



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS

MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA

**Preferencias en el uso de productos y servicios
financieros que ofrecen las instituciones del sistema
financiero regulado ecuatoriano, año 2011, Plaza
Nueva Loja.**

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

Autores:

Benavides Pozo Mayra Natali

Director:

Ing. Poma Guerrero Jorge Leonardo

NUEVA LOJA - ECUADOR

2011

Ing. Leonardo Poma Guerrero

DOCENTE DE LA ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS

CERTIFICA:

Que el presente trabajo realizado por la estudiante Mayra Natali Benavides Pozo, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

Loja, Febrero de 2012.

f)

CESION DE DERECHOS

“Yo, Mayra Natali Benavides Pozo declaro ser autora 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, trabajo científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

.....

AUTORA

AUTORIA

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

.....

Mayra Natali Benavides Pozo

DEDICATORIA

A mis padres Geovana Y Raúl por el apoyo moral y económico, mi esposo Orlando, mi hija Melany por el tiempo que no les he dedicado y mi abuelita Laura por su cariño abnegado.

Mayra Natali Benavides Pozo

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica Particular de Loja por los conocimientos compartidos, y por darme la oportunidad de culminar mis estudios profesionales.

A los Ings. Leonardo Poma Guerrero y Miguel Ángel Peñarreta docentes de la Universidad Técnica Particular de Loja por su orientación durante el desarrollo del presente trabajo de investigación.

A los representantes de las distintas Instituciones Financieras que me permitieron recopilar datos para la investigación y a todas y cada una de las personas que me facilitaron la información para levantar la investigación de campo.

Finalmente agradezco a todas las personas que de una u otra forma me ayudaron a culminar el presente trabajo.

La autora

INDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCION

xi

CAPITULO I

1. EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO: BREVE DESCRIPCION Y CARACTERIZACION.

1.1	Ley general de instituciones financieras.	2
1.1.1	Definición.	2
1.1.2	Órganos rectores del sistema financiero.	3
1.1.3	Alcance y regulaciones.	3
1.2	Estructura del sistema financiero ecuatoriano.	5
1.2.1	Banca Privada.	6
1.2.1.1	Definiciones básicas.	6
1.2.1.2	Características de la banca ecuatoriana.	7
1.2.1.3	Productos y servicios financieros	8
1.2.2	Cooperativismo.	8
1.2.2.1	Definiciones básicas.	9
1.2.2.2	Cooperativismo en el Ecuador.	10
1.2.2.3	Productos y servicios.	12
1.2.3	El Mutualismo.	12
1.2.3.1	Definiciones básicas.	12
1.2.3.2	El Mutualismo en el Ecuador.	13

1.2.3.3	Productos y servicios.	14
1.2.4	La banca pública.	14
1.2.4.1	Definiciones básicas.	14
1.2.4.2	La banca pública en el Ecuador.	14
1.2.4.3	Productos y servicios.	16
1.3	Tendencias actuales de productos y servicios financieros.	17
1.3.1	La importancia de la web 2.0 y la tecnología en los productos y servicios financieros.	17
1.3.2	Canales de provisión de servicios financieros.	18
1.3.3	Los retos futuros de los productos y servicios financieros en el Ecuador.	19

CAPITULO II

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

2.1	El sistema financiero local.	23
2.2	Evolución de captaciones.	26
2.2.1	Por tipo de depósito.	26
2.2.2	Por tipo de subsistema.	37
2.3	Evolución con colocaciones.	43
2.3.1	Por tipo de cartera.	43
2.3.2	Por subsistema.	48
2.4	Productos y servicios financieros. Tipos y costos.	51

2.4.1	Por institución financiera.	52
2.4.2	Por subsistema.	53

CAPITULO III

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

3.1	Factores que influyen en la presentación de productos y servicios financieros.	56
3.1.1	Estudios comparativos entre tipos de IFIS.	64
3.1.2	Estudios comparativos entre productos y servicios.	76
3.2	La comunicación con el cliente y servicio al cliente.	84
3.2.1	Comunicación con el cliente.	84
3.2.2	Servicio al cliente.	95

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

1.	Conclusiones.	123
2.	Recomendaciones.	126

BIBLIOGRAFIA	128
---------------------	-----

ANEXOS	133
---------------	-----

INDICE DE GRAFICAS Y TABLAS

Graficas.	138
Tablas.	142

RESUMEN EJECUTIVO.

El presente estudio "Preferencias en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones del sistema financiero regulado ecuatoriano. Año 2011". Plaza Lago Agrio, tiene como objetivo conocer el grado de preferencia en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las entidades financieras ecuatorianas reguladas por Superintendencia de Bancos y Seguros.

En primera instancia se realizó una investigación bibliográfica sobre Sistema Financiero Ecuatoriano.

Para el desarrollo del segundo capítulo sobre el análisis situacional del sistema financiero ecuatoriano una perspectiva desde la oferta por plaza se tomó como base las páginas web del Banco Central del Ecuador y la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador.

Para la Investigación de campo análisis situacional del sistema financiero ecuatoriano, se realizó 277 encuestas a las Instituciones Financieras de Lago Agrio, 158 para la Banca Privada, 63 para las Cooperativas de Ahorro y Crédito y 56 para la Banca Pública

Entre los resultados encontrados se considera que ha vuelto la confianza al sistema financiero nacional en un 42%, lo que vuelve saludable a la banca. Las captaciones y las colocaciones de la banca ecuatoriana, en especial de la de Sucumbíos, han crecido. También se puede indicar que la calidad del servicio al cliente debe mejorar ostensiblemente, así como se debe dejar ingresar a otras instituciones financieras a la localidad para cubrir la demanda del mercado financiero.

LA AUTORA

INTRODUCCION

En la presente investigación se pretende demostrar el grado de preferencia por las Instituciones Financieras Reguladas de Nueva Loja en la provincia de Sucumbíos en sus productos y servicios. Determinar la calidad de atención que brindan y su cobertura.

Se describe la estructura del sistema financiero ecuatoriano, sus regulaciones, la evolución del sistema financiero tanto en captaciones como en colocaciones en la plaza de Lago Agrio en los periodos 2008, 2009 y 2010 por cada subsistema y de acuerdo al tipo de cartera o deposito, sus productos y servicios de acuerdo al tipo y costo. Esto en base a datos obtenidos desde las páginas de la superintendencia de Bancos y Seguros, así como también, desde la preferencia de los consumidores.

Nos lleva a investigar este tema para darnos cuenta como consumidores los beneficios que las Instituciones Financieras brindan incluso sin costo de los cuales desconocíamos. Y para las Instituciones Financieras conocer en que les faltaría mejorar para poder ser excelentes en la oferta de sus productos y servicios.

Se obtuvo investigación bibliográfica a través de la pagina web de la superintendencia de Bancos e investigación de campo logrando identificar sus preferencias de productos y servicios de parte de los consumidores de acuerdo a las encuestas levantadas en la localidad de Lago Agrio , se aplicaron 277 encuestas, banco Guayaquil 20, Banco Internacional 66, Banco pichincha 72, Coop. 29 de Octubre 39, Coop Codesarrollo 24 y Banco Nacional de Fomento 56. La apertura para el levantamiento de la información por parte de las autoridades de las Instituciones Financieras Reguladas no se presento ningún inconveniente, más bien se tubo problema con los encuestados que no ayudaban mucho por recelo.

El estudio realizado resalta el interés de la Universidad Técnica Particular de Loja como parte de la formación de sus profesionales y la adquisición de conocimientos de la realidad de la situación del sistema financiero de la localidad. Para las instituciones financieras implicadas en el estudio les es relevante conocer las fortalezas y debilidades al conocer las preferencias de los clientes y el porqué se inclinan por una u otra institución financiera.

La población en general está inmersa en esta problemática del entorno financiero debido a que de una u otra manera tienen relación con instituciones financieras. El conocer el porqué de las preferencias por tal o cual institución financiera se inclina la población de la localidad me impulsó a inmiscuirme en el mundo financiero.

DESARROLLO DE LOS CAPITULOS, TEMAS Y SUBTEMAS.

CAPITULO I

EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO: BREVE DESCRIPCIÓN Y CARACTERIZACIÓN.

Introducción

El sistema financiero ecuatoriano como todo sistema, es un todo con sus partes tendientes a conseguir el desarrollo económico del país en una forma equilibrada y ordenada, encaminando los recursos de las familias, promoviendo el ahorro, facilitando su utilización, impulsando el crédito y la inversión, cuyo objetivo es el crecimiento económico del país, para de esta forma conseguir que se cristalicen aspiraciones sociales como: disminución de la tasa del desempleo, estabilidad de precios, equilibrio en la distribución de ingresos, saldo positivo en la balanza de pagos y la corrección de las aberraciones económicas como la inflación y la deflación .

En nuestro país el sistema financiero se encuentra formado por instituciones financieras privadas como los bancos, sociedades financieras, mutualistas y cooperativas; instituciones financieras públicas, instituciones de servicios financieros, compañías de seguros y compañías auxiliares de servicios financieros que se encuentran bajo el control de la Superintendencia de Bancos.

Las captaciones obtenida a diciembre del 2010 fueron del 85.27% para la banca privada, el 9.52% para las cooperativas, el 3.22% para las sociedades financieras y el 1.98% para las mutualistas. En cambio para colocaciones fue del 78.83% para la banca privada, el 12.68% para las cooperativas, el 6.65% para las sociedades financieras y el 1.83% para las mutualistas.

En consecuencia el sistema financiero es el eje de la economía del país, es el cimiento para la realización de las transacciones nacionales e internacionales, es el regulador de las transacciones personales, empresariales y del estado.

1.1. Ley general de instituciones financieras.

“El honorable Congreso Nacional, la Comisión de Legislación y Codificación en ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 2 del artículo 139 de la Constitución de la República, resuelve expedir la codificación de la Ley general de instituciones del sistema financiero, publicada en el Registro Oficial N° 250 de fecha 23 de enero del 2001”.¹

1.1.1. Definición

“Se llama Sistema Financiero al conjunto de instituciones, medios, mercados, de una determinada nación, cuyo objetivo es la canalización del ahorro que generan los prestamistas, o en su defecto las unidades de gastos con superávit, hacia los prestatarios o unidades de gasto con déficit.”²

Financiero:

“El sistema financiero es conjunto de Instituciones encargadas de la circulación del flujo monetario y cuya tarea principal es canalizar el dinero desde las unidades superavitarias hacia las deficitarias”.³

1.1.2. Órganos rectores del sistema financiero.

La Superintendencia de Bancos es el organismo de control de las Instituciones financieras del Ecuador.

La Junta Bancaria es el organismo que establece las políticas de control, supervisión de creación y liquidación de las Instituciones Financieras del Ecuador.

El Banco Central del Ecuador entidad que controla el funcionamiento bancario y el sistema monetario del país.

Los principales instrumentos regulatorios de la actividad financiera son:

La ley 546 de 1999

La ley 510 de 1999

El Estatuto Orgánico del Sistema Financiero: Decreto 663 de 1993.

1.1.3 Alcance y regulaciones.

La Ley General de Instituciones Financieras es la que se encarga de regular 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.

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

Las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda, las cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público, así como las instituciones de servicios financieros, quedarán sometidas a la aplicación de normas de solvencia y prudencia financiera y al control que realizará la Superintendencia. Hay que destacar que existen cooperativas de ahorro y crédito que no se encuentren bajo la supervisión y control de la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador las cuales estarán supervisadas por la Dirección Nacional de Cooperativas del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES).

Las instituciones de servicios auxiliares del sistema financiero, serán vigiladas por la Superintendencia de Bancos y ésta dictará normas de carácter general aplicables a este tipo de instituciones.

La sociedad controladora y las instituciones financieras integrantes de un grupo financiero serán controladas por la Superintendencia de Bancos. Formarán parte de un grupo financiero únicamente las instituciones financieras privadas, incluyendo las subsidiarias o afiliadas del exterior, las de servicios financieros, de servicios auxiliares del sistema financiero que regula esta Ley, así como las compañías de seguros y reaseguros, las casas de valores y las compañías administradoras de fondos.

Para los propósitos de esta Ley, son instituciones financieras privadas los bancos, las sociedades financieras o corporaciones de inversión y desarrollo, las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda y las cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público.

Las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda son instituciones cuya actividad principal es la captación de recursos del público para destinarlos al financiamiento de la vivienda.

1.2. Estructura del sistema financiero ecuatoriano.

AUTORIDADES MONETARIAS

Banco Central del Ecuador
Superintendencia de Bancos
Junta Bancaria

INSTITUCIONES FINANCIERAS PÚBLICAS

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

INSTITUCIONES FINANCIERAS PRIVADAS

Bancos Privados
Sociedades Financieras
Asociaciones Mutualistas de Ahorro y Crédito para la vivienda
Cooperativas de Ahorro y Crédito que realizan intermediación Financiera con el público.

INSTITUCIONES DE SERVICIOS FINANCIEROS

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

INSTITUCIONES DE SERVICIOS AUXILIARES DEL SISTEMA FINANCIERO

Transporte de especies monetarias y valores
Servicios de Cobranza
Cajeros automáticos
Servicios contables.
Servicios de computación.

1.2.1. Banca Privada.

Se utiliza el término banca privada para referirse a la variedad de servicios bancarios dirigidos a clientes individuales de patrimonios y que incluyen la asignación de un asesor dedicado al cliente. Este es el encargado de establecer el perfil de inversión de su cliente, le propone inversiones al tiempo que realiza un seguimiento continuo de la cartera.

Este sector de actividad bancaria es el de más rápido crecimiento debido al incremento de personas con un patrimonio financiero superior a un millón de dólares en el mundo. El ascenso de la banca privada tuvo lugar a finales de la década de los 80.

La banca privada ofrece a sus clientes servicios y productos orientados a asegurar el rendimiento a largo plazo con ventajas fiscales, de esta forma logrando captar inversores individuales que obviamente tendrán que seleccionar el banco a quien confiar su dinero.

1.2.1.1. Definiciones básicas.

“Gestión de Patrimonios adaptado a los objetivos y necesidades particulares del cliente, basado en una oferta de servicios financieros y patrimoniales de alta calidad para adaptar la estrategia de inversión”.⁴

“Gestión de Patrimonios basado en una oferta de servicios financieros y patrimoniales de alta calidad para adaptar la estrategia de inversión a los objetivos y necesidades particulares de los clientes”.⁴

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

Haciendo una breve historia de la banca ecuatoriana se puede describir lo siguiente:

En los años 70 la banca adquiere un desarrollo en los activos fijos, personal y número de instituciones, debido al boom petrolero, y los escenarios propicios que el estado ofrecía a este sector tales como: líneas de crédito subsidiadas, controles administrativos sobre las tasas de interés y asignación del crédito.

En 1977 el Banco La Previsora debido a la mala cartera por préstamos vinculados, fue sometido a un proceso de rehabilitación por el estado, otorgándole un crédito el Banco Central del Ecuador para la posterior capitalización por el estado, para luego privatizarla en 1988.

En los años 80 la crisis de la deuda externa ocasiono la incapacidad de pago de los deudores privados y públicos. Las tasas de interés internacional aumentaron, se suspendieron las líneas de crédito externo, y los precios de los productos de exportación entre ellos el petróleo cayeron, generando iliquidez en el sistema bancario ecuatoriano por la cartera vencida, sobregiros en las cuentas bancarias del exterior y alta dependencia de los créditos canalizados a través del Banco Central.

En 1985 se liquido al Banco de Descuento por: elevadas pérdidas de cartera, concentración de créditos, elevado y creciente sobregiro para con el Banco Central. En 1988 se liquido a varias instituciones financieras como: FIMASA Y FINASA, FINANDES, BANCO INDUSTRIAL Y COMERCIAL Y FINIBER.

En los años 90 se expide la Ley General de instituciones Financieras que remplazo a la Ley de Bancos; con esta nueva ley se intentó implantar la supervisión prudencial para el sistema bancario, se incluyeron aspectos como: reducción del tipo de instituciones financieras, la existencia de la Junta Bancaria, el incremento del encaje mínimo, refuerzo del marco institucional, publicación de balances e indicadores financieros, rigidez en los criterios de clasificación de cartera de préstamos.

En 1995 se presentaron problemas de liquidez en el sistema bancario debido al conflicto bélico con el Perú, la crisis energética y problemas políticos. En 1996 y principios del 1997 se presentó la caída del Banco Continental por la presunta piramidación de capitales y altos índices de mala cartera por préstamos vinculados asumiendo el estado el costo de rehabilitación.

Por 1998 y 1999 entra en crisis todo el sistema buscando como estrategias de solución fusiones y otras alternativas, llevando al gobierno a la creación de la Agencia de Garantía de Depósitos, con ello empezó un costoso e incierto plan de salvataje bancario. Así como también se realizaron auditorías externas a cada institución bancaria por parte de firmas internacionales contratadas por el gobierno, para posteriormente determinar su viabilidad según su solvencia y nivel de

patrimonio técnico. Las instituciones solventes funcionan con normalidad y las que no fueron intervenidas por la Agencia de Garantía de Depósitos.

1.2.1.3. Productos y servicios financieros.

Banca electrónica, bienes raíces, servicios a través del celular, créditos: para consumo, compra de terreno, vivienda, auto, microcrédito, comercial, cash colateral, comercio exterior, garantías bancarias, créditos productivos crédito maestrías, tarjetas de crédito, cuentas corrientes, cuenta ahorros en todas las divisiones posibles, cuentas de inversión en casi todas las divisiones posibles, inversiones a plazo fijo, pagos servicios básicos, pago nominas, recaudaciones, pago impuestos, cobro matriculas vehículos, pago matriculas universidades, colegios, tarjeta de debito, remesas, giros, envió y recepción transferencias interbancarias y entre cuentas.

1.2.2. Cooperativismo.

El cooperativismo tuvo sus orígenes en la Revolución Industrial cuando el mundo entró en un proceso acelerado de cambio y progreso, con la invención de la máquina y el descubrimiento de la fuerza motriz del vapor en la segunda mitad del siglo18.

El aumento de fábricas requería más y más obreros, los campesinos pobres empezaron a abandonar la tierra y a emigrar a las ciudades. En las primeras etapas las ganancias de los capitalistas aumentaban, pero los trabajadores se empobrecían más con salarios miserables, tenían que trabajar padre, madre e hijo y, la jornada de trabajo era de 14 a 16 horas diarias.

Como consecuencia de esto surgieron luchas contra el orden económico existente, dando origen a distintos movimientos de reforma social como: el movimiento sindical, el movimiento de reforma parlamentaria, el movimiento cartista, la agitación contra las leyes de pobres, el movimiento librecambista, el socialismo y el movimiento cooperativista.

En pro de la defensa de los intereses de los pobres, en Inglaterra se abrió la primera cooperativa, y en Dinamarca se abrió la primera escuela de nivel secundario. Estas

dos instituciones se organizaron para ayudar al desarrollo del ser humano. A partir de esto las ideas cooperativas se generalizan por toda Europa.

Como resultado de todo esto puedo decir que el cooperativismo esta en todo los países del mundo como una oportunidad de los seres humanos de bajos recursos económicos, que puedan tener su propia empresa y de esta manera evitar la explotación de las personas. Por lo que el ser humano como protagonista en el proceso socio-económico es la fortaleza de la doctrina cooperativista.

1.2.2.1. Definiciones básicas.

“El Cooperativismo es una doctrina socio-económica que promueve la organización de las personas para satisfacer de manera conjunta sus necesidades”.⁵

“El Cooperativismo es una doctrina económico social basada en la conformación de asociaciones económicas cooperativistas en las que todos los miembros son beneficiarios de su actividad según el trabajo que aportan a la actividad de la cooperativa”.⁶

“Las Cooperativas de Ahorro y Crédito son aquellas que tienen por objeto fundamental fomentar el ahorro y otorgar préstamos a sus asociados con los recursos aportados por los mismos, a un interés muy bajo, con el fin de eliminar los altos costos que representan los créditos otorgados por los bancos comerciales.”⁷

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

El cooperativismo en el Ecuador tiene sus orígenes en épocas pre coloniales, en cual existían formas de cooperación voluntaria conocidas como: las mingas, presta manos, trabajo mancomunado etc. Estos antecedentes permitieron el afianzamiento

de organizaciones empresariales de tipo cooperativo, cuyo objetivo es reconocido y amparado por el estado.

En el movimiento cooperativo ecuatoriano se distingue tres etapas:

1ra.- Se inicia con la creación de organizaciones artesanales y de ayuda mutua en Quito y Guayaquil en la última década del siglo XIX.

2da.- En 1937 se dicta la primera Ley de Cooperativas para mayor organización de los movimientos campesinos, modernizando su estructura productiva y administrativa a través del modelo cooperativista.

3era.- A mediados de los años 60 se expide Ley de la Reforma Agraria (1964) y de la nueva Ley de Cooperativas (1966).

En 1961 se creó la Dirección Nacional de Cooperativas como entidad especializada del Ministerio de Provisión Social y Trabajo. (En 1979 se transformo en Ministerio de Bienestar Social y actualmente se denomina Ministerio de Inclusión Económica y Social) en la práctica este organismo desempeña actividades administrativas, de registro y fiscalización.

