla N°63: Cuenta de ¿Cómo califica servicio cliente en mutualista?**

nombre inst	serv client mutal 1	Mutualis Pref 1	Total
BEV	Bueno	Mutualista Pichincha	1
BNF	Muy bueno	Mutualista Pichincha	1
Coop Alianza del Valle	Muy bueno	Mutualista Imbabura	2
		Mutualista Pichincha	2
M.Imbabura	Bueno	Mutualista Imbabura	4
	Muy bueno	Mutualista Imbabura	5
<b>Total general</b>			<b>15</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Sin embargo al preguntar a los clientes cuales son los cambios que deberían hacer en las mutualistas nos han respondido sobre la atención al cliente, el recurso humano, sus productos y servicios y en la imagen institucional, el 92% no ha respondido ya que no han tenido como preferencia una Mutualista, de igual forma es una alerta para las Mutualista: mejorar e innovar y captar clientes. Ver Tabla N° 64.

**Tabla N°64: Cuenta de Primera mejora en mutualista**

nombre inst	princ mutualis 1	mejora mut1	Total
BEV	Mutualista Pichincha	Sobre servicio al cliente	1
		No responde	39
BNF	Mutualista Pichincha	Todo esta bien	1
		No responde	9
Coop Alianza del Valle	Mutualista Imbabura	Sobre recurso humano	1
		Todo esta bien	1
	Mutualista Pichincha	Sobre productos y servicios financieros	1
		Todo esta bien	1
		No responde	109
Diners		No responde	7
Mutual.Imbabura	Mutualista Imbabura	Sobre imagen institucional	3
		Todo esta bien	5
		No responde	1
<b>Total general</b>			<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Los clientes de la sociedad financiera diners han calificado en un 100% de muy bueno los servicios que brinda la entidad (Ver Tabla N° 65), de todas formas los clientes aun piden mejoras como por ejemplo la imagen institucional y tecnología pero el 57% han indicado que todo está bien , aunque Diners al ser una empresa innovadora aun sigue teniendo oportunidades de mejorar para captar clientes de las otros Subsistemas como los bancos públicos, cooperativas y Mutualistas en donde han respondido que no tienen relación o servicios.

**Tabla N° 65: Cuenta de Cómo califica servicio cliente en sociedad?**

nombre inst	Soc Finan Pref 1	serv client soc fin 1	Total
BEV		No responde	40
BNF		No responde	10
Coop Alianza del Valle		No responde	113
Diners	Dinners	Muy bueno	7
M.Imbabura		No responde	9
<b>Total general</b>			<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

### Mejoras de las sociedades financieras sugeridas por los clientes

**Tabla N° 66: Cuenta de Primera mejora en sociedad financiera**

nombre inst	Soc Finan Pref 1	mejora soc financ 1	Total
BEV		No responde	40
BNF		No responde	10
Coop Alianza del Valle		No responde	113
Diners	Dinners	Sobre imagen institucional	1
		Sobre tecnología	2
		Todo esta bien	4
M.Imbabura		No responde	9
<b>Total general</b>			<b>179</b>

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

Como vemos en el Tabla N° 67 la preferencia de usar los servicios y la satisfacción de sus clientes radica en los canales de comunicación que ellos tienen ya que ofrece alternativas para conectarse al mismo, vía teléfono, virtualmente o físicamente.

**Tabla N°67: Cuenta de Primer canal de comunicación con sociedad**

nombre inst	socied fin princ 1	canal comun soc fin 1	canal comun soc fin 2	canal comun soc fin 3	Total
<b>BEV</b>	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	40
<b>BNF</b>	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	10
<b>Coop Alianza del Valle</b>	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	113
<b>Diners</b>	Diners	Fisico (va a la sociedad financiera)	A traves del teléfono	A través de medios virtuales	3
			Fisico (va a la sociedad financiera)	No aplica	3
				No aplica	1
<b>Mutual.Imbabura</b>	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	9
<b>Total general</b>					<b>179</b>

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

### **Servicio al cliente por parte de los Bancos Públicos**

En el caso de la Banca pública, en el Ecuador los bancos públicos como son banco Ecuatoriano de la vivienda y Banco Nacional de Fomento, en este caso objeto de nuestro análisis, han tenido por decir un estancamiento de varios años, en los objetivo para los que fueron creados, hace ya muchos años sabemos que el BEV otorgó muchos créditos de vivienda y muchos clientes vieron favorecidos, incluso hoy en día muchos de ellos continúan pagando créditos que fueron realizados a 25 y más años plazo y hoy por hoy pagan cuotas ínfimas de 2 usd.