Las cooperativas amparadas en el MIES se estiman que mueven entre \$ 800 millones y \$ 1.000 millones anuales y \$ 1.700 millones se estima que mueven las cooperativas reguladas por la Superintendencia de Bancos.

Según el MIES, hasta el 2008 existían 1.221 cooperativas de ahorro y crédito reguladas por este Ministerio y 38 por la Superintendencia de Bancos.

Estadísticas y cobertura de las Cooperativas controladas por la Superintendencia de Bancos.

TABLA N.: 1

COOPERATIVAS CONTROLADAS POR LA SUPERINTENDENCIA DE BANCOS					
Nº	NOMBRE INSTITUCION	MATRIZ	SUCURSALES	AG / VET EXT / ATMS	COBERTURA PROVINIAS
1	COOP 11 DE JUNIO	1		5	EL ORO, AZUAY
2	COOP 15 DE ABRIL	1		7	MANABI, GUAYAS
3	COOP 23 DE JULIO	1	6	6	PICHINCHA, IMBABURA, NAPO, GUAYAS
4	COOP 29 DE OCTUBRE	1		68	A NIVEL NACIONAL A EXCEPCION DE GALAPAGOS, CAÑAR, BOLIVAR Y ZAMORA CHINCHIPE
5	COOP 9 DE OCTUBRE	1		2	COTOPAXI
6	COOP ALIANZA DEL VALLE	1		9	PICHINCHA
7	COOP ANDALUCIA	1		7	PICHINCHA
8	COOP ATUNTAQUI	1	2	6	IMBABURA Y PICHINCHA
9	COOP CACPE BIBLIAN	1		5	CAÑAR Y AZUAY
10	COOP CACPE LOJA LTDA.	1	8	3	LOJA, EL ORO Y ZAMORA CHINCHIPE
11	COOP CACPE PASTAZA	1		5	PASTAZA, NAPO, MORONA SANTIAGO Y TUNGURAHUA
12	COOP CACPECO	1		14	COTOPAXI, LOS RIOS, PICHINCHA Y CHIMBORAZO
13	COOP CALCETA	1		3	MANABI
14	COOP CAMARA DE COMERCIO DE AMBATO	1		11	TUNGURAHUA, GUAYAS, BOLIVAR, PAZTASA, COTOPAXI Y PICHINCHA.
15	COOP CHONE	1		3	MANABI
16	COOP CODESARROLLO	1		16	PICHINCHA, IMBABURA, COTOPAXI, BOLIVAR, CHIMBORAZO, SUCUMBOS, MANABI, LOJA, AZUAY, TUNGURAHUA, ORELLANA, CARCHI Y STO DOMINGO.
17	COOP COMERCIO	1		1	MANABI
18	COOP COOPAD	1	2	5	PICHINCHA, ESMERALDAS, GUAYAS,
19	COOP COOPCCP	1	2	13	PICHINCHA, CARCHI, MANABI, GUAYAS, LOJA, SUCUMBOS Y GALAPAGOS
20	COOP COOPROGRESO	1	3	19	PICHINCHA, STO DOMINGO, MANABI Y GUAYAS
21	COOP COTOCOLLAO	1		6	PICHINCHA
22	COOP EL SAGRARIO	1	2	9	TUNGURAHUA, CHIMBORAZO, COTOPAXI, PICHINCHA, BOLIVAR. LOS RIOS Y GUAYAS
23	COOP FINANCOOP	1			PICHINCHA
24	COOP GUARANDA	1	1	1	BOLIVAS
25	COOP JARDIN AZUAYO	1		29	AZUAY, CAÑAR, MORONA SANTIAGO, LOJA Y EL ORO
26	COOP JUVENTUD ECUATORIANA PROGRESISTA	1		50	AZUAY, CAÑAR, EL ORO, LOJA Y MORONA SANTIAGO
27	COOP LA DOLOROSA	1		2	GUAYAS
28	COOP MEGO	1		17	LOJA, ZAMORA CHINCHIPE, AZUAY, EL ORO Y MORONA SANTIAGO
29	COOP MUSHUC RUNA LTDA.	1		8	TUNGURAHUA, CHIMBORAZO, COTOPAXI, BOLIVAR, PASTAZA Y PICHINCHA
30	COOP OSCUS	1	6	3	TUNGURAHUA, COTOPAXI, CHIMBORAZO Y NAPO
31	COOP PABLO MUÑOZ VEGA	1	2	4	CARCHI, IMBABURA Y PICHINCHA
32	COOP PADRE JULIAN LORENTE	1		9	LOJA, ZAMORA CHINCHIPE, EL ORO
33	COOP RIOBAMBA	1		11	CHIMBORAZO, AZUAY, PICHINCHA
34	COOP SAN FRANCISCO	1	4	19	TUNGURAHUA, COTOPAXI, PASTAZA, MORONA SANTIAGO Y NAPO
35	COOP SAN FRANCISCO DE ASIS	1		3	PICHINCHA
36	COOP SAN JOSE	1		6	BOLIVAR, LOS RIOS Y PICHINCHA
37	COOP SAN PEDRO DE TABOADA LTDA.	1		12	PICHINCHA, AZUAY, GUAYAS, MANABI, STO DOMINGO Y ESMERALDAS
38	COOP SANTA ANA	1		2	MANABI
39	COOP SANTA ROSA	1		11	EL ORO Y GUAYAS
40	COOP TULCAN	1	3	3	CARCHI, PICHINCHA E IMBABURA

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011

1.2.2.3. Productos y servicios

Depósitos a la vista en cuentas de ahorros, depósitos a plazo fijo, crédito hipotecario, créditos consumo, créditos comerciales, microcréditos, administración de fondos de inversión y de fondos de pensión, pago soat, recargas minutos celular, pagos de nominas, pago fondos reserva, pago anticipo de sueldos, emisión de tarjetas de debito y crédito, pago y cobro automático servicios y recepción y envío de remesas.

1.2.3. El Mutualismo

Son Instituciones financieras privadas, con finalidad social, con el objetivo de financiar viviendas para sus asociados. Controlada y vigilada por la Superintendencia de Bancos. Pueden captar recursos de sus asociados a través de cuentas de ahorros e inversiones.

1.2.3.1. Definiciones Básicas

“Constituye la asociación libre, sin fines de lucro, por personas inspiradas en la solidaridad, con el objeto de brindarse ayuda reciproca frente a riesgos eventuales o de concurrir a su bienestar material y espiritual mediante una contribución periódica.”⁸

“En el Diccionario de Sociología, de P. Fairchild (México 1949) se la define «en su acepción económica estricta, movimiento cooperativo para formar sociedades de ayuda mutua» y en sentido lato, «reconocimiento de la interdependencia recíproca y de la tendencia a la ayuda mutua manifiestas en cualquier forma de colectivismo y de manera más particular, como sostienen los anarquistas filosóficos, rasgo innato del mundo orgánico».”

“En su etimología, mutuo proviene del latín mutūus y «aplícase a lo que recíprocamente se hace entre dos o más personas, animales o cosas» (Diccionario de la RAE, ed. 1970). Mutual, es lo «mutuo, recíproco»; mutualidad, el «régimen de prestaciones mutuas que sirve de base a determinadas asociaciones» y mutualista, «perteneciente o relativo a la mutualidad».”

1.2.3.2. El Mutualismo En El Ecuador (Breve descripción, estadísticas y cobertura)

“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.”⁸

Estadísticas y cobertura de las Mutualistas en el Ecuador.

TABLA.: 2

NOMBRE ENTIDAD	PROVINCIA	CANTON	MATRICES	SUCURSALES	AGENCIAS
MUTUALISTA AMBATO	TUNGURAHUA	AMBATO	1	0	0
MUTUALISTA AZUAY	AZUAY	CUENCA	1	0	5
	CAÑAR	AZOGUES	0	0	1
MUTUALISTA IMBABURA	IMBABURA	IBARRA	1	0	0
		OTAVALO	0	0	1
	PICHINCHA	QUITO	0	1	0
MUTUALISTA PICHINCHA	AZUAY	CUENCA	0	0	1
	CAÑAR	AZOGUES	0	0	1
	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	0	0	1
	COTOPAXI	LATACUNGA	0	0	1
	GUAYAS	GUAYAQUIL	0	0	2
	IMBABURA	IBARRA	0	0	1
	LOJA	LOJA	0	0	1
	LOS RIOS	BABAHOYO	0	0	1
		QUEVEDO	0	0	1
	MANABI	MANTA	0	0	2
		PORTOVIEJO	0	0	1
	PICHINCHA	QUITO	1	0	11
	STO. DOMGOMINGO	SANTO DOMINGO	0	0	1
TUNGURAHUA	AMBATO	0	0	1	
TOTAL SISTEMA			4	1	33

FUENTE: Datos remitidos por las instituciones financieras / Sistema de Administración de Catastro (S.A.C.)

ELABORADO POR: Dirección Nacional de Estudios / Subdirección de Estadísticas / CAGV

1.2.3.3. Productos y servicios.

Ahorro tradicional, ahorro programado, cuenta constructiva, inversiones, crédito hipotecario, crédito hipotecario flexible, crédito oportuno, crédito autolisto, seguros, tarjeta de crédito, vivienda de interés social y casa lista. Cajeros automáticos enlazados con Band Red, red de oficinas a nivel nacional, páginas web, pago de servicios básicos (agua, luz, teléfono, tv cable, recargas de minutos), transferencias bancarias nacionales e internacionales, servicio de call center, pagos a través de servipagos y envío y recepción de giros nacionales e internacionales.

1.2.4. La Banca Pública.

Son instituciones financieras en las cuales el control y funcionamiento están bajo las autoridades del estado.

1.2.4.1. La banca pública en el Ecuador (breve descripción, estadísticas y cobertura).

Desde su inicio la Banca Pública del Ecuador ha influido en el destino del país. Su participación en el mercado financiero está en función de las características propias de su sistema, del marco institucional y de la política de Estado.

Las instituciones financieras públicas se encuentran controladas por la Superintendencia de Bancos en lo relacionado a: control de actividades, solvencia, liquidez, regulaciones y normas de liquidación forzosa.

La Banca Pública en el Ecuador fue creada con el propósito de erradicar la pobreza y fomentar la inversión y el ahorro en el país, la misma está conformada actualmente por:

Banco del Estado: nace con la promulgación de la Ley de Régimen Monetario y Banco del Estado, publicada en el Registro Oficial – Suplemento N° 930, de 7 de mayo de 1992. Sin embargo su nombre no data de la misma fecha de su creación; fue mediante Decreto Ley que se expidió la Ley estatutaria del “Banco de Desarrollo del Ecuador” - BEDE- el 6 de agosto de 1979, fecha desde la cual comienza su funcionamiento como persona jurídica autónoma de derecho privado con finalidad

social y pública. En los años 70, cobró impulso en el país la idea de formar un fondo permanente de ahorro, para atender la ejecución de obra pública y prestación de servicios para afirmar y mantener el desarrollo nacional, teniendo como principal fuente de financiamiento los recursos petroleros.

Banco Nacional de Fomento: fue creado por Decreto-Ley N° 281 del 14 de marzo de 1961. Comenzó a operar el 20 de noviembre de 1961. El Banco tiene por objeto principal el desarrollo intensivo de la economía ecuatoriana, para cuyo efecto promueve y financia programas generales y proyectos específicos de fomento de la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la industria y el comercio de materias y productos originarios del país.

Corporación Financiera Nacional: a partir del 1997 la CFN inicio su gestión fiduciaria más grande del país, es una institución financiera pública, cuya misión consiste en canalizar productos financieros y no financieros alineados al Plan Nacional de Desarrollo para servir a los sectores productivos del país.

Banco Ecuatoriano de la Vivienda: fue creado en el Gobierno de José María Velasco Ibarra un 26 de mayo de 1961, se creó para poder cubrir el déficit de demanda habitacional del país, con el objeto de atender el mercado hipotecario y financiero para poder así atender la demanda de vivienda y su financiamiento.

Instituto Ecuatoriano de Crédito estudiantil (IECE): el 26 de abril de 1971 el presidente de la república Dr. José María Velasco Ibarra, firma el decreto No. 601, publicado en registro oficial 212 de los mismos mes y año, crea el Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas, IECE, como entidad de derecho público, adscrita a la junta de planificación y coordinación económica, con personería jurídica, autonomía administrativa, patrimonio y fondos propios, con sede en la capital de la república, a fin de que cumpla con los objetivos antes referidos.

Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (BIESS) en mayo del 2009, se expidió la Ley de creación del Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, actualmente se encuentra operando en el Ecuador.

Estadísticas y cobertura de la Banca Pública en el Ecuador.

TABLA.: 3

INSTITUCIONES FINANCIERAS PUBLICAS DEL ECUADOR				
NOMBRE ENTIDAD	MATRIZ	SUCURSALES	AGENCIA / VET EXT	COBERTURA PROVINIAS
BANCO DEL ESTADO	1	5		PICHINCHA, AZUAY, GUAYAS, LOJA, MANABI
BANCO CENTRAL	1	9		PICHINCHA, AZUAY, EL ORO, GUAYAS, MANABI, TUNGURAHUA
BIESS	1	1		PICHINCHA Y GUAYAQUIL
CFN	1	9	2	GUAYAS, AZUAL, EL ORO, MANABI, LOJA, TUNGURAHUA, ESMERALDAS, CHIMBORAZO, COTOPAXI, SANTA ELENA, PICHINCHA
BEV	1	4	1	PICHINCHA, AZUAY, GUAYAS, MANABI, TUNGURAHUA
IECE	1	22		A NIVELNACIONAL A EXCEPCION DE GALAPAGOS
BNF	1	82	71	A NIVELNACIONAL
FONDO DE SOLIDARIDAD	1			PICHINCHA

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011

1.2.4.3. Productos y servicios.

Preinversión e inversión, asistencia técnica, créditos directo, automotriz, multisectorial, DICOMEX, negocios fiduciarios, fondo de garantía, fomento productivo, certificados de inversiones, apertura de cuentas corrientes y cuentas de ahorro, envió y pagos giros, pago a jubilados del IESS, recaudación de impuestos, crédito 555, crédito desarrollo humano, créditos de consumo, créditos de desarrollo productivo, captaciones, depósitos a plazos, intermediación financiera crédito pecuario, crédito transporte, pesquero, microcréditos, crédito agrícola, crédito para compra de tierras, crédito pequeña industria, crédito compra de maquinaria, crédito forestal.

1.3. Tendencias actuales de productos y servicios financieros.

Los clientes y los mercados cambian con el tiempo, por lo tanto las instituciones financieras necesitan mejorar e innovar continuamente con el fin de ofrecer a sus clientes productos y servicios que son demandados y valorados por ellos, para mantener una relación a largo plazo.

La planificación, implementación y evolución forman un proceso y depende de variables micro y macro. Los mercados dependen de la habilidad de las empresas en manejar su programa de mercado dentro del entorno de negocios

1.3.1. La importancia de la Web 2.0 y la tecnología en los productos y servicios financieros.

EL termino Web 2.0 viene de Dale Dougherty de O'Reilly dio a conocer este término, en el año 2004 se realizo la primera Conferencia sobre la web 2.0 y desde entonces se ha venido organizando este evento año con año en el mes de octubre.

“La Web 2.0 no es exactamente una tecnología, si no una actitud con la que debemos trabajar en internet.”⁹.Es la evolución de la red de redes (internet) que nos permite tener acceso a software gratuito, espacios virtuales portales, intercambiar información.

La gran debilidad de la Web 2.0 es la seguridad informática, lo que crea desconfianza en sus usuarios, para lo cual las empresas invierten en la seguridad de la información que poseen.

Los productos se transforman en servicios en la web a través de un portal en tiempo real, logrando que los bancos tradiciones evolucionen en bancos virtuales.

La tecnología de la información será lo que identifique y marque la diferencia entre las entidades financieras, ya que los productos ofertados son los mismos.

1.3.2. Canales de provisión de servicios financieros.

Los canales proveedores de servicios financieros para las distintas instituciones financieras están entre los más comunes:

- Canales tradicionales como son las matrices, sucursales, agencias, etc.
- Canales electrónicos contamos con el Internet, los teléfonos celulares.
- Otros canales como: los Atm's, kioscos con pantalla o internet, centros de atención telefónica, que se instalan en centros comerciales, hipermercados para uso de sus clientes

El desarrollo tecnológico, la globalización mundial y mayor uso de la tecnología bancaria el acceso a canales de provisión de servicios financieros, ha logrado que las Instituciones Financieras conozcan más a sus clientes y puedan ofrecer productos y servicios de acuerdo a sus necesidades e incluso a menos costos.

Las Instituciones Financieras que han adoptado este nuevo canal de provisión de servicios financieros como es el internet están llevando a sus clientes tradicionales a usuarios de banca electrónica, estas instituciones tienen más cobertura ya que no necesitan tener espacio físico para poder atender a sus clientes disminuyendo los costos por personal y arriendos logrando tener más rentabilidad.

Para los clientes, los canales proveedores de servicios financieros a logrado que ellos inviertan menos tiempo de permanecer en las Instituciones Financieras para realizar cualquier transacción, con el internet el celular pueden transaccional en minutos.

En la actualidad las Instituciones Financieras son multicanal, ya que la tecnología aun no está al alcance de toda la población

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

Los productos y servicios financieros plantean desafíos y retos en su mercado por globalización y tecnología imponente en la que nos encontramos, estos desafíos incluyen: Intangibilidad; inseparabilidad; diferenciación limitada; confianza; dispersión geográfica; crecimiento balanceado con riesgo; responsabilidad fiduciaria; mano de obra y cumplir con los reglamentos de los autoridades pertinentes.

Los clientes pueden tornarse exigentes sobre la calidad y precios de los servicios, lo que conlleva que los clientes pueden preferir una institución por otra, por mejores productos y servicios, he ahí el desafío para las IFI's es balancear sus metas sociales con sus metas financieras de rentabilidad.

Ahora los clientes buscan productos y servicios que ahorren tiempo y dinero he allí la importancia de la tecnología.

Los grandes retos para las IFI's dependen del buen uso de tecnologías de la información. Añadir presencia física a sus canales virtuales para conseguir mejores resultados en la que los clientes sean fieles a la institución no a uno de sus empleados. Fidelizar a sus clientes, conseguir nuevos clientes y reducir costes son los objetivos de la gestión de la tecnología y el reto de la seguridad.

En la actualidad las IFI's deben ofrecer a sus segmentos de mercado el nivel adecuado de servicio con valor agregado, ya que los servicios financieros son tan antiguos que lo que marca la diferencia es el servicio y el conocimiento, logrando satisfacer al cliente y generar beneficios para la empresa.

Los clientes son la fortaleza de las IFI's, que se convierten en su principal activo el cual deben adquirir, desarrollar y conservar, tanto en sus relaciones como en los canales de distribución, planteando estrategias e invirtiendo en tecnología

Por el momento la banca virtual se limita a consultas de saldo, pago de facturas y transferencias, a futuro las IFI's piensan en introducir la planificación de inversiones familiares por este canal.

CAPITULO II

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

Introducción:

La provincia de Sucumbíos es la provincia número veintiuno de las veinte y cuatro que en Ecuador se han organizado territorialmente. Se ubica al nororiente, limitando al norte con Colombia, al sur con las provincias de Napo y Orellana, al este con el Perú, y al oeste con las provincias de Carchi, Imbabura y Pichincha.

Su principal fuente de ingreso económico es la actividad petrolera, seguido del turismo, el comercio y la agricultura. Cuenta con 18.327 Km² de extensión y está a ± 300 metros sobre el nivel del mar.

La ciudad de Nueva Loja, capital de la provincia de Sucumbíos cuenta con un total estimado de 57862 habitantes de los cuales 30724 personas se consideran económicamente activos. La provincia en total, estima 177 561 habitantes.

TABLA N.: 4

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE SUCUMBIOS

CUADRO INFORMATIVO

TOTAL PROVINCIA Y TOTAL CANTONES	AÑO 2009			AÑO 2010		
	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL
SUCUMBIOS	173.461	81.989	91.472	177.561	84.840	92.721
LAGO AGRIO	90.289	55.917	34.372	92.424	57.862	34.562
GONZALO PIZARRO	9.311	2.757	6.554	9.531	2.853	6.678
PUTUMAYO	8.251	2.455	5.796	8.446	2.540	5.906
SHUSHUFINDI	43.030	17.107	25.923	44.047	17.702	26.345
SUCUMBIOS	3.792	896	2.896	3.881	927	2.954
CASCALES	9.906	2.126	7.780	10.140	2.200	7.940
CUYABENO	8.882	731	8.151	9.092	756	8.336

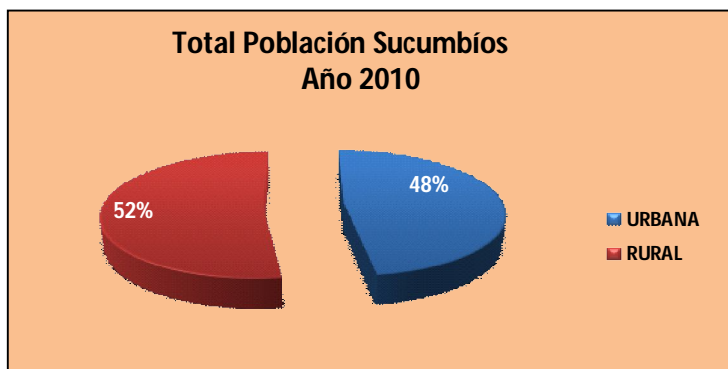
Fuente: INEC

Elaboración: Carrera de Ingeniería Financiera ESPEA Extensión LAGO AGRIO

Analizando la información obtenida para el año 2010, Sucumbíos presenta un crecimiento poblacional del 4,5% en relación al año 2009. En número de habitantes estamos hablando de 4100 personas más.

Ahora, se puede observar en el gráfico que, el 52% de la población total de la provincia (92 721 personas) viven en el área rural, y; un 48% (84 840 personas) viven en el área urbana, esto; para el año 2010.

GRAFICO N. : 1



FUENTE: INEC. Datos estimados del último Censo de 2010. Extraído el 30 de septiembre del 2011. desde http://www.inec.gov.ec/cpv/?TB_iframe=true&height=530&width=1100 ¹⁰

ELABORADOR POR: Natali Benavides / 2011

Lago Agrio, el cantón principal y su capital Nueva Loja, son los centros donde mayor población existe. Le siguen los cantones de Shushufindi, Cáscales, Cuyabeno y Gonzalo Pizarro. Lago Agrio concentra el 52% y Shushufindi el 25%. Entre los dos cantones existen cerca del 75% de la población total de la provincia y el resto de cantones concentran el 25%.

Antes de ingresar al análisis del sistema financiero local, analicemos el porcentaje que la actividad de intermediación financiera presenta en relación al PIB total para el año 2010.

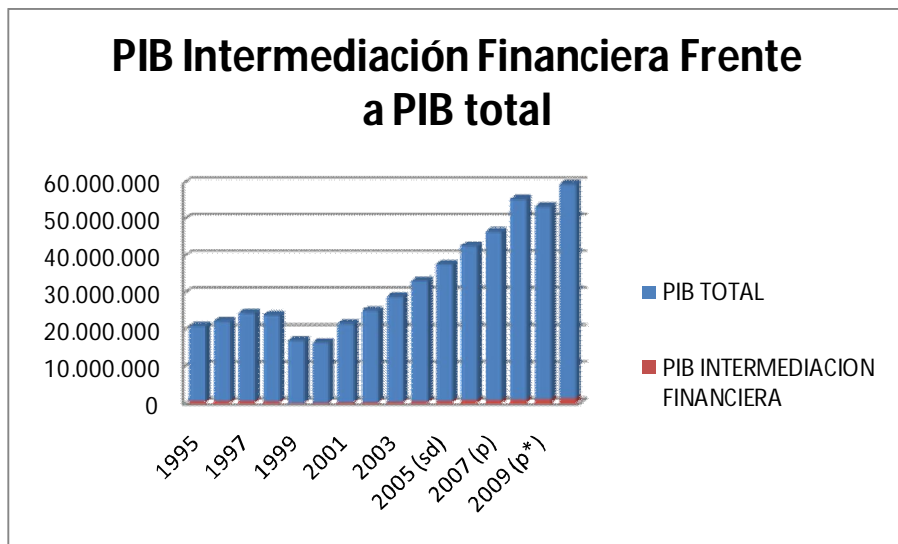
TABLA N.: 5

P R O D U C T O I N T E R N O B R U T O			
Período / Industrias	PIB	Intermediación financiera	Servicios de intermediación financiera medidos indirectamente (3)
1995	20.287.670	799.071	-741.422
1996	21.482.778	863.495	-863.560
1997	23.714.844	857.474	-887.805
1998	23.290.039	724.051	-753.543
1999	16.895.718	245.458	-357.857
2000	16.282.908	301.489	-384.897
2001	21.270.800	431.084	-443.217
2002	24.717.858	520.360	-680.992
2003	28.409.459	574.077	-705.877
2004	32.645.622	669.603	-705.136
2005 (sd)	36.942.384	895.357	-783.616
2006 (sd)	41.705.009	1.086.617	-1.005.368
2007 (p)	45.503.563	1.121.868	-1.147.967
2008 (p*)	54.208.524	1.290.493	-1.316.707
2009 (p*)	52.021.861	1.361.883	-1.381.844
2010 (p*)	57.978.116	1.618.474	-1.625.575

FUENTE: BANCO CENTRAL DE ECUADOR: Boletines Estadísticos Mensuales. Año 2010. Extraído el 30 de septiembre del 2011 Desde <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/home1/estadisticas/bolmensual/LEMensual.jsp> ¹¹

ELABORADOR POR: Natali Benavides / 2011

GRAFICO N.: 2



FUENTE: Banco Central de Ecuador. Boletines Estadísticos Mensuales. Año 2010.

ELABORADOR POR: Natali Benavides / 2011

El dato interesante de este análisis es que el PIB de Intermediación Financiera representa el 2,62% para el año 2009 y para el 2010 es del 2,79% del PIB total de Ecuador. En porcentajes de crecimiento entre un año y otro y, tomando de referencia el año 2009, decimos que la banca creció un 18,85% de 2009 a 2010,

pasando de un mil trescientos sesenta y un millones a un mil seiscientos ochenta y un millones de dólares, frente a un 5,53% que sucedió entre 2008 y 2009.

No olvidemos la crisis financiera mundial que en 2008 y 2009 afectó también a Ecuador y repercutió directamente a la banca.

2.1. El sistema financiero local

La ciudad cuenta con el servicio de intermediación financiera subdividido en:

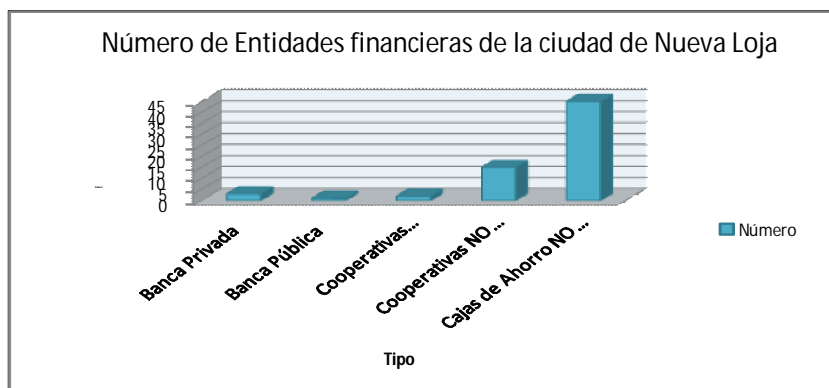
- a. Banca Privada
- b. Banca Pública
- c. Cooperativismo
- d. Otros

TABLA N.: 6

Número de Entidades financieras de la ciudad de Nueva Loja	
TIPO	NUMERO
Banca Privada	3
Banca Publica	1
Coop. Reguladas por la SIBS	2
Coop. NO reguladas por la SIBS	15
Cajas de Ahorro NO empresariales, Empresariales, de Asociaciones	45

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador
ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011

GRAFICO N.: 3



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011

De la información anterior indicamos que de un total de 66 instituciones tan solo 6 son reguladas, es decir el 9% de las que se conoce que presentan actividad financiera y de intermediación. Aquí vale recalcar que, existen un sinnúmero de cajas de ahorro y crédito de asociaciones y de comunidades que se encuentran reguladas por los principios y estatutos acordados entre los socios de dichas cajas. No sería de sorprendernos que, dentro de este círculo de instituciones que no se conoce su actividad, exista mucho dinero que no se pueda expresar en información financiera oficial.

Esta información es delicada de obtener debido precisamente a la forma “delicada” de nacer. Inclusive corre en riesgo la integridad física o moral de las personas que investigue este tipo de información.

Volviendo al sistema financiero local y, definiendo las instituciones que entran en este estudio, las nombraremos a:

- Banco Pichincha
- Banco de Guayaquil
- Banco Internacional
- Coop. de Ahorro y Crédito 29 de Octubre Ltda.
- Coop. de Ahorro y Crédito CODESARROLLO “Desarrollo de los Pueblos” que forma parte del FEPP (Fondo Ecuatoriano Popularum Progreso).
- Banco Nacional de Fomento (Única entidad pública).

Analizando la información por plaza, diremos que, en la provincia de Sucumbíos, las únicas ciudades en donde existe actividad de intermediación financiera son: Nueva Loja y Shushufindi. En el cantón Shushufindi solo existe al servicio del público, una agencia del Banco Internacional y una agencia del Banco Nacional de Fomento.

El Banco Nacional de Fomento, al ser una institución pública con carácter de servicio al agro, ha colocado otra agencia en el cantón Putumayo. (En la cabecera Pto. El Carmen).

Estos datos demuestran una realidad: la sociedad sucumbiense es una sociedad NO BANCARIZADA. No presenta cultura bancaria. Es más, como lo vamos a demostrar más adelante, ni siquiera les interesa ahorrar. Como es de carácter general nacional, NO EXISTE CULTURA AL AHORRO; por el contrario, prefieren que se les faciliten las condiciones para la colocación (crédito).

También se eleva la información del servicio que presta el Banco de Guayaquil con la modalidad del "*Banco del Barrio*" acaparando sectores como: Lumbaqui, Cáscales, El Reventador, La Punta, El Eno, Jivino Verde, entre otros. Es decir, cubren la demanda insatisfecha que las parroquias rurales de los otros cantones presentan en materia de banca básica.

Ahora bien, podemos observar que dentro de banca y finanzas, en Nueva Loja se maneja el mercado a través de un *oligopolio*. Si, aunque parezca increíble esta falla de mercado existe.

El efecto negativo del oligopolio es que los oferentes de los bienes y servicios tienen el poder en el mercado. Es decir, la banca tiene el poder para colocar el tipo de producto, la calidad del servicio y el costo del dinero y del trabajo bancario. Pero, se revierte dicho "poder" y, como sucede en la mayoría de las veces, es el cliente quien termina imponiendo las condiciones de la negociación, sobretodo en el proceso de la colocación de recursos.

En el punto anterior hablamos del PIB Total Ecuador y del porcentaje que ocupa el PIB de Intermediación Financiera.

2.2. Evolución de captaciones

2.2.1. Por tipo de depósito

Según el tipo de depósito, la ciudad de Nueva Loja cuenta con la siguiente información:

TABLA N.: 7

PRODUCTOS DE AHORROS DE LA BANCA PRIVADA	2008			2009			2010		
	B. GUAYAQUIL	B. INTERNACIONAL	B. PICHINCHA	B. GUAYAQUIL	B. INTERNACIONAL	B. PICHINCHA	B. GUAYAQUIL	B. INTERNACIONAL	B. PICHINCHA
DEPÓSITOS MONETARIOS DE INSTITUCIONES FINANCIERAS	0,00	0,00	0,00	28.451,95	0,00	130.155,00	63.939,00	0,00	40.486,00
DEPÓSITOS MONETARIOS QUE GENERAN INTERESES	0,00	0,00	0,00	730.549,15	12.530.656,77	0,00	1.088.958,00	24.135.885,00	17.984,00
DEPÓSITOS DE AHORRO	27.492.736,30	37.760.168,80	157.676.971,00	30.991.590,89	62.841.284,94	184.904.088,00	38.359.587,00	76.201.898,00	209.252.774,00
DEPÓSITOS A PLAZO DE 1 A 30 DÍAS	433.902,59	478.320,41	2.147.846,77	492.189,60	3.494.359,94	3.463.315,09	236.046,00	3.432.498,00	4.621.665,00
DEPÓSITOS A PLAZO DE 31 A 90 DÍAS	331.059,72	405.209,80	4.010.429,00	330.862,14	2.850.517,27	4.656.902,18	213.321,00	4.805.609,00	6.016.499,00
DEPÓSITOS A PLAZO DE 91 A 180 DÍAS	2.843,95	65.000,00	4.136.647,26	564.063,00	1.065.701,11	4.914.942,82	94.614,00	2.819.835,00	5.296.822,00
DEPÓSITOS A PLAZO DE 181 A 360 DÍAS	7.980,22	185.000,00	1.458.187,25	35.278,80	638.298,84	2.594.422,75	1.100.168,00	625.978,00	1.648.744,00
DEPÓSITOS A PLAZO DE MÁS DE 361 DÍAS	453,41	0,00	35.000,00	0,00	0,00	215.701,00	0,00	0,00	601.932,00

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011

Para las cooperativas:

TABLA N.: 8

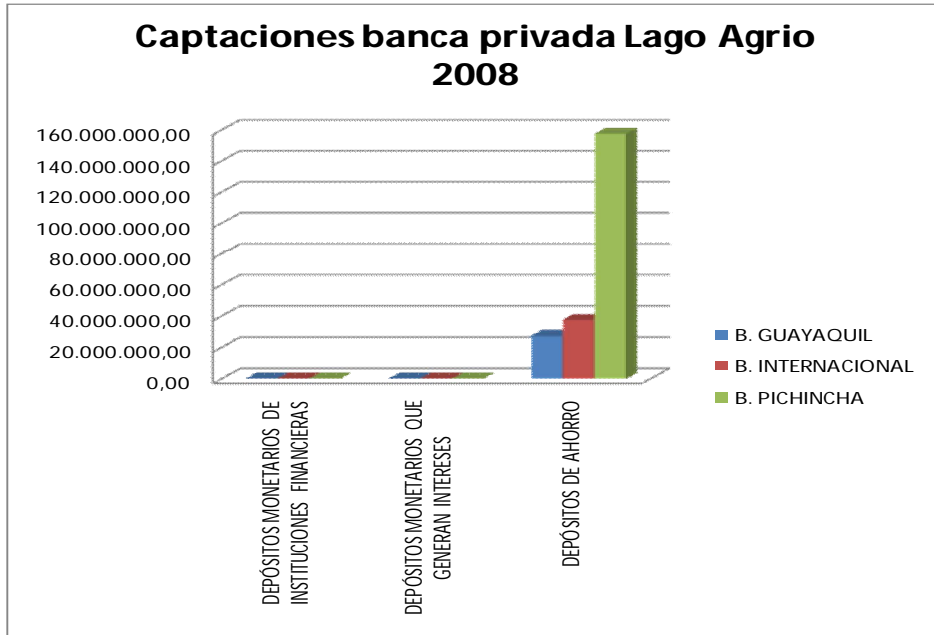
ENTIDAD	CANTON	CUENTA	2008			2009			2010			VARIACIONES	
			N. CUENTAS	VALOR EN DOLARES	N. CUENTAS	VALOR EN DOLARES	N. CUENTAS	VALOR EN DOLARES	ABSOLUTAS	RELATIVAS			
29 DE OCTUBRE	LAGO AGRIO	DEPÓSITOS DE AHORRO	65393	19965346,06	77759	99693	21264368,85	78165	93201	23082306,61	1817937,76	8,55	
		DEPÓSITOS A PLAZO DE 1 A 30 DÍAS	121	485132,37	141	147	935565,27	126	131	883772,72	-51792,55	-5,54	
		DEPÓSITOS A PLAZO DE 31 A 90 DÍAS	242	1054287,77	272	275	1534775,11	274	304	1786384,79	251609,68	16,39	
		DEPÓSITOS A PLAZO DE 91 A 180 DÍAS	241	911129,99	279	284	1281968,09	319	366	1819444,16	537476,07	41,93	
		DEPÓSITOS A PLAZO DE 181 A 360 DÍAS	291	308928,9	225	231	549380,25	525	663	878203,82	328823,57	59,85	
		DEPÓSITOS A PLAZO DE MÁS DE 361 DÍAS	406	281300,19	1635	2398	1149939,08	2364	2985	1405689,25	255750,17	22,24	
		DEPÓSITOS DE GARANTÍA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00	
		DEPÓSITOS POR CONFIRMAR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00	
		DEPÓSITOS RESTRINGIDOS	65393	5008188,4	77759	99693	3858618,14	78165	93201	2840965,71	-1017652,43	-26,37	
		OPERACIONES DE REPORTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00	
Total LAGO AGRIO			132087	28014313,88	158076	202721	30574614,79	159940	190851	32694767,06	2122152,27	6,94	
CODESARROLLO	LAGO AGRIO	DEPÓSITOS DE AHORRO	57964	14282615,86	68841	70682	16948924,88	74525	76970	16352019,03	-596905,85	-3,52	
		DEPÓSITOS A PLAZO DE 1 A 30 DÍAS	13	29333,54	38	40	322790,8	86	89	179542	-143248,8	-44,38	
		DEPÓSITOS A PLAZO DE 31 A 90 DÍAS	29	109518,29	40	64	389887,36	190	198	377598,65	-12288,71	-3,15	
		DEPÓSITOS A PLAZO DE 91 A 180 DÍAS	22	87633,09	38	40	147329,07	290	302	462562,54	315233,47	213,97	
		DEPÓSITOS A PLAZO DE 181 A 360 DÍAS	5	18788,94	32	33	109665,66	768	786	286691,76	177026,1	161,42	
		DEPÓSITOS A PLAZO DE MÁS DE 361 DÍAS	0	0	363	374	163110,63	3323	3414	1563311,08	1400206,45	858,44	
		DEPÓSITOS DE GARANTÍA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00	
		DEPÓSITOS POR CONFIRMAR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00	
		DEPÓSITOS RESTRINGIDOS	11397	7244561,13	10266	10266	7003410,44	4955	4955	3780147,26	-3223363,18	-46,02	
		OPERACIONES DE REPORTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00	
Total LAGO AGRIO			69430	21772450,85	79638	81499	25085118,84	84137	86714	23001878,32	-2083240,52	-8,30	
TOTAL COOPERATIVAS			201517	49786764,73	237714	284220	56569733,63	244077	277565	55698465,38	38911,75	0,07	

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011

Gráficamente es:

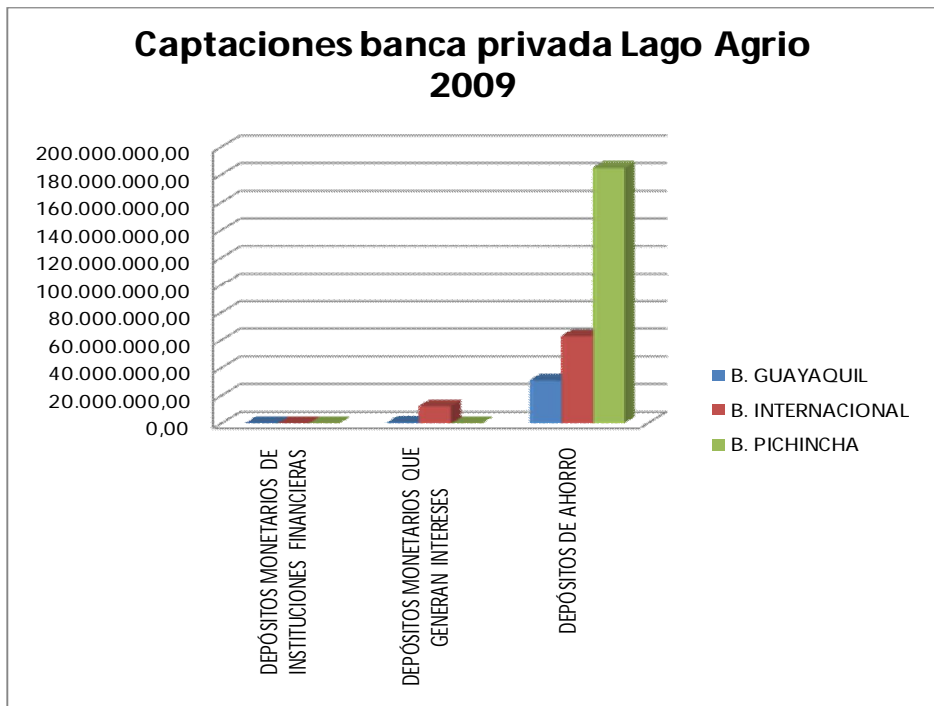
GRAFICO N.: 4



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

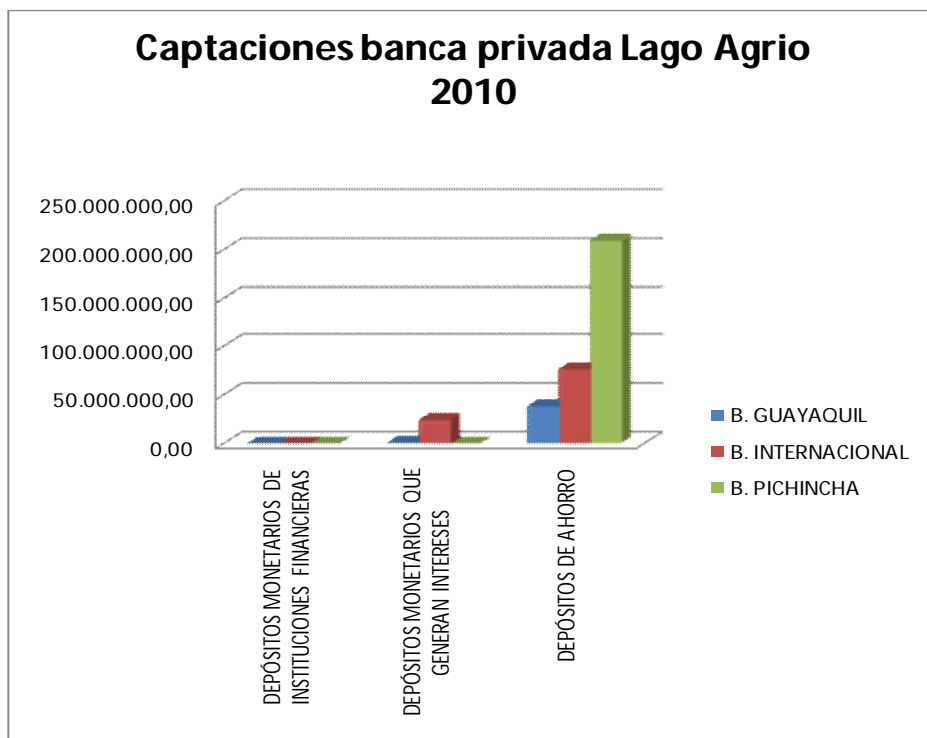
ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011

GRAFICO N.: 5



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

Depósitos Monetarios de Instituciones Financieras:

Para el caso del Banco Nacional de Fomento, este rubro presenta un descenso en número de clientes pero un aumento en valor en dólares. Pasa de tener 26 clientes en 2009 a 12 clientes en 2010, lo que representa una disminución del 53,85% entre los años. En dólares, el porcentaje de aumento es del 4,22% al pasar de USD 19 millones de dólares aproximadamente a más de 20 millones a 400 mil dólares durante el mismo lapso de tiempo.