El Banco Nacional de Fomento otorga microcréditos productivo e individual, este maneja cuentas de ahorro y corrientes, el BEV solo mantiene cuentas de ahorro y actualmente está impulsando créditos a los constructores.

El servicio al cliente que reciben los clientes de estas 2 instituciones es en general aceptable, de 50 encuestados entre los 2 bancos públicos, tenemos que 38 de ellos, casi un 40% se considera bien atendido, esto puede deberse en mayor medida porque el flujo de clientes que tienen estas instituciones es realmente pequeño, como ejemplo para poder realizar la encuesta a 20 clientes que se la hizo en la agencia de la 10 de agosto del BEV, fue necesario varias horas, esto debido a que

los clientes llegaban en poca cantidad y bastante espaciados a realizar sus trámites y transacciones, cosa muy distinta a lo que ocurre en un Banco pichincha por ejemplo.

A esto puede deberse en gran medida que el cliente considere que obtiene un buen servicio al cliente, además que son clientes en su mayoría de la tercera edad, que están realizando pagos de créditos obtenidos hace muchos años.

Como en las Cooperativas, considero que la Banca Pública en el país, debe mejorar también su servicio al cliente, capacitando frecuentemente a sus empleados y actualizando sus sistemas de información. Ver Tabla N°68.

**Tabla N°68: Servicio banco público**

nombre inst	servic bco pub 1	bco public pref 1	Total
<b>BEV</b>	<b>Bueno</b>	Banco Ecuatoriano de la vivienda	9
	<b>Muy bueno</b>	Banco Ecuatoriano de la vivienda	31
<b>BNF</b>	<b>Bueno</b>	Banco Nacional de Fomento	3
	<b>Muy bueno</b>	Banco Nacional de Fomento	7
<b>Coop Alianza del Valle</b>	<b>No aplica</b>		113
<b>Diners</b>	<b>No aplica</b>		7
<b>Mutual.Imbabura</b>	<b>No aplica</b>		9
<b>Total general</b>			<b>179</b>

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.

### **Mejoras sugeridas por los clientes para bancos públicos**

En lo que se refiere a las mejoras para los Bancos Públicos, objeto de nuestra investigación de campo, los resultados que obtuvimos se mantienen de la mano con lo obtenido en el punto anterior, aquí cerca del 50% de los encuestados, 50 en total entre BEV y BNF, nos confirman que consideración que todo está bien y que no necesitan cambios inmediatos.

Luego tenemos que 10 de ellos es decir un 5% nos indican que mejora la tecnología, que se actualicen en cuanto a sistemas, procesos, tiempos de respuesta etc.

Y en un menor porcentaje piden mejoras en cuanto a imagen institucional, servicio al cliente, productos y servicios, tramitología.

Siempre que sea en pro y beneficio de los clientes, cualquier mejora por pequeña que sea se verá reflejada en la satisfacción del cliente, y un cliente satisfecho lo conversa a los demás, y siempre regresa.

La Banca pública debe mejorar en muchos aspectos, en atención, en servicio, en imagen, en productos, en accesibilidad, en tasas bajas y accesibles, en llegar a todos los rincones del país, en llegar a toda la población que así lo necesite, quizás muchos más que cualquier otra institución, porque es la imagen del gobierno, y por ende la imagen del País. Ver Tabla N°69.

**Tabla N°69: Cuenta de Primera mejora banco público**

nombre inst	bco public pref 1	mejora bco public 1	Total
<b>BEV</b>	<b>Banco Ecuatoriano de la vivienda</b>	Otros	1
		Sobre imagen institucional	3
		Sobre productos y servicios financieros	3
		Sobre recurso humano	1
		Sobre servicio al cliente	3
		Sobre tecnología	9
		Sobre tramitología	3
		Todo esta bien	17
		<b>BNF</b>	<b>Banco Nacional de Fomento</b>
Sobre servicio al cliente	2		
Sobre tecnología	1		
Todo esta bien	6		
<b>Coop Alianza del Valle</b>	<b>No aplica</b>		113
<b>Diners</b>	<b>No aplica</b>		7
<b>Mutual.Imbabura</b>	<b>No aplica</b>		9
<b>Total general</b>			<b>179</b>

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Miriams Montoya J. / Danny Moreno R.