Evaluando la información del párrafo anterior, parecería ilógico que con una disminución de 53% de clientes exista un “aumento” en este tipo de depósito del 4%. La respuesta nace a la gran inyección de dinero que las entidades de gobierno y las oficinas públicas dirigen por este canal (banca pública). Este dinero está orientado a girar junto al movimiento operativo de las oficinas públicas que cuentan con sus fondos en el BNF.

Entre los doce clientes que el BNF tiene en Nueva Loja podemos citar a la Policía Nacional, todo lo referente a materia de tránsito, la Dirección de Estudios ha sugerido que los roles de docentes sean reasignados por el Banco (de esta manera logran mayor cliente “al menudeo”), el ECORAE (Oficina para el Eco Desarrollo de la Región Amazónica), entre otros. Servicios como el Bono de Desarrollo Humano, ciertos subsidios normales y de uso exclusivo para los habitantes de fronteras y los fondos para proyectos de tipo social engrosan los USD 20 millones que existe en este tipo de depósito.

Dentro del área privada, el Banco de Guayaquil y el Banco de Pichincha son las únicas instituciones que cuentan con este tipo de depósito. El banco Internacional no cuenta con la confianza del sector público.

El gráfico de la siguiente página demuestra el alcance que tienen las barras. El Banco Guayaquil cuenta con USD 63 939 mientras que el Banco Pichincha alcanza los USD 43 486. Es decir que, el Banco de Guayaquil goza con el 59,52% del total de este tipo de depósitos mientras que al Pichincha le toca administrar el 40% restante de dicho tipo de depósito.

Este dinero generalmente proviene de entidades públicas como Petroecuador y/o Aduanas de Ecuador. Es más, debido a que Aduanas regenta desde Guayaquil, existe una oficina de Aduanas para el control de rutina que se hace en la frontera; esto hace que en el Banco de Guayaquil, exista más dinero de oficinas del estado; en este rubro, entre las dos instituciones tenemos un 19% de diferencia.

El sector de las cooperativas no presenta esta información.

Depósitos Monetarios que genera interés:

El sector bancario, tanto público como privado, presenta este tipo de depósito que, a diferencia del depósito a plazo, éste es totalmente líquido y su fecha de comprensión de depósito va desde el un día hasta el día 29.

El Banco Nacional de Fomento alcanza un incremento del 11,11% en número de cuentas y un retroceso de 5,20% en cantidad en dólares de lo que en el periodo de estudio 2009 – 2010.

Dentro de la banca privada, en este rubro es el Banco Internacional quien lleva la batuta con 4700 cuentas nuevas frente a 1920 de 2009. Lo que asciende a USD 24 millones de dólares frente a 12 millones del año anterior. El dato a analizar en este tipo de depósito es lo que sucede en el Banco Pichincha al presentar una concentración de una cuenta con USD 17 mil dólares. Nuevamente el sector cooperativas no presenta esta información.

Depósitos a la vista:

Es indudable que este es un indicador clave para la banca. Vamos a presentar un gráfico que demuestre como está estructurado este tipo de depósito:

Podemos observar claramente el dominio del Banco Pichincha durante los tres años de estudio. En dólares, el Banco Pichincha tiene a la vista lo que los otros dos bancos privados sumarían entre los dos (casi USD 80 millones), aún así; superarían por muy poco a la mitad del valor de ahorros vista que tiene el Banco Pichincha. (Cerca de USD 150 millones).

Es fácil observar que el Banco Pichincha lleva la delantera con cerca de 210 millones de dólares seguido del Banco Internacional con 76 millones de dólares. El Banco Nacional de Fomento alcanza los 62 millones de dólares mientras que la Coop. 29 de Octubre es la mejor entre las cooperativas estudiadas al sumar USD 23 millones durante 2010.

Depósitos a plazo:

Este es el tipo de depósito que refleja la calidad de la confianza de los clientes a su entidad financiera. A más de esto, representa el grado de fidelidad que presentan los clientes cualificando la calidad del servicio (que dentro de este análisis no se ha dicho nada del tema y que en próximas líneas se lo hará).

La estructura de los depósitos a plazos, por institución es:

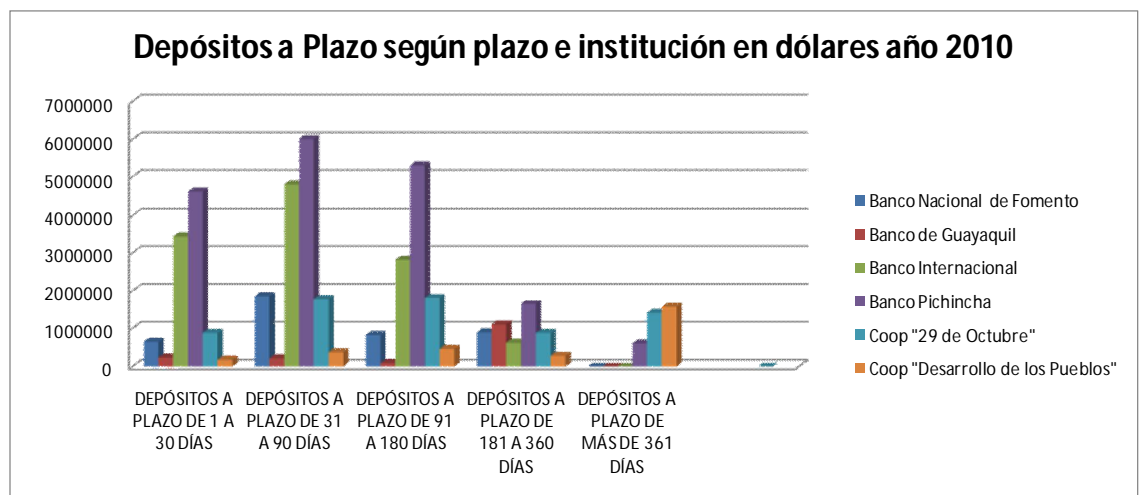
TABLA N.: 9

SISTEMA DE BANCA PÚBLICA (en dólares y en número)											
ENTIDAD	CANTON	CUENTA	2008			2009			2010		
			N. CUENTAS	N. CUENTAS	VALOR EN DOLARES	N. CUENTAS	N. CUENTAS	VALOR EN DOLARES	N. CUENTAS	N. CUENTAS	VALOR EN DOLARES
BNF	LAGO AGRIO	DEPOSITOS MONETARIOS DE INSTITUCIONES FINANCIERAS	0		0	26	26	19595593	12	12	20422455,42
		DEPOSITOS MONETARIOS QUE GENERAN INTERESES	0		0	180	180	5480832	200	200	5197197,46
		DEPOSITOS MONETARIOS QUE NO GENERAN INTERESES	1888		37864335,64	1476	1476	5330467	1945	1945	10480448,72
		DEPOSITOS DE AHORRO	90265		33941874,29	130489	130489	48485518	187061	187061	62947627,49
		DEPOSITOS A PLAZO DE 1 A 30 DIAS	95		925969,91	82	82	1089233	78	78	660316,2
		DEPOSITOS A PLAZO DE 31 A 90 DIAS	149		1736733,45	142	142	1545222	197	197	1861105,04
		DEPOSITOS A PLAZO DE 91 A 180 DIAS	52		594553,19	62	62	889418	76	76	823884,99
		DEPOSITOS A PLAZO DE 181 A 360 DIAS	27		325762,24	34	34	597526	57	57	890244,08
		DEPOSITOS A PLAZO DE MAS DE 361 DIAS	0		0	0	0	0	0	0	0
		DEPOSITOS DE GARANTIA	242		110332,68	335	335	108977	348	348	106449,48
		DEPOSITOS POR CONFIRMAR	0		0	0	0	0	0	0	0
		DEPOSITOS RESTRINGIDOS	0		0	0	0	0	0	0	0
		OPERACIONES DE REPORTE	0		0	0	0	0	0	0	0
Total LAGO AGRIO			92718	0	75499561,4	132826	132826	83122786	189974	189974	103379728,9

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011

GRAFICO N.: 7



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

Como podemos observar, el Banco Pichincha es la institución que más ha generado confianza, por su larga trayectoria institucional (cerca a 106 años). El Banco Internacional capta en segundo lugar, los depósitos de los clientes que se benefician de este producto. Para las cooperativas, la Coop. 29 de Octubre logra captar más clientes mientras que la Coop. Codesarrollo presenta mayor depósito en el rango de más de un año.

No olvidemos que, para evitar el descalce financiero, es imperante colocar dinero que se ha captado en razones de tiempo mayores o iguales a un año. Esto generará el capital base para colocar en los productos crediticios. Siendo así, el BNF, Internacional y Guayaquil, no tienen valores en este plazo, por lo que la problemática del descalce financiero se profundiza. Corren mayor riesgo de que el dinero más líquido, no se pueda recuperar en los créditos. Tan sólo la buena voluntad de pago y un muy exigente, riguroso, estricto y minucioso análisis de crédito bajan este riesgo.

Los depósitos a plazo del Banco Pichincha representan apenas el 6,30% del total de depósitos que la institución genera en Nueva Loja. El pilar financiero del Banco Pichincha son los ahorros a la vista que, en cambio, representan el 72,51%. Siguiendo con el análisis, para el caso del Banco de Guayaquil, el 2,82% son los ahorros a plazo y el 65,81% representan los ahorros a la vista. El Banco Internacional presenta el 7,50% de sus ahorros son a plazo y el 48,91% representa los ahorros a la vista.

Este análisis refuerza el “temor financiero” que, después de la quiebra casi generalizada de la banca ecuatoriana en el periodo 1997 – 2000, tiene el cliente bancarizado ecuatoriano. De allí que todos los esfuerzos de los agentes oficiales de inversiones se centran en captar más liquidez para depositar a plazos. Recuerde, mientras más amplio es el plazo, es mejor para la institución financiera.

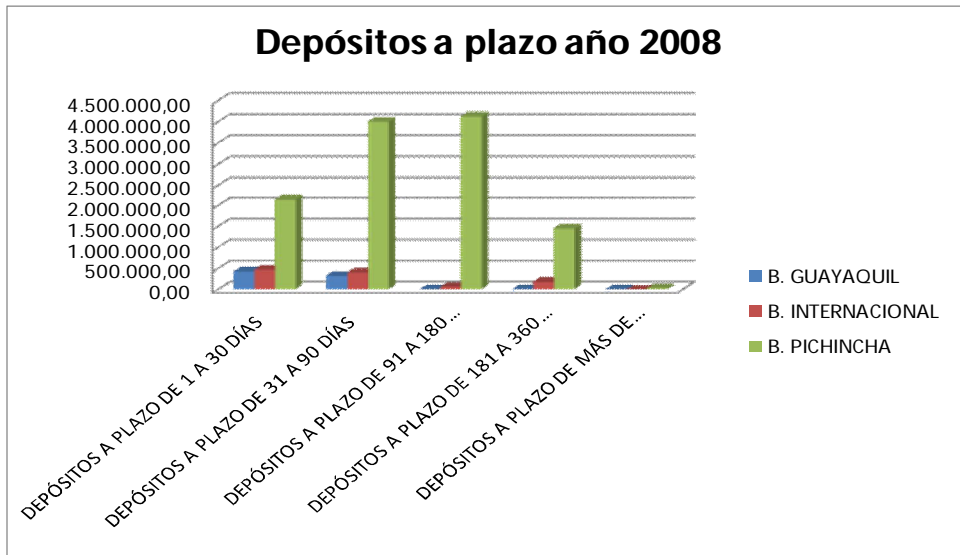
El Banco Nacional de Fomento, por su parte, muestra índices del 4,09% para ahorros a plazo y el 60,89% son sus ahorros a la vista. Para las cooperativas controladas; en específico para la Coop. 29 de Octubre, la situación cambia. El 20,72% del total de depósitos son a plazo mientras que el 71% representan sus ahorros a la vista. La Coop. Codesarrollo, nos indica que el 12,48% representan ahorros a plazo, mientras que el 71,09% son ahorros a la vista.

En resumen, las cooperativas presentan mejores índices en sus captaciones a plazos que la banca tradicional. Un promedio del 16% de sus depósitos en ahorros son a plazo mientras que, casi por coincidencia, las dos llegan al 71% de ahorros a la vista. La banca tradicional no supera el 8% en ahorros a plazos, pero las

cooperativas “barren” con los depósitos a la vista con índices de hasta el 74%. Esto debido a las “atractivas” tasas pasivas efectivas que pagan las cooperativas a sus socios.

Procedemos a colocar, gráficos que representan la distribución de los depósitos a plazo por cada institución financiera:

GRAFICO N.:8

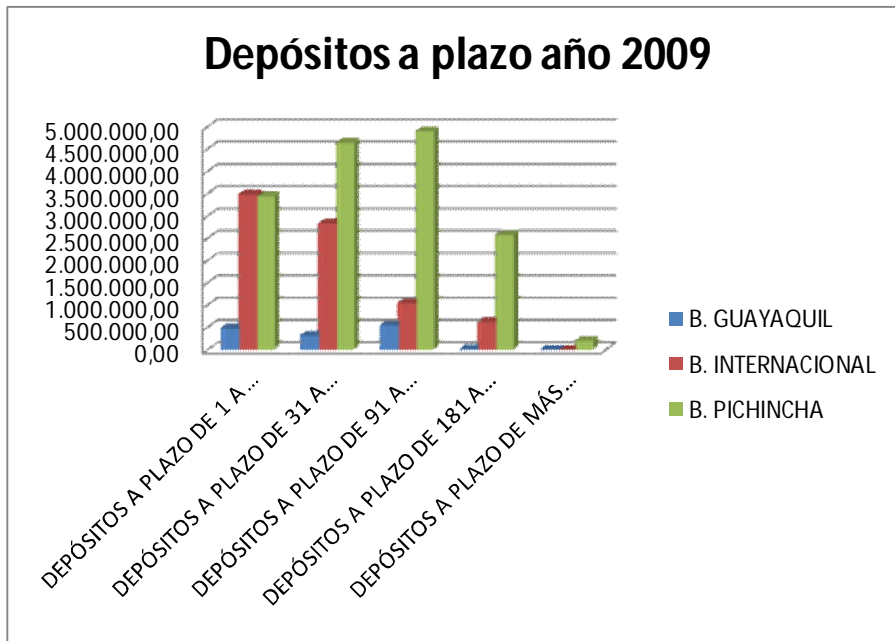


FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

El plazo más importante del BNF es el comprendido entre 31 y 90 días. No tienen depósitos a plazo mayores a un año.

GRAFICO N.: 9

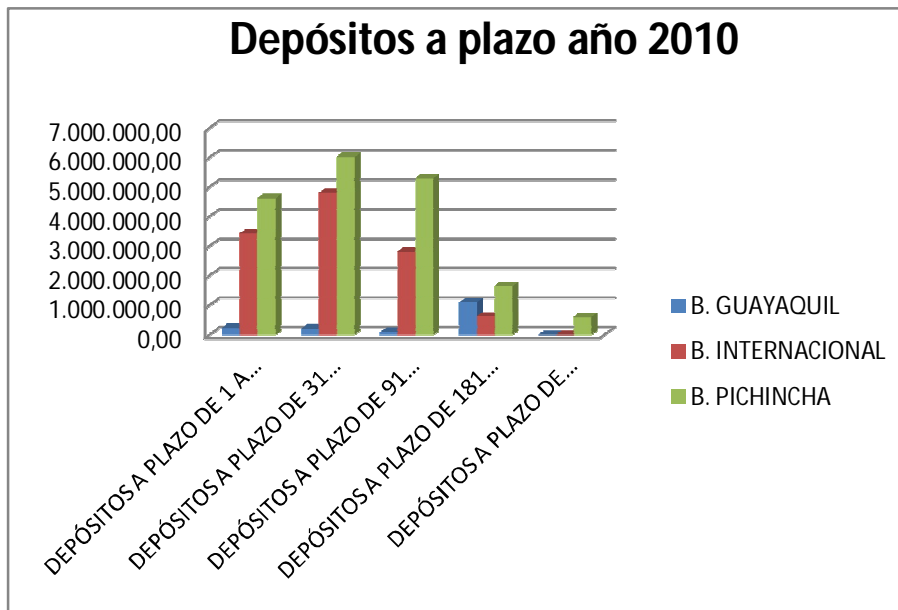


FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

El 67% de los depósitos a plazos en este banco van de 6 meses a un año. Es un buen índice para evitar descalces financieros con créditos de hasta un año. Tampoco presentan depósitos mayores a un año.

GRAFICO N.: 10



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

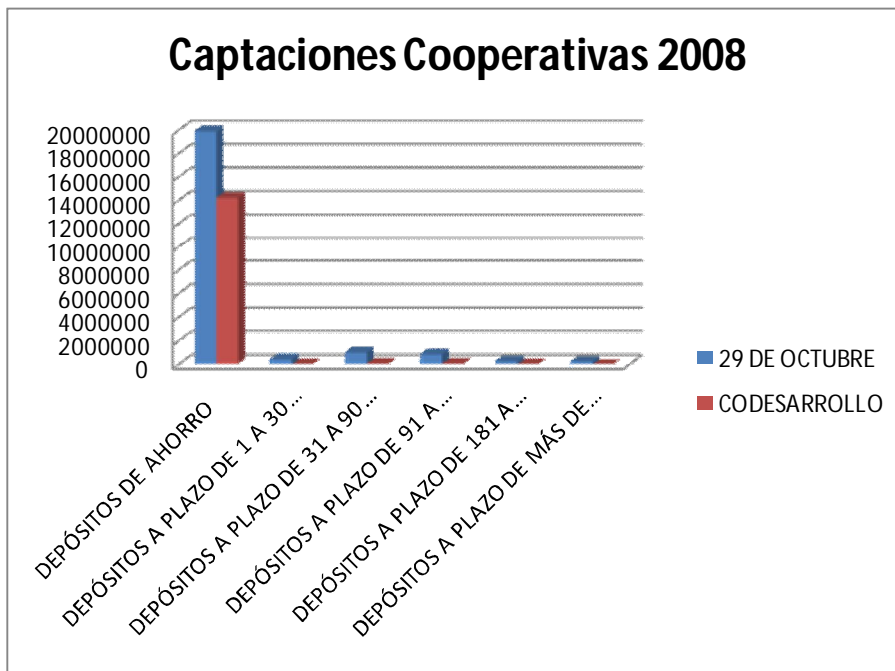
ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

De un mes a tres meses, el 41% de los depositantes a plazo confiaron su dinero en este banco. No presentan índices mayores a un año.

Al igual que el Internacional, el Pichincha se fortalece con los depósitos a plazos de 31 a 90 días. Esta institución si presenta índices de depósitos mayores a un año: 33%.

En cambio, las cooperativas por la “atractiva” tasa efectiva pasiva que pagan a sus socios, hace que el panorama cambie. Está repartida la mayoría de los depósitos a plazos (53%) en el rango de 31 días a 181 días. A diferencia de los bancos, los depósitos de más de un año alcanzan el 21%.

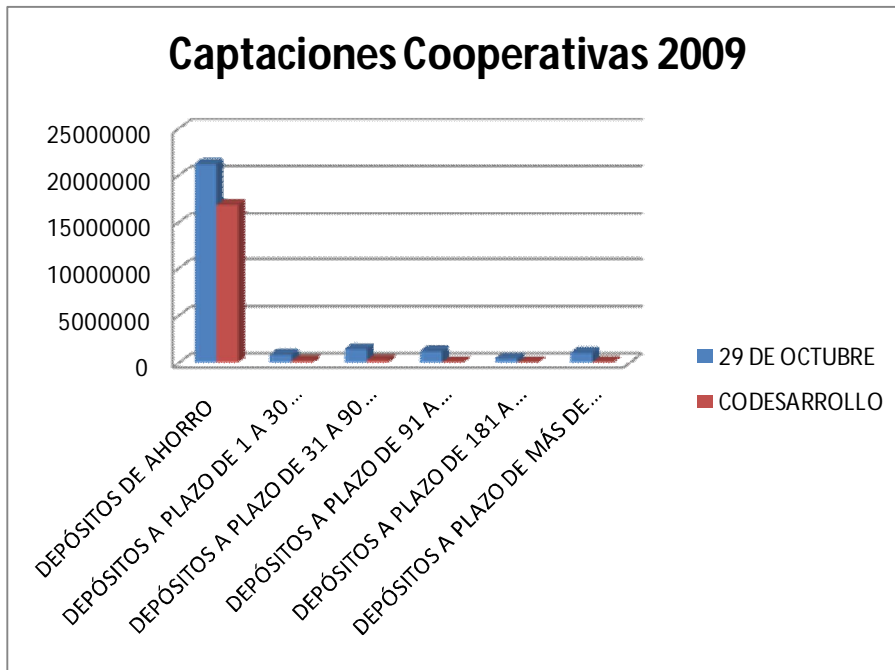
GRAFICO N.: 11



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

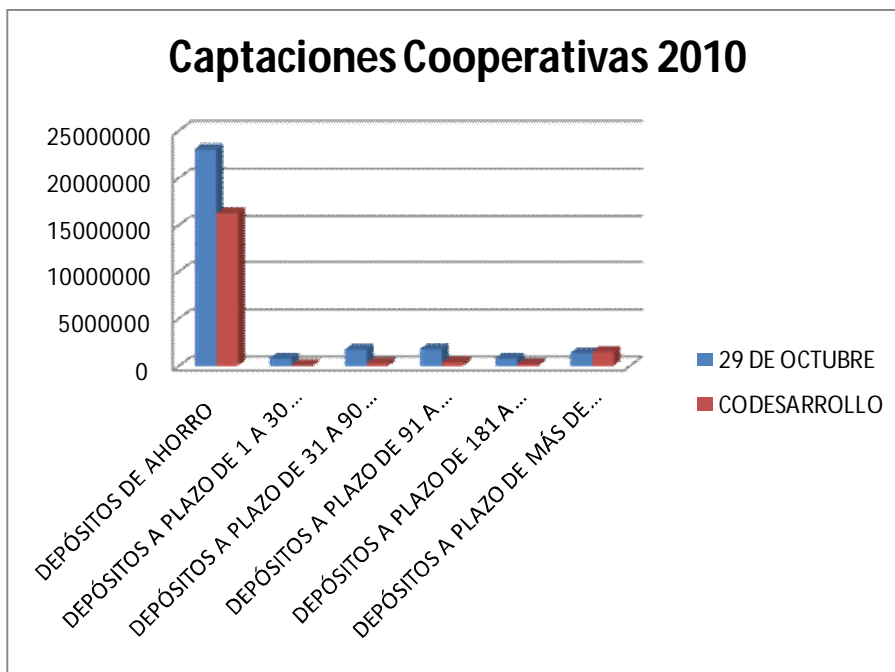
GRAFICO N.: 12



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

GRAFICO N.: 13



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

Dentro del estudio, indicamos que esta institución es un ejemplo a seguir. El 55% de los depósitos a plazos (más de la mitad), están en el mejor rango (más de un año). Se puede decir que los depósitos a plazos soportan los créditos de la institución.

2.2.2. Por Subsistemas

Las captaciones de las entidades de estudio en la ciudad de Nueva Loja son, según subsistemas:

TABLA N.: 10

TOTAL CAPTACIONES ENTIDADES FINANCIERAS CONTROLADAS POR SIBS EN NUEVA LOJA AÑO 2010 SECTOR BANCA PÚBLICA		
ENTIDAD	No. DE CLIENTES	TOTAL DÓLARES
BANCO NACIONAL DE FOMENTO	189974	103379728,9
TOTAL	189974	103379728,9

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

TABLA N.: 11

TOTAL CAPTACIONES ENTIDADES FINANCIERAS CONTROLADAS POR SIBS EN NUEVA LOJA AÑO 2010 SECTOR BANCA PRIVADA		
ENTIDAD	No. DE CLIENTES	TOTAL DÓLARES
BANCO DE GUAYAQUIL	66.914,00	155.795.393,00
BANCO INTERNACIONAL	241.950,00	288.595.638,00
BANCO PICHINCHA	256.410,00	32.696.767,06
TOTAL	755248	535.374.590,06

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

TABLA N.: 12

TOTAL CAPTACIONES ENTIDADES FINANCIERAS CONTROLADAS POR SIBS EN NUEVA LOJA AÑO 2010 SECTOR COOPERATIVAS		
ENTIDAD	No. DE CLIENTES	TOTAL DÓLARES
COOPERATIVA "29 DE OCTUBRE" LTDA.	190851	32696767,06
COOPERATIVA "DESARROLLO DE LOS PUEBLOS" CODESARROLLO	86714	23001878,32
TOTAL	277565	55698645,38

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

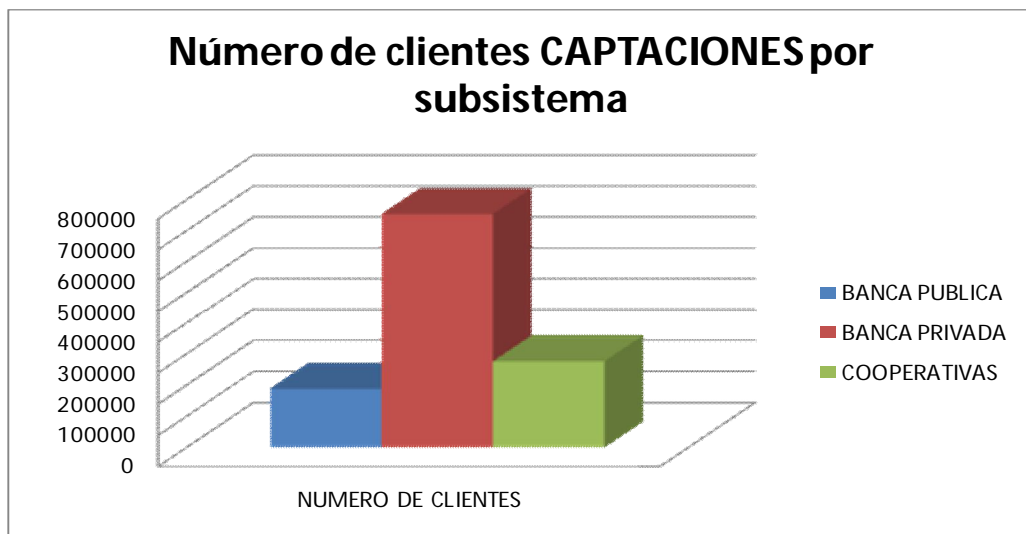
Los datos expuestos en las tablas anteriores los trasladaremos a los respectivos gráficos:

Al iniciar el estudio de las CAPTACIONES según subsistemas, observamos que por número de clientes, la banca privada es la que más adeptos logra con 755 248 personas sumando USD 535 374 590, 06 en sus fondos.

A pesar de tener otros lineamientos operacionales, el sector cooperativo está en segundo puesto en número de clientes con 277 565 clientes pero ocupan el tercer puesto en fondos con USD 55 698 645, 38.

El Banco Nacional de Fomento a pesar de tener menor número de clientes, suman USD 103 379 728,9. Esto debido a la gran cantidad de dinero que las oficinas públicas y entidades de gobierno tienen en dicho banco.

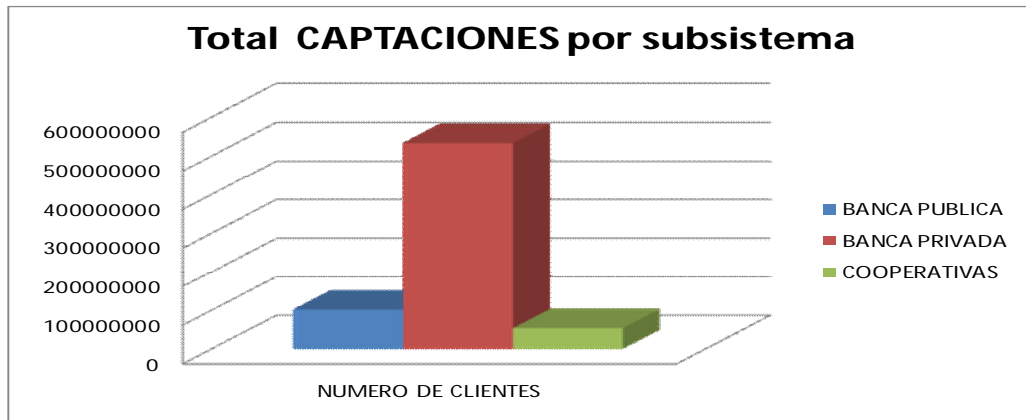
GRAFICO N: 14



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

GRAFICO N.: 15



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

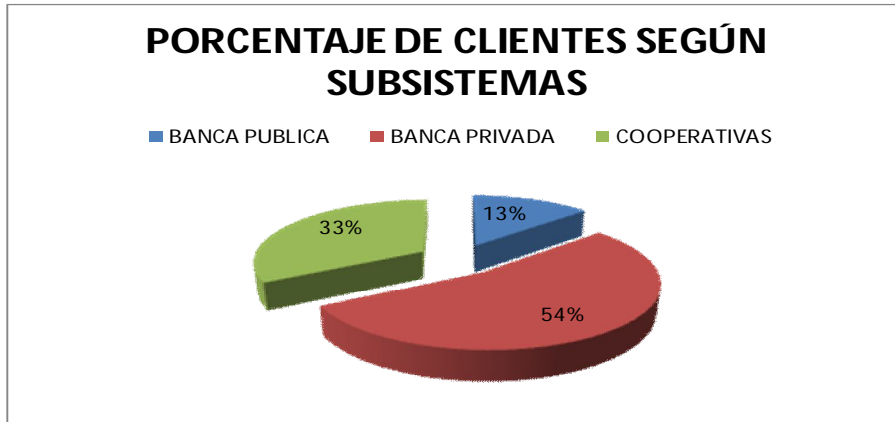
En términos porcentuales, hablamos de un 54% de clientes para el subsistema Banca Privada, seguido de un 33% para el sector cooperativa, dejando en el tercer puesto a la banca pública que alcanza el 13% de clientes.

En captaciones en dólares la banca privada alcanza el 77% de la población bancarizada de Nueva Loja, en segundo puesto está la banca pública con un 15% de depósitos para que el restante 8% sea para las cooperativas.

El principal factor para que el sector de la banca privada mueva casi un 80% de los depósitos:

El movimiento económico que el sector petrolero genera en la zona. A más de esto si sumamos la existencia de tres instituciones bancarias con una agencia cada una, englobamos en "éxito total" el negocio bancario en Nueva Loja.

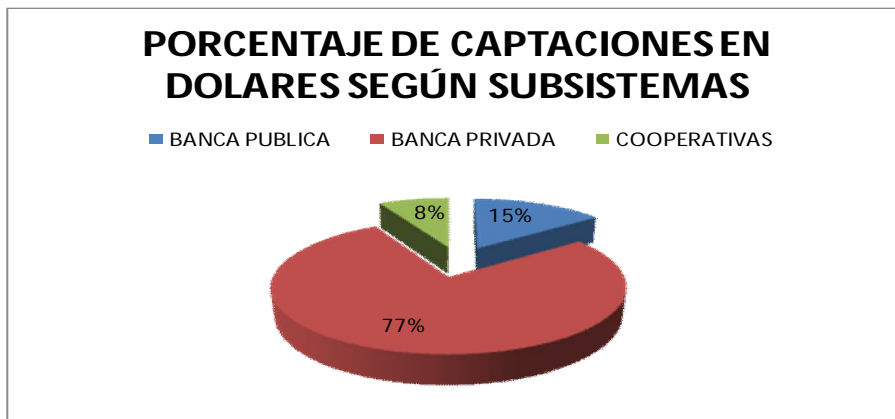
GRAFICO N.: 16



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

GRAFICO N.: 17



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

A continuación procedemos a realizar un estudio de las CAPTACIONES según cada entidad financiera. Esto nos dará información más detallada para conocer dentro de cada subsistema cual es la institución más fuerte.

Este estudio también realiza las variables “número de clientes” y “fondos en dólares” que cada entidad financiera presenta:

TABLA N.: 13

TOTAL CAPTACIONES ENTIDADES FINANCIERAS CONTROLADAS EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA AÑO 2010 TODOS LOS SUBSISTEMAS		
ENTIDAD	No. DE CLIENTES	TOTAL DÓLARES
BANCO NACIONAL DE FOMENTO	189974	103379728,9
BANCO DE GUAYAQUIL	66.914,00	58.286.792,00
BANCO INTERNACIONAL	241.950,00	155.795.393,00
BANCO PICHINCHA	256.410,00	288.595.638,00
COOPERATIVA "29 DE OCTUBRE" LTDA.	190851	32696767,06
COOPERATIVA "DESARROLLO DE LOS PUEBLOS" CO DESARROLLO	86714	23001878,32
TOTAL	1032813	661756197,3

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

GRAFICO N.: 18



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

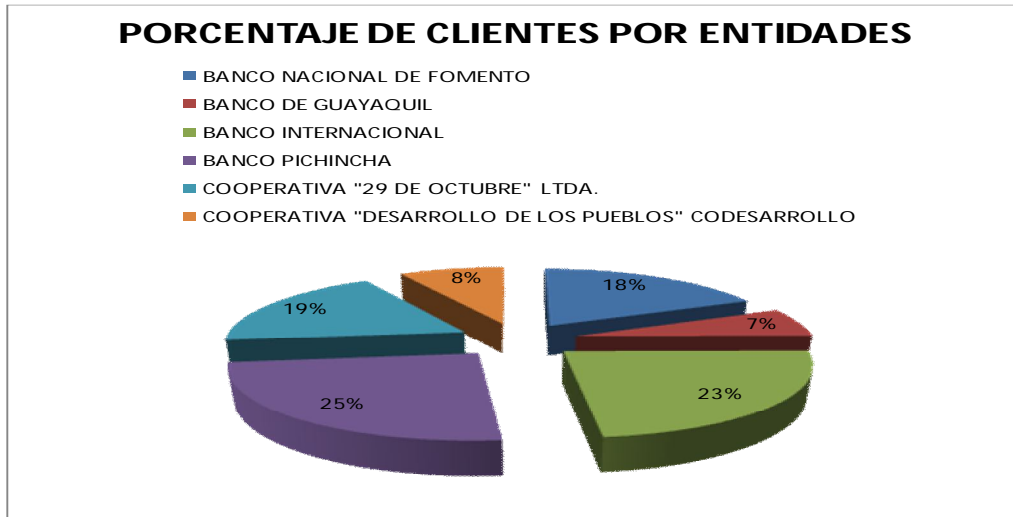
GRAFICO N.: 19



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

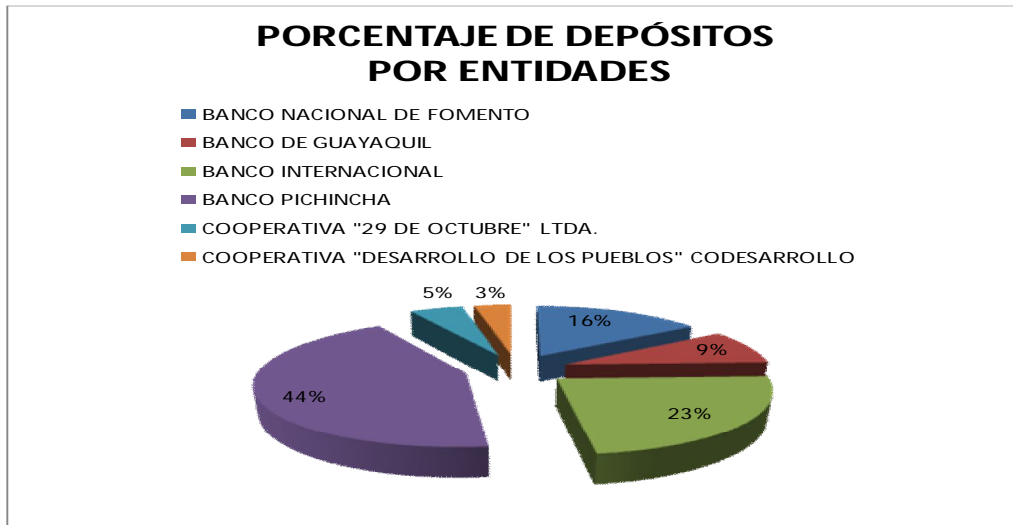
GRAFICO N.:20



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

GRAFICO N.: 21



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

De nuevo es el Banco del Pichincha quien ha logrado, por su trabajo diario durante los últimos 106 años de historia, ubicarse en el primer puesto en número de clientes y en total captaciones llegando a tener a 2010, 256 000 clientes aproximadamente, mientras que en depósitos asciende a USD 288 595 000 aproximadamente.

2.3. Evolución por colocaciones

2.3.1 Por tipo de cartera

A nivel general podríamos indicar que:

TABLA N.: 14

TOTAL CARTERA DE CREDITO POR PRODUCTO LAGO AGRIO			
	2008	2009	2010
COMERCIAL	131,680,928.57	194,731,905.43	249,446,505.58
CONSUMO	97,306,240.73	116,446,831.22	161,558,593.78
VIVIENDA	31,718,656.84	59,161,554.51	61,413,339.41
MICROEMPRESA	56,486,366.92	85,069,119.19	108,181,251.24
TOTAL	317,192,193.06	455,409,410.35	580,599,690.01

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

Las colocaciones, según el tipo de producto, quedan establecidas como sigue:

TABLA N.: 15

ENTIDAD	CANTON	CARTERA	2008	2009	2010	VARIACION	
						ABSOLUTA	RELATIVA
B. GUAYAQUIL	LAGO AGRIO	COMERCIAL	5987773,72	3102250,25	7410845,51	4308595,26	138,89
		CONSUMO	25247453,81	37873819,46	61431879,64	23558060,18	62,20
		VIVIENDA	0,00	0,00	1422879,45	1422879,45	
		MICROEMPRESA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
B. INTERNACIONAL	LAGO AGRIO	COMERCIAL	34903442,93	47151321,49	77336892,37	30185570,88	64,02
		CONSUMO	2550523,66	3481955,38	4513817,36	1031861,98	29,63
		VIVIENDA	2354920,75	2671790,09	7346333,34	4674543,25	174,96
		MICROEMPRESA	618526,85	2379509,82	4257263,37	1877753,55	78,91
B. PICHINCHA	LAGO AGRIO	COMERCIAL	33054284,66	67598374,54	65462910,68	-2135463,86	-3,16
		CONSUMO	18720699,82	48313800,33	61161856,27	12848055,94	26,59
		VIVIENDA	7968635,02	33378397,31	34835937,81	1457540,50	4,37
		MICROEMPRESA	26032557,90	49221986,48	68173666,87	18951680,39	38,50
TOTAL			157438819,12	295173205,15	393354282,67	98181077,52	614,92

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

TABLAN.: 16

ENTIDAD	CANTON	CARTERA	2008	2009	2010	ABSOLUTA	RELATIVA
CODESARROLLO	LAGO AGRIO	COMERCIAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		CONSUMO	9602606,02	14058902,20	13577921,72	-480980,48	-3,42
		VIVIENDA	14717782,21	8855926,53	6348779,16	2507147,37	-28,31
		MICROEMPRESA	8313614,74	12379313,72	15258703,36	2879389,64	23,26
29 DE OCTUBRE	LAGO AGRIO	COMERCIAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		CONSUMO	10919609,83	9739446,46	12931336,29	3191889,83	32,77
		VIVIENDA	6677318,86	14255440,58	11459409,65	2796030,93	-19,61
		MICROEMPRESA	12202074,52	6851603,39	6254911,86	-596691,53	-8,71
TOTAL			62433006,18	66140632,88	65831062,04	-309570,84	-0,47

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

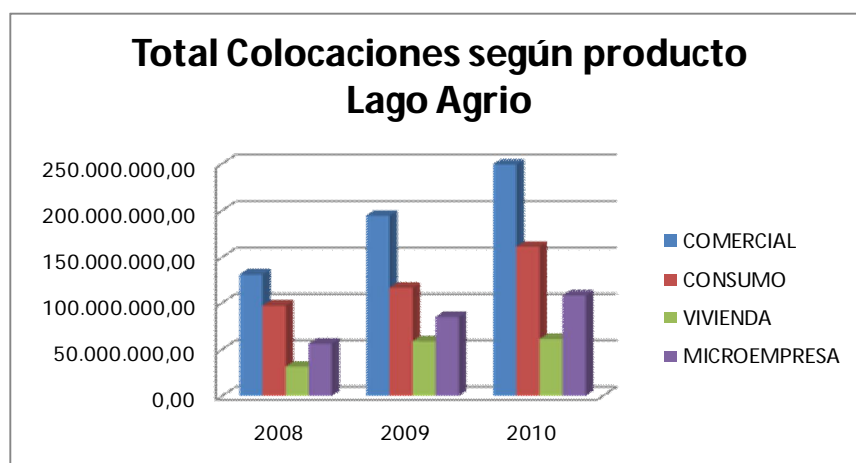
TABLA N.: 17

ENTIDAD	CANTON	CARTERA	2008	2009	2010	ABSOLUTA	RELATIVA
BNF	LAGO AGRIO	COMERCIAL	57735427,26	76879959,15	99235857,02	22355897,87	29,08
		CONSUMO	3700889,97	2978907,39	7941782,50	4962875,11	166,60
		VIVIENDA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		MICROEMPRESA	9319592,91	14236705,78	14236705,78	0,00	0,00
TOTAL			70755910,14	94095572,32	121414345,30	27318772,98	195,68

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

GRAFICO N.: 22



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

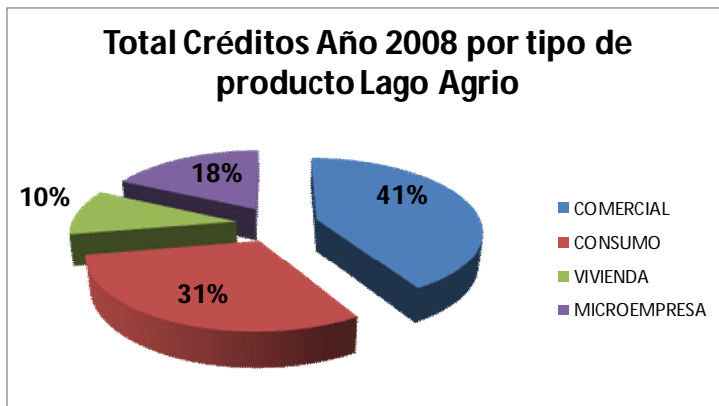
El producto más colocado en la zona de estudio es el Comercial, alcanzando la suma de USD 530 millones en los tres años. Por lo general, este tipo de producto genera una garantía pecuniaria o en bienes inmuebles, ya que la mayoría del dinero

inyectado por este producto al mercado, va dirigido a la compra, adquisición, mejoramiento, ampliación o apertura de nuevas líneas de producción, de montaje o de naves industriales y/o comerciales.