Un dato importante que es necesario mencionar en esta parte del análisis del capítulo es que hemos encuestado a 179 clientes y no hemos tenido una respuesta donde hayan utilizado como opción a una Institución no regulada del sistema financiero.

## CAPÍTULO IV

### 4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 4.1 Conclusiones

Las conclusiones que hemos podido extraer al finalizar el estudio del presente trabajo investigativo se basan de acuerdo a los tres capítulos desarrollados y que presentamos a continuación:

- El presente proyecto de investigación, empleo puntos destacados para el estudio del sistema financiero ecuatoriano, recopilando información a través de los portales de información de la Superintendencia de Bancos y páginas web de cada institución financiera, esto nos indica que existe una plataforma de tecnología que se está utilizando para entregar información oportuna, transparente y de accesibilidad para todos los usuarios
- Al realizar el análisis de las captaciones a través de las instituciones financieras, se observó una mejor perspectiva en las tendencias que ha tenido la banca ecuatoriana en los últimos años, el crecimiento que ha logrado, la confianza ganada de los clientes, la infraestructura utilizada, la actualización tecnológica, la innovación de productos y servicios de tal forma que los clientes tienen la facilidad de decidir la institución que mejor le conviene para realizar sus transacciones.
- Las captaciones y colocaciones como hemos visto y analizado en el capítulo II han superado enormemente a las captaciones y colocaciones de años anteriores, esto debido a que hay mayor estabilidad política y económica en el país.
- Para los años 2009, 2010 y 2011 vemos más confianza por parte de los depositantes hacia los bancos y así mismo mayor respuesta de estos en cuanto a colocaciones y préstamos.

- Al realizar las encuestas a los usuarios para conocer los acceso y preferencia en los productos financieros podemos sacar como conclusión, que entre las principales formas de llegar a más clientes por parte de la banca ecuatoriana, es ofreciendo productos y servicios de calidad, así como un buen trato al cliente, facilidad de acceso a su infraestructura, menos trámites burocráticos, desarrollo de tecnología en sus portales de internet, y tener informado a su cliente de los objetivos que persigue su institución de preferencia.
- Cuando se realizó la investigación de campo a través de una encuesta realizada a sus usuarios pudimos observar que la infraestructura de las agencias de la Cooperativa Alianza del Valle se encontraban sobre-utilizadas, mientras que en otras agencias se encontraban sub-utilizadas, esto nos indica que no existe una planificación y estudio de la infraestructura para cubrir la demanda de sus clientes en diferentes sectores de la ciudad.

## **4.2 Recomendaciones**

Se propone algunos aspectos con relación a cada uno de los puntos descritos anteriormente, estas recomendaciones se basan en la investigación tanto bibliográfica como la investigación de campo para fines prácticos de este proyecto de investigación.

- La infraestructura tecnológica de investigación a través de la web si bien es cierto ha crecido y se ha mantenido actualizado en información oportuna y transparente; sin embargo, recomendamos innovar la forma de presentación de ésta para que sea amigable y de mayor utilidad a los usuarios que necesitan conocer estadísticas y proyecciones para toma de decisiones.
- El crecimiento en las captaciones que han logrado las instituciones financieras se ha logrado gracias a un trabajo de confianza y de reglas claras hacia los usuarios, lo que recomendamos que continúen por esa misma línea de crecimiento, que sigan brindando a sus clientes seguridad en sus niveles de activos y patrimonios, que sigan en la innovación de productos y servicios para satisfacer las necesidades del cliente, utilizando al 100% la capacidad instalada

tecnológica, la calidad humana de sus empleados, la capacidad en su infraestructura; logrando tener a un cliente satisfecho y fiel.