Este producto ha presentado interesantes crecimientos de alrededor de 65 millones en promedio en los años de investigación. Para el año 2008, este crédito representó el 41% de colocaciones del total de colocaciones del año en todo el sistema bancario objeto de estudio. Para el año 2009 asciende a un 43% del total y para el siguiente año también es del 43% a pesar de colocar USD 65 millones más como promedio como ya dijimos.

Vale recalcar que el sector de cooperativas no aporta con colocaciones en este producto, esto debido a la naturaleza del negocio cooperativo.

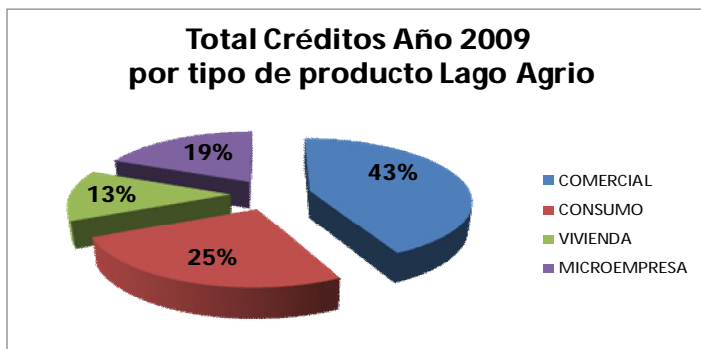
GRAFICO N.:23



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

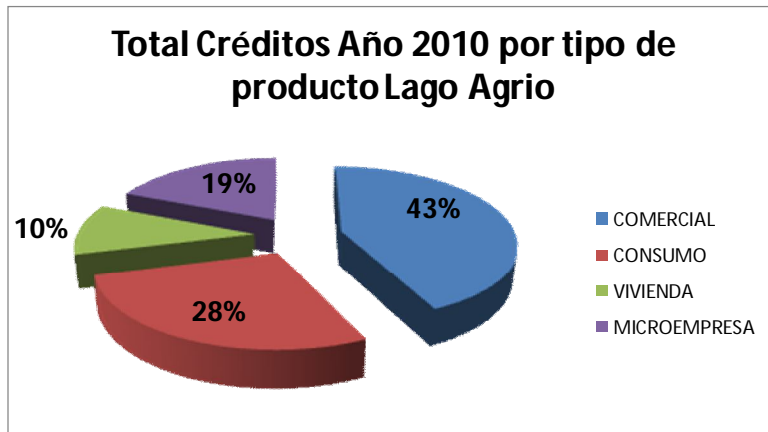
ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

GRAFICO N.: 24



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

El crédito de consumo es una línea de colocación que se orienta a aquellas personas que gozan de un ingreso fijo mensual quienes generalmente son los empleados del sector público y privado. Este crédito también presenta incrementos siendo el más significativo el que ocurre entre los años 2009 a 2010 que alcanza unos 49 millones de dólares frente a 22 millones de dólares que ha alcanzado del 2008 a 2009.

Todas las instituciones aportan a este tipo de producto que para el año 2008 tiene un 31% del total de crédito, para 2009 se reduce a un 25% (a pesar de obtener saldos positivos) para volver a subir en 2010 con un 28% del total de colocaciones. Es sano indicar que la cartera de vencimiento de este crédito tiene calificación A y B. No representa mayores problemas ni inconvenientes en la recuperación de este tipo de créditos.

No es menester de estudio la calidad del gasto que hagan los socios o los clientes de la banca de Lago Agrio con el dinero que sale por esta línea de crédito al mercado. Pero se conoce que la mayoría de dinero de este crédito está orientado para la cancelación de deudas con el “chulco”, cancelaciones de deuda en otras instituciones financieras controladas y no controladas y para la compra de electrodomésticos.

El riesgo en esta línea de crédito radica en que la mayoría de clientes prefieren salir de deudas con personas “no gratas” para evitar inconvenientes mayores.

Esto refleja una realidad: el lavado de dinero existente en el mercado (aunque no es comprobable ni existen datos reales ni certeros que comprueben esta hipótesis) que viene del país vecino de Colombia.

Para el crédito de vivienda observamos un incremento muy satisfactorio entre 2008 y 2009 al pasar de 31 millones de dólares a 60 millones aproximadamente, a pesar de que existen instituciones que no han colocado ni un centavo en este segmento como es el caso del BNF y de las instituciones privadas como el Banco de Guayaquil quienes aportan para el 2010 con USD 14 millones de dólares.

Para el caso de Lago Agrio específicamente este tipo de crédito es de manejo delicado debido al gran problema de la falta de legalización de tierras y lotes. Este hecho dificulta trabajar ordenadamente y bajo la ley con escrituras.

En el pastel observamos que el mejor año para créditos de vivienda es el 2009 al ascender 3 puntos porcentuales en comparación con 2008 y 2010 que arrojan resultados del 10% del total de créditos otorgados.

El crédito para microempresas ha sostenido un incremento de alrededor de USD 30 millones durante los tres años de estudio. Pasa de 56 millones de dólares en 2008 a 108 millones de dólares en 2010. Este segmento ha mostrado un interesante progreso debido a que, desde el año 2000, la línea de microcrédito ha presentado un avance y una preocupación interesante en el Ecuador.

Más aún en Nueva Loja donde existe la presencia de una institución adscrita a la red GRAMEEN quienes tienen la filosofía de ayudar al más necesitado y por ende, al grupo de personas que, financieramente, NO EXISTE.

Las cooperativas de ahorro y crédito son las instituciones que mejor trabajan dentro de este segmento. Del lado privado, el Banco Pichincha, entre sus subsidiarias está CREDIFÉ que inyecta ingentes cantidades de dinero a este segmento de crédito.

Las cooperativas tienen mercado gracias a lo “fácil” relativamente que resulta obtener un crédito en ellas.

En el año 2010 se han captado USD 661 millones aproximadamente y se han colocado USD 581 millones aproximadamente. Saludable es la salud financiera de la banca supervisada por la Superintendencia de Bancos y Seguros en Lago Agrio.

2.3.2 Colocaciones por Subsistemas

Según subsistemas, las colocaciones se presentan:

TABLA N.: 18

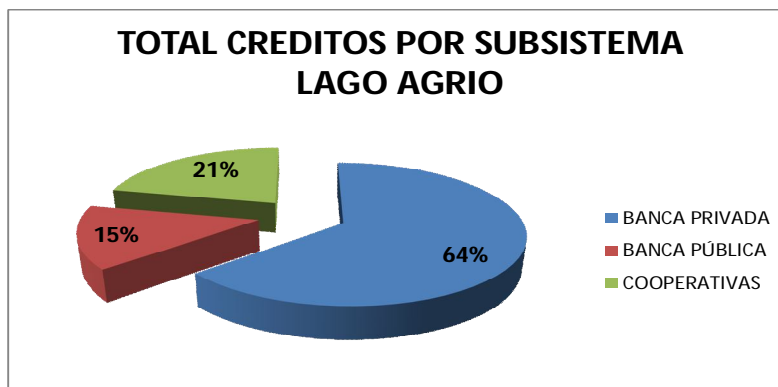
TOTAL COLOCACIONES DE CREDITO POR SUBSISTEMAS LAGO AGRIO AÑO 2008 2009 2010		
	BANCA PRIVADA	845,966,306.94
	BANCA PÚBLICA	194,404,701.10
	COOPERATIVAS	286,265,827.76
	TOTAL	1,326,636,835.80

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

Gráficamente sería:

GRAFICO N.: 26



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

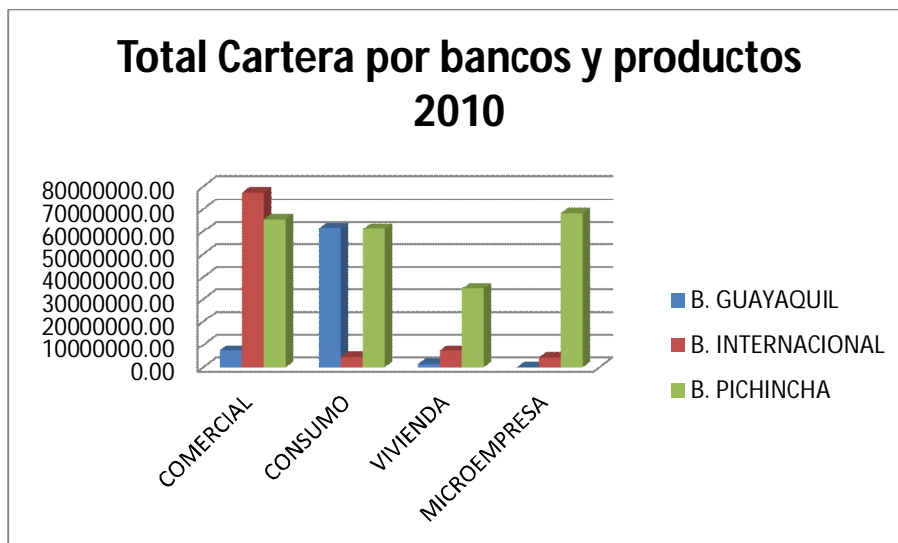
ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

Como podemos observar, la banca privada concentra el 64% del total de créditos concedidos en la provincia de Sucumbíos seguido de un 21% las cooperativas controladas, dejando el último puesto al BNF con un honroso 15%. En dólares indicamos que la banca privada suma USD 845 millones en los tres años de estudio, las cooperativas alcanzan un valor de USD 286 millones mientras que la banca pública suma alrededor de 194 millones de dólares.

El sector bancario al contar con más fondos para girar y entregar en las colocaciones le permite encabezar este segmento. El BNF cuenta con el respaldo del Estado (no del gobierno), pero no ha cubierto ni satisfecho las necesidades de sus cuenta ahorristas debido a lo “engorroso” del trámite para un crédito. El sector cooperativo muestra una tendencia conservadora propia del sistema cooperativo. Premia al socio cuyo movimiento de cuenta permita acceder a una línea de crédito primero de menor valor, para luego entregar una suma más fuerte.

Vamos a revisar que banco privado encabeza el listado del banco con más captaciones:

GRAFICO N.: 27



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

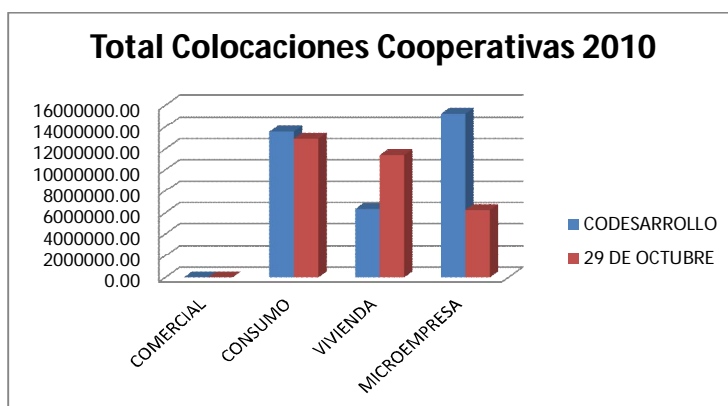
Como observamos en este gráfico, para el año 2010, en el segmento “crédito comercial”, el Banco Internacional lleva la batuta con cerca de USD 85 millones entregados seguido del Banco de Pichincha con cerca de USD 72 millones de dólares. El Banco de Guayaquil no está, al parecer interesado en arriesgar fondos en este segmento de crédito. El mismo gráfico nos demuestra que dicha entidad financiera re direcciona más fondos a la línea de consumo, siendo su línea fuerte. Esto debido a la facilidad relativa de recuperar dicha cartera.

Siguiendo en la línea de consumo, el Banco de Guayaquil y el Banco de Pichincha casi están entregando el mismo valor en dólares. El Banco Internacional no le interesa esta línea de crédito.

El Pichincha es un banco que ha trabajado bien en la línea de vivienda, por lo que lleva la batuta al entregar cerca de 45 millones de dólares al mercado mientras que el resto de instituciones financieras no suman ni 15 millones las dos juntas para 2010.

Ni que decir del Microcrédito que, con su subsidiaria CREDIFE, el Pichincha logra colocar cerca de USD 76 millones de dólares en desmedro de sus competidores que no llegan ni a USD 20 millones. De esta manera, el Banco Pichincha logra una fuerte hegemonía tanto en captaciones como en colocaciones.

Por el Subsistema de cooperativas, la información se muestra como el gráfico de la siguiente página. En él se observa que Codesarrollo lleva el liderato en la línea de consumo y en la de microempresa. Codesarrollo cuenta con el apoyo de la FEPP, entidad que trabaja en equipo con cada uno de los socios que han requerido crédito de microempresa para que los negocios personales crezcan y, así, se recupera de manera efectiva el crédito. En la línea de vivienda, la cooperativa “29 de octubre” lidera con alrededor de USD 12 millones entregado en 2010.



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

2.4 Productos y Servicios Financieros: Tipos y Costos:

2.4.1 Costos de los Servicios

El costo que por servicios cancelan los clientes de la banca ha sido siempre motivo de polémica, controversias y confrontaciones. No olvidemos que el gobierno de Rafael Correa entró proponiendo cambios en los costos por servicios financieros: en cuentas de ahorros, cuentas corrientes, servicios ATM, giros, envíos y transferencias de dinero SWIFT, etc.

Entre los productos y servicios financieros que entran a estudio son:

- a. Cuentas de Ahorro
- b. Cuentas Corrientes
- c. Créditos: distintos tipos de créditos
- d. Transferencias
- e. Envío de estados de cuenta
- f. Tarjetas de débito
- g. Tarjetas de crédito
- h. Pólizas de acumulación y certificados
- i. Referencias Bancarias
- j. Cobros interbancarios
- k. Gastos por cobranzas
- l. Otros

Los costos varían dependiendo de cada institución financiera, tal cual se muestra a continuación:

4.1.1. Por instituciones financieras:

Las distintas instituciones financieras presentan los siguientes cobros por servicios. Aquí recalcamos un resumen de los principales productos y servicios que realizan las distintas instituciones:

TABLA N.: 19

COSTOS POR SERVICIOS DE LOS MÁS IMPORTANTES Y USADOS POR CLIENTES EN NUEVA LOJA							
PRODUCTOS	INSTITUCIONES	BANCA PRIVADA			BANCA PÚBLICA	COOPERATIVAS	
		GUAYAQUIL	INTERNACIONAL	PICHINCHA	BANCO NACIONAL DE FOMENTO	29 DE OCTUBRE	CODESARROLLO
CUENTAS DE AHORROS:							
APERTURA MÍNIMA :		\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 20,00	\$ 50,00	\$ 30,00
TARJETA DE DÉBITO :		\$ 3,50	\$ 5,50	\$ 5,00	\$ 3,00	\$ 5,00	\$ 0,00
MANTENIMIENTO DE CUENTA:		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
A. T. M. DEL PROPIO BANCO:		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
A. T. M. DE BANCO LOCAL:		\$ 0,50	\$ 0,25	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 0,25	\$ 0,00
CIERRE DE CUENTA:		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
ANULACIÓN DE LIBRETAS DE AHORROS POR EXTRAVÍO :		\$ 1,00	\$ 2,00	\$ 2,00	EL VALOR DE AVISO POR DIARIOS	EL VALOR DE AVISO POR DIARIOS	EL VALOR DE AVISO POR DIARIOS
CUENTAS CORRIENTES:							
APERTURA DE CUENTA:		\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 300,00	\$ 0,00	\$ 0,00
COSTO DE CHEQUERA:		\$ 35,00	\$ 25,00	\$ 54,00	\$ 35,00	\$ 0,00	\$ 0,00
% DE COBRO POR CHEQUE PROTESTADO:		2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	\$ 0,00	\$ 0,00
CHEQUE CERTIFICADO:		\$ 1,85	\$ 2,00	\$ 1,50	\$ 2,00	\$ 0,00	\$ 0,00
CHEQUE DE GERENCIA:		\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 1,85	\$ 2,00	\$ 0,00	\$ 0,00
ESTADOS DE CUENTA:		\$ 2,00	\$ 3,00	\$ 1,85	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
REFERENCIAS BANCARIAS:		\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 5,00	\$ 1,00	\$ 1,00
TRANSFERENCIAS INTERBANCARIAS:							
VÍA INTERNET		\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 2,00	\$ 0,00
EN OFICINAS		\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 0,00	\$ 5,00	\$ 2,00
SWIFT		\$ 45,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 30,00	\$ 45,00	\$ 35,00
CARTAS DE CRÉDITO , AVALES:							
DE IMPORTACIÓN		\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 150,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
DE EXPORTACIÓN		\$ 100,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
STAND BAY		\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
GARANTÍAS		\$ 50,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
OTROS SERVICIOS:							
PAGOS DE SERVICIOS BÁSICOS POR DÉBITO :		\$ 1,50	\$ 1,85	\$ 2,00	\$ 0,00	\$ 2,00	\$ 2,00
RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS :		\$ 0,75	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,00	\$ 0,00
MATRÍCULACIÓN VEHICULAR :		\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,00	\$ 0,00
MICROFILM		\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 3,00	\$ 0,00	\$ 0,00
CASILLEROS DE CORRESPONDENCIA:							
PEQUEÑOS		\$ 100,00	\$ 75,00	\$ 100,00	\$ 50,00	\$ 0,00	\$ 0,00
MEDIANOS		\$ 150,00	\$ 125,00	\$ 200,00	\$ 100,00	\$ 0,00	\$ 0,00
GRANDES		\$ 200,00	\$ 175,00	\$ 300,00	\$ 150,00	\$ 0,00	\$ 0,00

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

La banca privada en Lago Agrio tiene el mismo monto de apertura: USD 100,00 para cuentas de ahorro y USD 500 cuentas corrientes. Mientras que la banca pública apertura cuentas de ahorro con USD 20.00 y cuentas corrientes con USD 300.

El banco más atractivo en tasas pasivas es el Pichincha quienes pagan hasta 2 puntos porcentuales sobre saldos promedios¹. Lo curioso aquí es que, el Banco Internacional no cancela más del 1,75% anual para ahorros de hasta USD 100.000.

Las tasas pasivas atractivas están en el producto Plazos fijos, que; en función de los días paga mejor tasa cuando se deja a mayor tiempo. Una vez más el Pichincha gana en adeptos debido a sus interesantes tasas pasivas que paga. Por lo general, la banca comercial privada está en el orden del 1 al 5,50% anual para plazos fijos.

El resto de servicios bancarios varía en función de la institución que tenga el dinero, de su saldo que tenga en la cuenta, del tiempo que sea usted cliente, del tipo de calidad de servicio que recibe (si es o no cliente VIP por ejemplo), del grado de relación comercial que conlleva con la institución, entre otros factores.

Las tasas pasivas para plazos fijos promedio son:

TABLA N.: 20

TASAS DE INTERÉS PASIVAS Y ACTIVAS POR TIPO DE PRODUCTOS NUEVA LOJA							
PRODUCTOS	INSTITUCIONES	BANCA PRIVADA			BANCA PÚBLICA	COOPERATIVAS	
		GUAYAQUIL	INTERNACIONAL	PICHINCHA	BANCO NACIONAL DE FOMENTO	29 DE OCTUBRE	CODESARROLLO
PLAZOS FIJOS:							
HASTA 30 DÍAS		1,20%	1,00%	1,05%	2,00%	4,50%	4,50%
DE 31 A 91 DÍAS		1,85%	1,25%	1,50%	2,25%	5,50%	6,00%
DE 92 A 181 DÍAS		2,50%	1,50%	2,00%	2,75%	6,00%	7,00%
DE 182 DÍAS A 365 DÍAS		2,75%	2,00%	2,25%	3,00%	6,75%	7,50%
MÁS DE 365 DÍAS		3,50%	2,50%	2,75%	3,5%	7,00%	8,00%
EN AHORROS POR SALDOS PROMEDIOS:		2,00%	1,25%	2,00%	2,00%	3,00%	3,00%
CREDITOS:							
DE CONSUMO		16,75%	17,00%	17,00%	0,00%	16,00%	16,00%
DE VIVIENDA		9,00%	10,00%	9,80%	0,00%	0,00%	0,00%
MICROCREDITO		25,00%	26,00%	26,00%	22,00%	19,00%	20,00%
PRODUCTIVO		10,21%	10,21%	10,00%	15,00%	0,00%	0,00%
SOBREGIROS		17,00%	18,00%	18,00%	10,00%	0,00%	0,00%

FUENTE: Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador

ELABORADO POR: Natali Benavides / 2011 Autora

2.4.2 Por subsistemas

Es indudable que la banca comercial no es atractiva si la comparamos con el sector del cooperativismo.

¹ Saldo Promedio es el resultado de sumar los saldos que tiene el cuenta ahorrista en las cuentas al momento de corte (fin de mes) de los últimos tres meses y dividir para tres.

Mientras un banco exige como monto mínimo de apertura de cuenta de ahorros USD 100,00. El sector cooperativo oscila los USD 50,00. Se vende la idea de que el socio que apertura una cuenta de ahorros, es ya dueño en parte al poseer una división de la sociedad demostrado en su aportación como socio y documentado en los afamados certificados de aportación.

Peor en las tasas pasivas para plazos fijos, siendo nosotros optimistas, la banca comercial privada paga hasta el 7% en plazos fijos mayores a 365 días y con montos de 500.000 dólares o más. Nos nace una pregunta lógica ¿quiénes son los ciudadanos que cuentan con ese monto de dinero para “ahorrar” y mantenerlo sin “movimiento” durante un año? La respuesta es a la vista.

Esta premisa la utiliza muy bien las cooperativas al pagar tasas de hasta 12% en plazos fijos desde 9 meses a un año y más.

En el lado de créditos, la historia es la misma. La banca comercial privada es más usurera que la cooperativa. A pesar que el Banco Central de Ecuador regula el tarifario mensual de tasas activas, el sector cooperativas es más atractivo que el de banca comercial normal.

Otra pregunta nace: si es más atractivo hacer un crédito en las cooperativas, ¿por qué este sector no lidera el mercado de colocaciones? Y la respuesta se da por el hecho de los montos. Las cooperativas no pueden hacer frente a montos altos para créditos, y prefieren diversificar su cartera en montos bajos; esto, bajo la premisa de igualdad para todos los socios.

En lo referente a ATM, todos los bancos dejaron de cobrar los servicios. Dentro de este punto el único valor a cancelar es el hecho de retirar con otra tarjeta que no sea del banco en un cajero de la institución misma. Este valor rodea desde los USD 0,50 centavos hasta USD 1,00.

CAPITULO III

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

INTRODUCCION:

Una vez que hemos culminado un análisis desde el punto de vista de la oferta (colocándonos nosotros como banqueros productores de los distintos productos y servicios), toca realizar un análisis del comportamiento que presenta el consumidor de la ciudad de Nueva Loja.

Cabe señalar que, a pesar de existir una creciente demanda debido a la cantidad de insatisfacción que genera el servicio bancario en el cantón, no hay la presencia de otras sucursales de los bancos que operan ya desde hace algún tiempo; peor aún, la existencia de nuevas instituciones financieras que cubran esa demanda insatisfecha existente.

Esto nos hace pensar que el mercado bancario en la ciudad se enmarca dentro de los tintes oligopólicos, en donde unos pocos hacen de las “suyas”, respondiendo las preguntas básicas de: ¿qué y cuanto producir? ¿Cómo hacerlo? ¿Para quién producir? ¿Producir qué?: pues servicios bancarios óptimos y eficaces para los clientes.

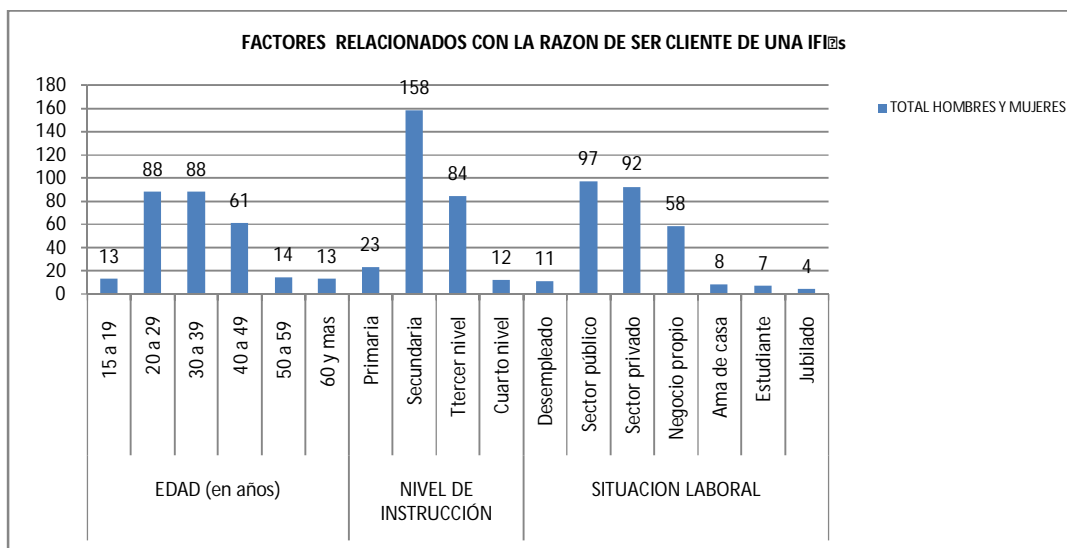
La situación es más preocupante y compleja, cuando en muchas ocasiones y en muchas de las veces, las negociaciones se realizan con banca comercial privada que no cuenta con una ventanilla mínima de servicios (ventanilla de recaudación para pagos o créditos por ejemplo) en la ciudad como por ejemplo; Banco Bolivariano, Produbanco, Banco del Austro, Banco Pro Credit, etc.

Tampoco existe la facilidad de cancelar en empresas recaudadoras filiales (o no) de los bancos, como es el caso de servipagos. Uno de los pocos bancos nacionales que cuenta con un “punto pago” en Nueva Loja, es el Banco del Pacífico. Para sorpresa de todos, este punto pago funciona en una farmacia.

En fin, veremos cómo responde la ciudadanía con los pocos bancos, públicos y privados, que existen; con las cooperativas de ahorro y crédito; motivo de estudio, medidos a través de herramientas estadísticas.

3.1.- FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PREFERENCIA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS.

GRAFICO N.: 29



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

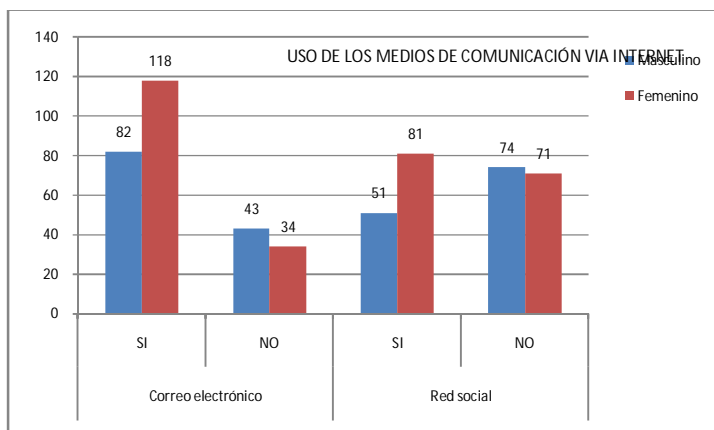
En Lago Agrio, de la población encuestada (277 personas), el sexo femenino predomina sobre el sexo masculino como clientes de las Ibis con el 54.87% (152) y el 45.13% (125) respectivamente.

El 31.77% corresponde a clientes entre las edades de 20 a 29 años y el 31.77% de 30 a 39 años. Esto demuestra que el mayor porcentaje 63.54% de los clientes de las IFI's en estudio son personas que se encuentran en una edad económicamente activa y el 36.46% están los clientes menores de 20 años y mayores de 40 años.

En cuanto al nivel de instrucción de los clientes de las IFI's, el 57.04% se encuentra en el nivel secundario, el mismo que predomina sobre el nivel instrucción superior con el 30.69% y la instrucción primaria y de cuarto nivel con el 12.27 %.

En lo que se refiere a la situación laboral, se puede manifestar que el 35.02% de los encuestados está empleado en el sector público, un 33.21% en el sector privado y el 20.94% son personas que tienen su propio negocio. Un bajo porcentaje corresponde a estudiantes, jubilados y amas de casa que mantienen relación con las IFI's. De esto podemos concluir que el mayor porcentaje se encuentra bajo dependencia laboral.

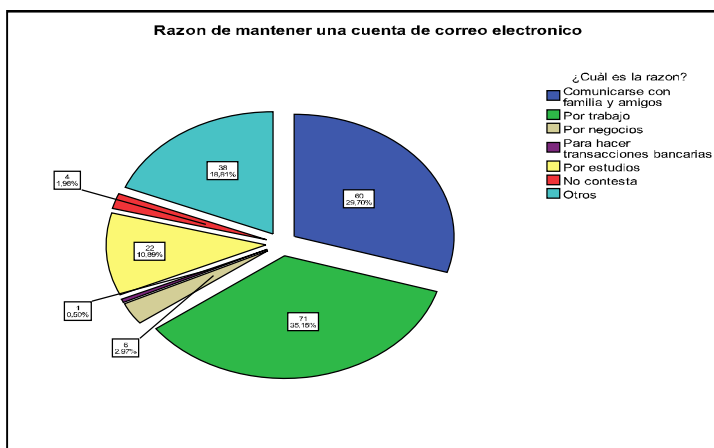
GRAFICO N.: 30



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 31

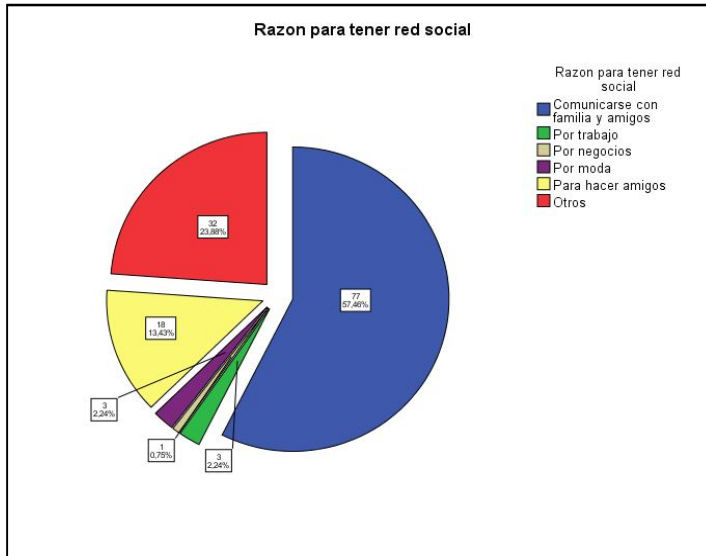


FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

El 72.20% de los encuestados afirma tener cuenta de correo electrónico; de este porcentaje el 35.15% lo mantiene por trabajo y el 29.70% como medio de comunicación entre familiares y amigos. Se puede apreciar que tan solo el 0.50% de los clientes lo utilizan para realizar transacciones bancarias.

GRAFICO N.: 32



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

En cuanto al uso de la red social el 70.89% de los usuarios la utilizan con más frecuencia para comunicarse con familiares y amigos, el 23.88% lo usan por varias finalidades y el porcentaje restante porque se encuentra de moda, por trabajo y negocios.

Es curioso que a pesar de que un alto porcentaje de los clientes encuestados tienen una cuenta de correo electrónico y red social no lo utilicen como una vía de comunicación entre el cliente y las IFI's.

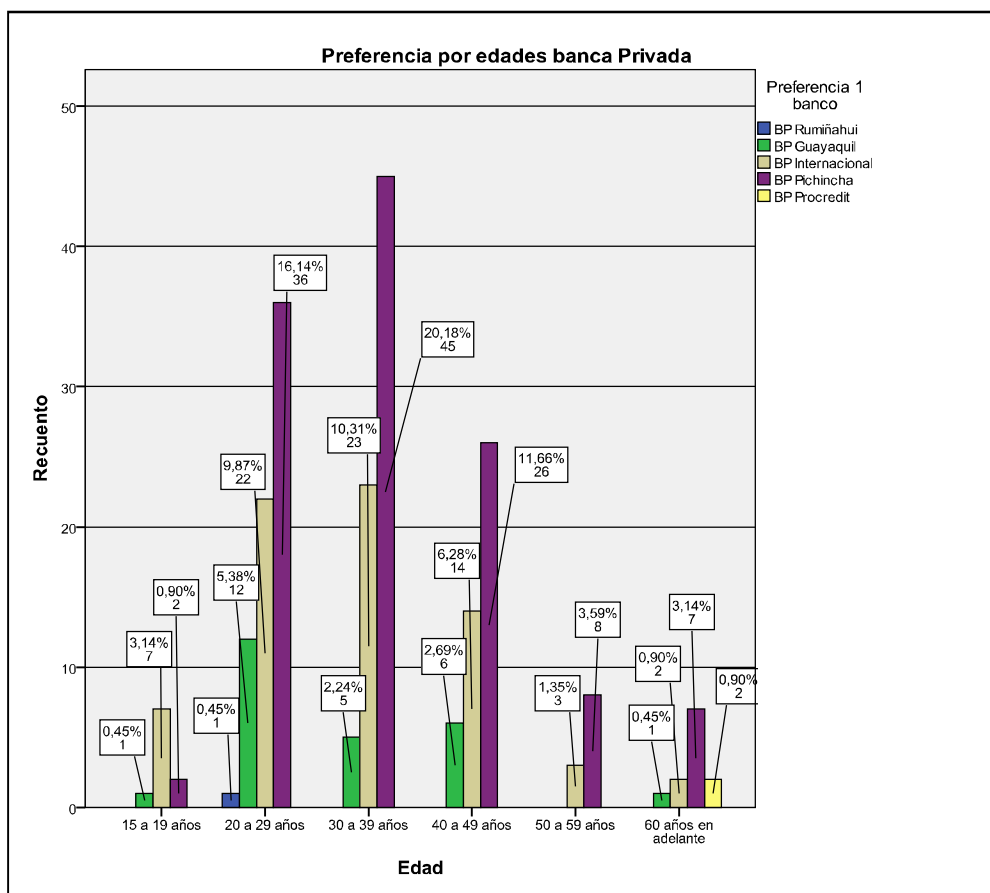
TABLA N.: 21

PREFERENCIAS POR EDAD EN LA BANCA PRIVADA						
DETALLE	BP RUMIÑAHUI	BP GUAYAQUIL	BP INTERNACIONAL	BP PICHINCHA	BP PROCREDIT	RESULTADOS
15 a 19 años	0	1	7	2	0	10
20 a 29 años	1	12	22	36	0	71
30 a 39 años	0	5	23	45	0	73
40 a 49 años	0	6	14	26	0	46
50 a 59 años	0	0	3	8	0	11
60 años en adelante	0	1	2	7	2	12
TOTAL	1	25	71	124	2	223

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 33



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Del total de usuarios del sistema financiero local, los mayores cuenta ahorristas se encuentran entre las edades de 20 a 49 años de edad. Dentro de este grupo de personas, presentan preferencia al Banco Pichincha. Un 20% de los encuestados en edades comprendidas entre 30 y 39 años frente a un 10% que prefiere el Banco Internacional y un 2% que prefiere al Banco de Guayaquil. La aceptación en preferencia del Banco Pichincha prácticamente duplica al siguiente sucesor y es multiplicado por 10 frente al tercer competidor.

Lo interesante aquí es que existen clientes que, por razones comerciales, presentan aceptación en bancos externos, como el Procredit.

El siguiente grupo de edad importante es el de 40 a 49 años. Dentro de ellos, de nuevo el Banco Pichincha logra un honroso primer puesto con un 11% casi duplicando fácilmente a su competidor número dos, Banco Internacional, el cual alcanza un 6%. El Banco de Guayaquil logra de nuevo un 2%.

En general, dentro de la gráfica podremos indicar que el Banco Pichincha es quien mayor aceptación ha logrado, seguido del Banco Internacional y del Banco de Guayaquil, institución que tiene aceptación en la gente joven.

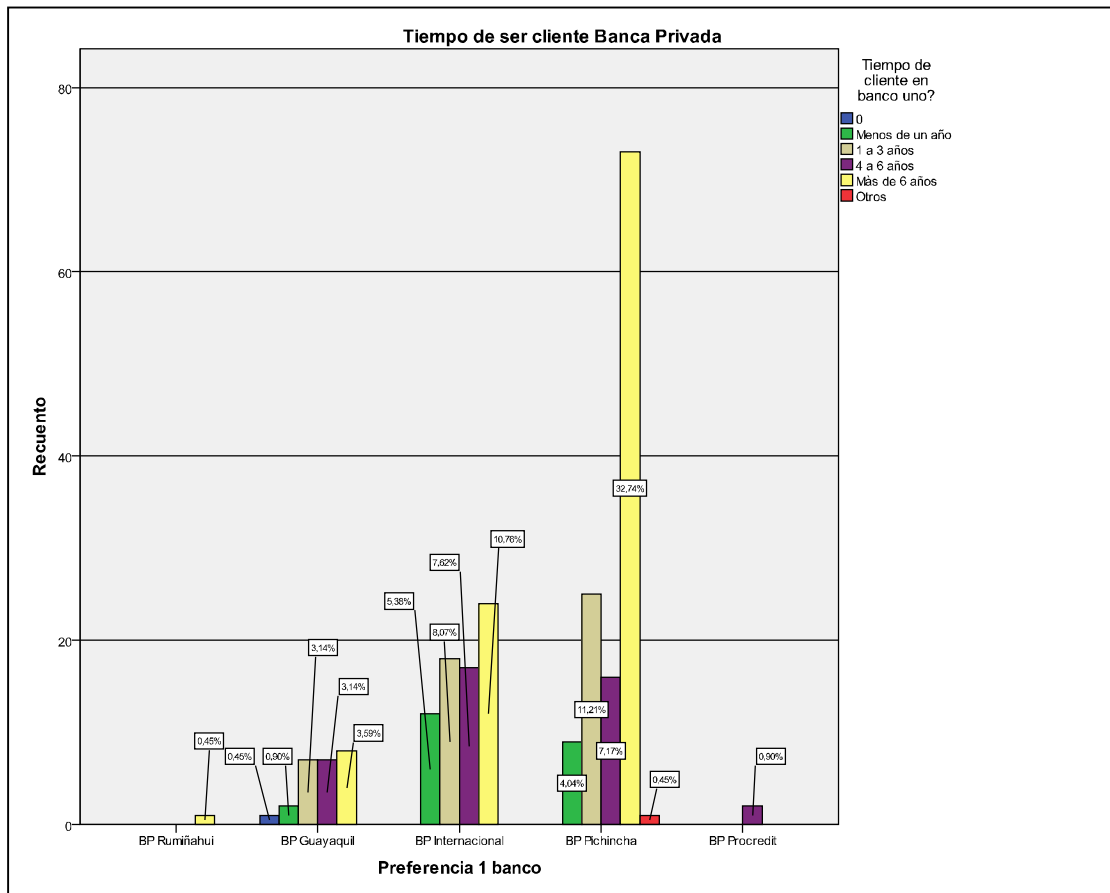
TABLA N.: 22

TIEMPO DE SER CLIENTE DE LA BANCA PRIVADA OPCION UNO							
DETALLE	NO CONTESTA	MAS DE UN AÑO	1 A 3 AÑOS	4 A 6 AÑOS	MAS DE 6 AÑOS	OTROS	RESULTADOS
BP Rumiñahui	0	0	0	0	1	0	1
BP Guayaquil	1	2	7	7	8	0	25
BP Internacional	0	12	18	17	24	0	71
BP Pichincha	0	9	25	16	73	1	124
BP Procredit	0	0	0	2	0	0	2
TOTAL	1	23	50	42	106	1	223

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 34



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Al preguntar el tiempo promedio de ser cliente de una institución financiera, se puede indicar que la mayoría de los clientes mantienen cuentas por más de seis años en promedio. Aparentemente el tiempo es muy reducido si se compara con otras plazas en donde hay banca por más de 80 años.