- Al realizar la investigación de campo en accesos y preferencia de productos y servicios financieros que ofrece la banca ecuatoriana, hemos obtenido datos muy beneficiosos que sirven para el análisis mas profundo en las áreas de marketing, de servicio al cliente, de operaciones, de investigación, lo que recomendamos realizar un análisis FODA en cada una de las agencias, por que permitirá determinar:
  - Fortalezas:
    - Innovación de productos para cubrir necesidades del cliente
    - Instalaciones para entregar mas ventanillas para atención al cliente utilizando de esta forma el 100% de su capacidad instalada
    - Establecer políticas claras en captación de clientes
  - Oportunidades:
    - Quejas que demandan sus clientes como por ejemplo entregar mejor trato por parte de sus empleados al cliente.
    - Utilizar la fidelidad de sus clientes para captar otros
    - Actualización de tecnología
  - Debilidades:
    - Falta de información adecuada, oportuna, y eficiente de los servicios y productos que ofrecen a sus clientes, hemos observado que los clientes no conocen de los beneficios que les brinda al utilizarlos;

- Falta de planificación con relación a la capacidad de infraestructura utilizada, hemos observado agencias sub-utilizadas y sobre-utilizadas
- Capacitación a sus empleados con relación a atención y servicio al cliente
- Amenazas:
  - Que una institución financiera se quede estacionaria, sin innovación, sin visión, sin objetivos.
  - Un cliente mal atendido puede ocasionar que pierda fidelidad y busque alternativas en la competencia
  - Innovación de nuevos productos y servicios, mejor calidad en el recurso humano para atención al cliente, mas eficiencia por parte de la competencia para lograr captar clientes insatisfechos.
- Por lo que recomendamos que al finalizar este análisis FODA en cada una de las agencias, puedan realizar una visión de 360 grados en los puntos que necesitan mejorar para recibir y entregar servicios y productos al mismo tiempo que se ponga en práctica para lograr un cliente fiel y satisfecho.

## BIBLIOGRAFÍA

ASOCIACIÓN DE BANCOS PRIVADOS DEL ECUADOR – ABPE. *Boletín 001 Informativo*. Agosto 2010.

DA ROS, GIUSEPPINA. *El cooperativismo en el Ecuador: antecedentes históricos, situación actual y perspectiva*.

GUTIERREZ GARCÍA, NUT. *Las Cooperativas de ahorro y crédito en Ecuador y sus transformaciones durante los diez últimos años*.

IFIS-MUTUALISMO EN EL ECUADOR.

DELOITTE SERVICIOS FINANCIEROS. *Tendencias del mercado financiero*. Noviembre 2010.

LA GRAN ENCICLOPEDIA DE ECONOMÍA.

ECUADOR. COOPERATIVA ALIANZA DEL VALLE. [[www.alianzadelvalle.fin.ec](http://www.alianzadelvalle.fin.ec)].

ECUADOR. BANCO AMAZONAS. [[www.bancoamazonas.com](http://www.bancoamazonas.com)].

ECUADOR. BANCO DEL AUSTRO. [[www.bancoaustro.com](http://www.bancoaustro.com)].

ECUADOR. BANCO DE GUAYAQUIL. [[www.bancoguayaquil.com](http://www.bancoguayaquil.com)].

ECUADOR. BANCO INTERNACIONAL. [[www.bancointernacional.com.ec](http://www.bancointernacional.com.ec)].

BANCO ECUATORIANO DE LA VIVIENDA. [[www.bevecuador.com](http://www.bevecuador.com)].

ECUADOR. BANCO NACIONAL DE FOMENTO. [[www.bnf.fin.ec](http://www.bnf.fin.ec)].

ECUADOR. BANCO BOLIVARIANO. [[www.bolivariano.com](http://www.bolivariano.com)].

ECUADOR. BANCO DEL PACIFICO. [[www.bp.fin.ec](http://www.bp.fin.ec)].

ECUADOR. DINERS CLUB. [[www.dinersclub.com.ec](http://www.dinersclub.com.ec)].

ECUADOR. MUTUALISTA IMBABURA. [[www.mutualistaimbabura.com](http://www.mutualistaimbabura.com)]

ECUADOR. BANCO PICHINCHA. [[www.pichincha.com](http://www.pichincha.com)]

ECUADOR. PRODUBANCO. [[www.produbanco.com](http://www.produbanco.com)]

ECUADOR. BANCO SOLIDARIO. [[www.solidario.com](http://www.solidario.com)]

ECUADOR. SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS. [[www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec)]