En efecto, el Banco Internacional ha marcado su presencia desde 1983 en Lago Agrio; el Banco Pichincha cumple 16 años en diciembre del 2011 y el Banco de Guayaquil ha permanecido por algo más de 12 años. Las cooperativas son de creación más reciente. El Banco Nacional de Fomento ha ayudado en la provincia desde mucho antes de su creación como provincia.

Debemos también considerar que la crisis bancaria de 1999 y 2000, obligó a muchos clientes bancarizados a dejar la práctica bancaria y dedicarse a otros mecanismos de ahorro y crédito. Ellos, de a poco, están volviendo a ser clientes.

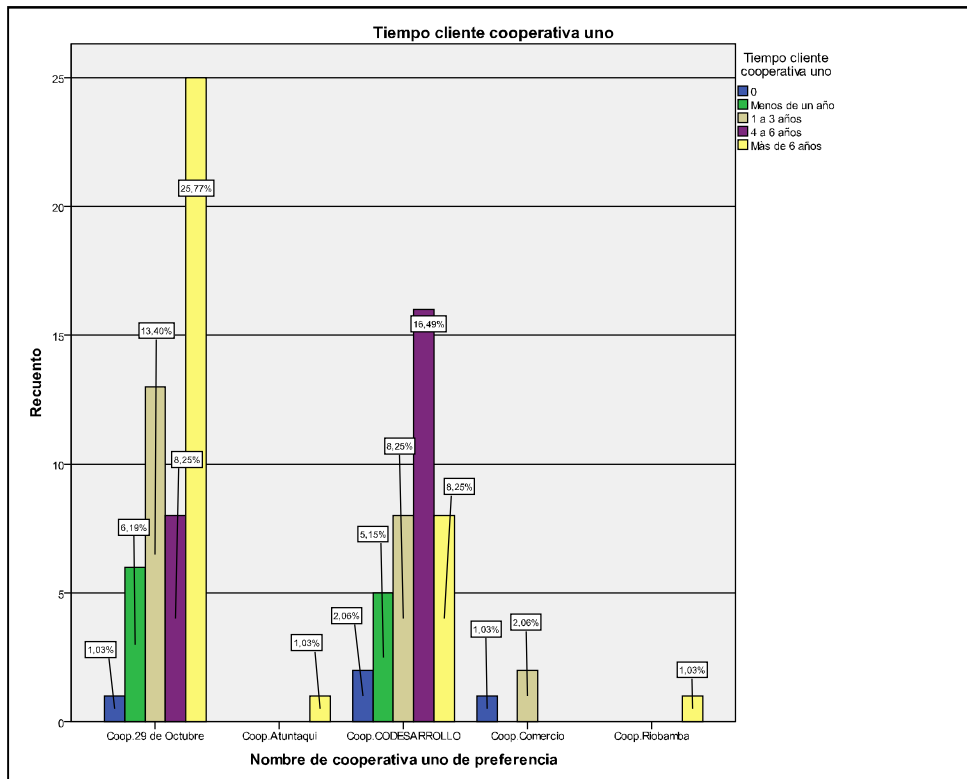
TABLA N.: 23

TIEMPO DE SER CLIENTE EN COOP. UNO						
DETALLE	NO CONTESTA	MAS DE UN AÑO	1 A 3 AÑOS	4 A 6 AÑOS	MAS DE 6 AÑOS	RESULTADOS
Coop. 29 de Octubre	1	6	13	8	25	53
Coop. Atuntaqui	0	0	0	0	1	1
Coop. CODESARROLLO	2	5	8	16	8	39
Coop. Comercio	1	0	2	0	0	3
Coop. Riobamba	0	0	0	0	1	1
TOTAL	4	11	23	24	35	97

FUENTE Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 35



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Cuando nos referimos al tiempo de ser clientes o socios de una cooperativa, la Cooperativa “29 de octubre” Ltda. tiene clientes que lo son por más de 6 años sin presentar inconvenientes (a esto responde el 27% de los encuestados); mientras que la cooperativa Codesarrollo tiene clientes que han permanecido en la institución entre 4 y 6 años. (que corresponde al 15% de los encuestados).

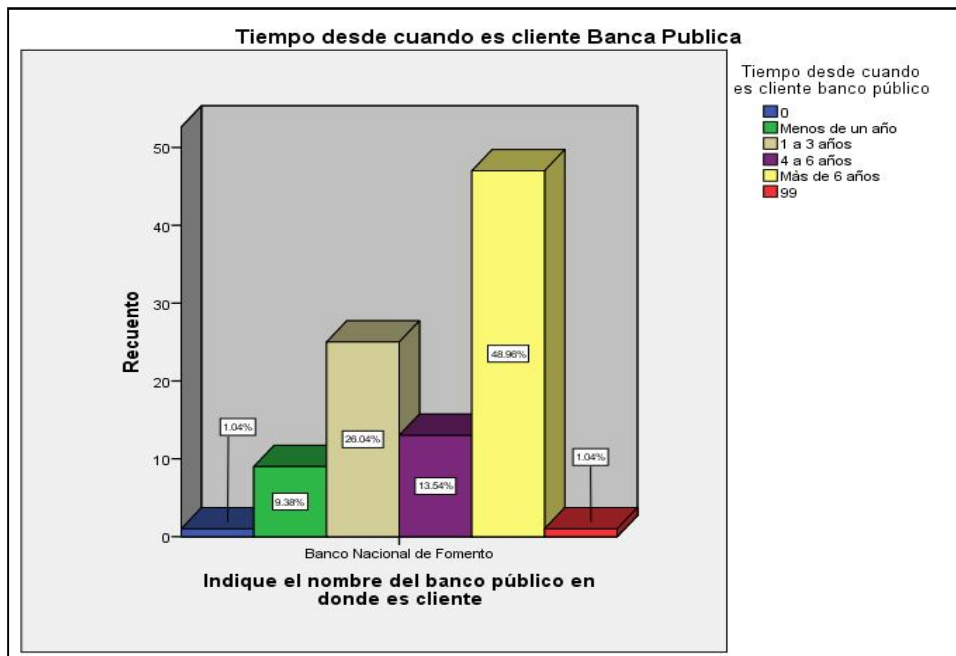
TABLA N.: 24

TIEMPO DE SER CLIENTE EN BANCA PÚBLICA.							
DETALLE	NO CONTESTA	MAS DE UN AÑO	1 A 3 AÑOS	4 A 6 AÑOS	MAS DE 6 AÑOS	NO APLICA	RESULTADOS
Banco Nacional de Fomento	1	9	25	13	47	1	96
TOTAL	1	9	25	13	47	1	96

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 36



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Los clientes de la banca pública, al igual que los de la banca privada, son clientes que mantienen sus relaciones financieras por más de seis años (en su mayoría). En los últimos tres años un 28% de clientes de la banca pública han abierto sus cuentas debido al impulso que el Gobierno Nacional durante los últimos 4 años ha promocionado los servicios y beneficios que presta esta institución. Cabe indicar que en Lago Agrio el Banco Nacional de Fomento es la única Banca Pública.

3.1.1. Estudios comparativos entre los tipos de subsistemas (IFI's).

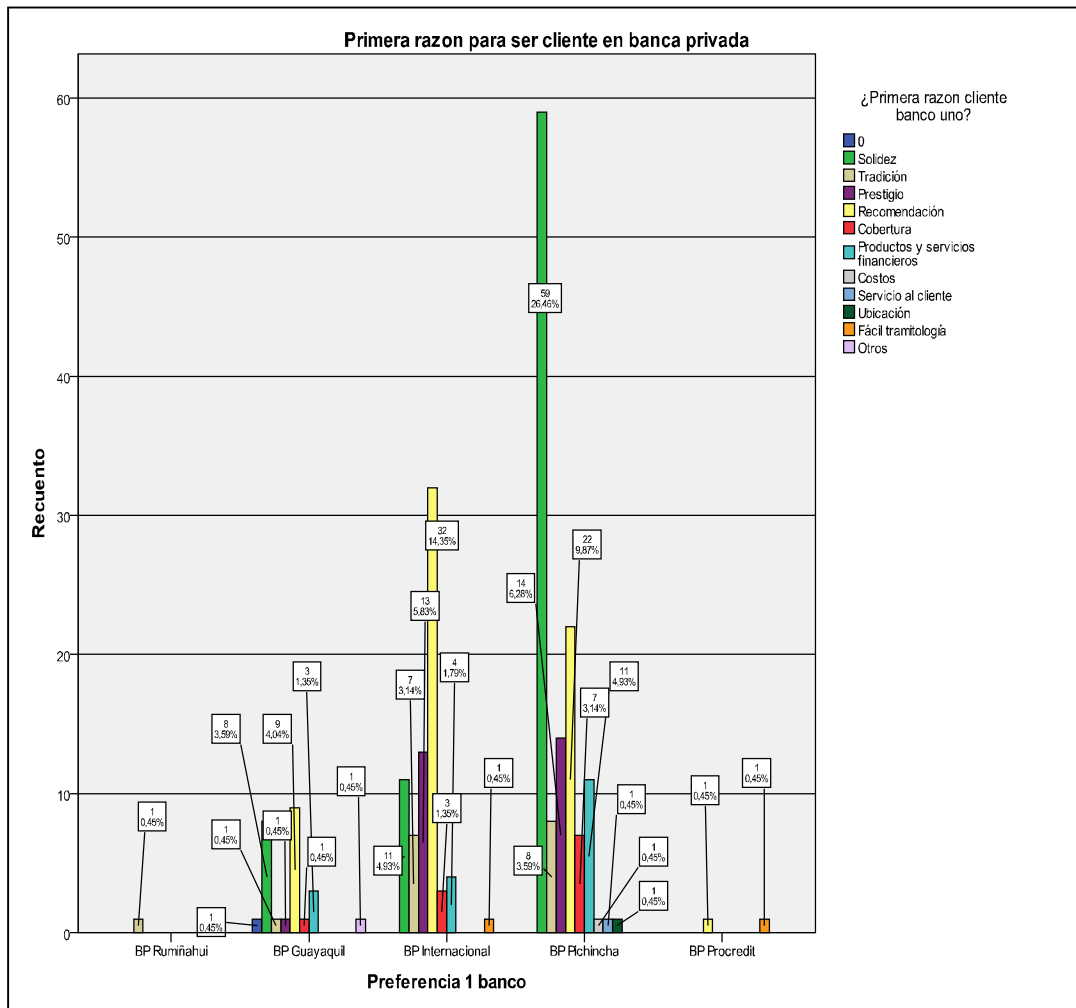
TABLA N.: 25

PRIMERA RAZON DE SER CLIENTE BANCA PRIVADA						
DETALLE	BP RUMIÑAHUI	BP GUAYAQUIL	BP INTERNACIONAL	BP PICHINCHA	BP PROCREDIT	RESULTADOS
No contesta	0	1	0	0	0	1
Solidez	0	8	11	59	0	78
Tradición	1	1	7	8	0	17
Prestigio	0	1	13	14	0	28
Recomendación	0	9	32	22	1	64
Cobertura	0	1	3	7	0	11
Productos y servicios financieros	0	3	4	11	0	18
Costos	0	0	0	1	0	1
Servicio al cliente	0	0	0	1	0	1
Ubicación	0	0	0	1	0	1
Fácil tramitología	0	0	1	0	1	2
Otros	0	1	0	0	0	1
TOTAL	1	25	71	124	2	223

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 37



FUENTE Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

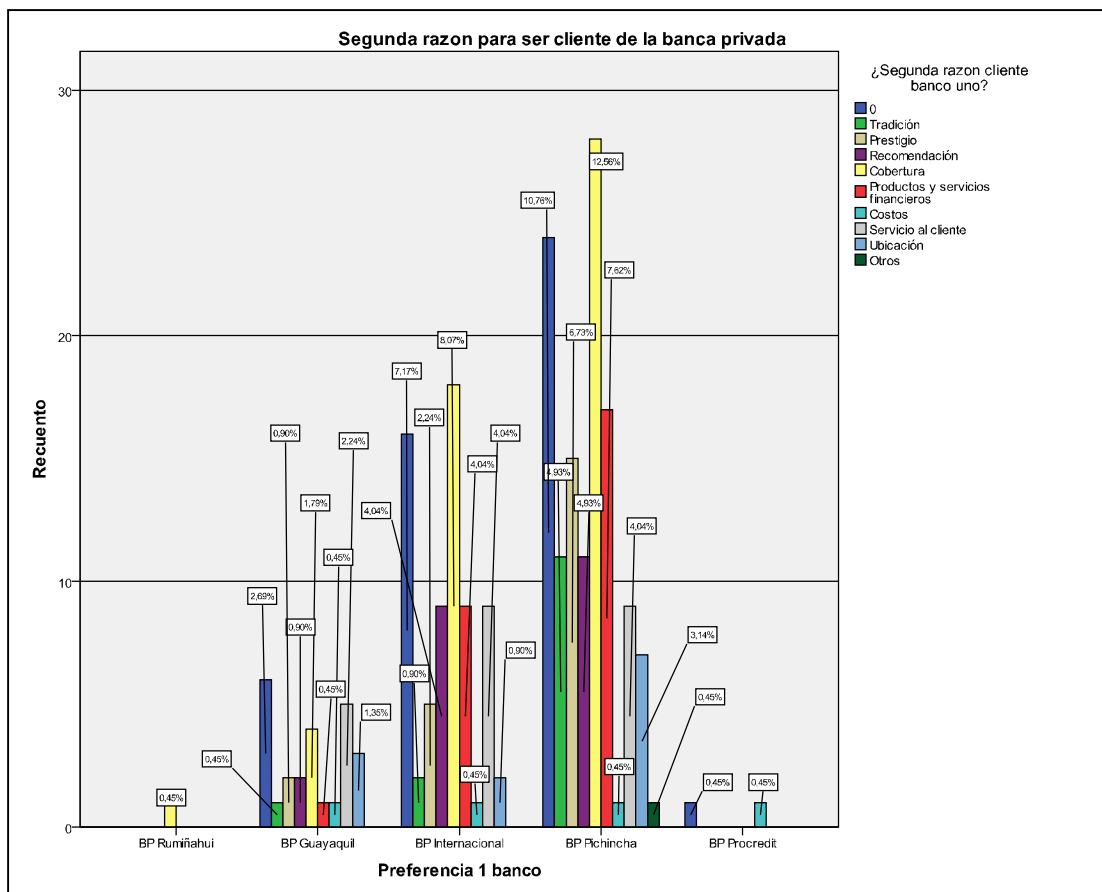
El análisis de las razones para ser clientes de IFI's lo vamos a describir por instituciones. Las razones para ser cliente de un banco u otro son:

- a. Dentro del Banco Pichincha: el 26.46% de los encuestados respondió que la solidez es la primera razón de ser cliente de esta institución. La institución tiene más de 105 años de vida, lo que mantiene la confianza de los clientes en esta prestigiosa empresa. La solidez está marcada por una sensata pero eficaz política de manejo de los fondos de los clientes, lo que ha permitido gozar de liquidez en momentos cuando otros bancos no lo han hecho. Después de la solidez, como segunda razón de ser cliente de esta Institución está la cobertura

- con el 12.58% y esto se debe a que cuenta con cobertura a nivel nacional. La tercera razón de ser cliente de esta institución está marcada por el servicio al cliente con un 12.11%, debido a que se transmiten experiencias positivas entre la población bancaria de Nueva Loja. Hay que resaltar también que esta institución permite abrir cuentas para pagos de sueldos.
- b. Para el Banco Internacional: a pesar de que también ha perseguido la misma política bancaria con los fondos de los clientes, no es la solidez la primera razón para ser cliente de dicho banco. La recomendación ocupa el 14.35% y es la primera razón de ser cliente; esto se debe a que existe una conservadora política de evitar riesgos con los clientes nuevos y trabajar con “clientes referidos”. La segunda y tercera razón de ser cliente es por la cobertura y ubicación con el 8.07% para ambos. En la provincia de Sucumbíos esta institución tiene cobertura en los cantones Lago Agrio y Shushufindi, en este último es el único banco privado.
- c. Para el Banco de Guayaquil: la primera razón de ser cliente de esta institución es la recomendación con el 4.04%, seguido por el servicio al cliente con el 2.24%, y como tercera razón se encuentra la ubicación con el 2.69%. Se conoce que el Banco Guayaquil se ha destacado a través de su producto y servicio estrella “Banco de Barrio” razón primordial para hacerse cliente de este banco.

Es indudable que, al obtener un común de razones, es la solidez la que prima después de vivir tantos años de quiebras con la banca privada. Eso demuestra la relativa madurez del cliente antes de ahorrar en un banco. Ya no se pretende volver a vivir experiencias negativas y nefastas por parte de los dos actores: banqueros y clientes.

GRAFICO N.: 38



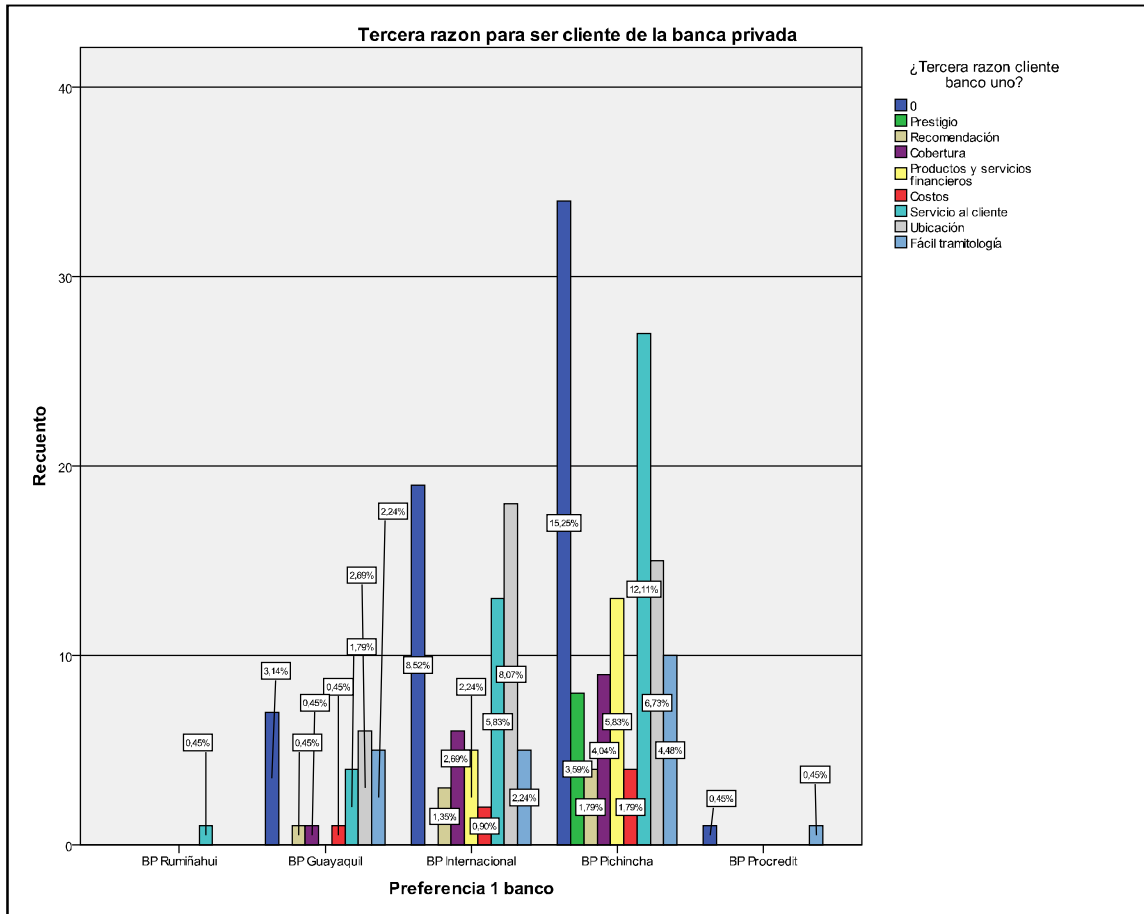
FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

La cobertura es la segunda razón de ser cliente tanto en el Banco Pichincha y el Banco Internacional. El Banco Pichincha es el que más cuenta con sucursales en todo el país; y el Banco Internacional ofrece sus servicios en dos de los principales cantones de la provincia de esta manera ha trabajado de manera estratégica para resolver problemas de los clientes.

El 2.69% de los clientes encuestados del Banco de Guayaquil ante esta pregunta no tienen una respuesta defina; sin embargo, el servicio al cliente constituye la segunda razón de ser cliente con el 2.24%. El servicio del Banco de Barrio ha tenido gran impacto en la población con sus servicios y cobertura.

GRAFICO N.: 39



FUENTE: Investigación Propia
 ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

La encuesta trata de buscar una tercera razón para volverse cliente de un banco. Sorprendentemente, el 26.64% en todas las instituciones financieras NO RESPONDEN a esta pregunta. Esto se debe primordialmente a la falta de políticas publicitarias agresivas que señalen los beneficios de cada uno de los productos y servicios que ofrecen las instituciones financieras.

El servicio al cliente está en segundo lugar con el 12.11 % dentro de la tercera razón para ser cliente del Banco Pichincha. Para el Banco Internacional y el Banco de Guayaquil, la ubicación en la segunda posición de las terceras razones para hacerse cliente de un banco.

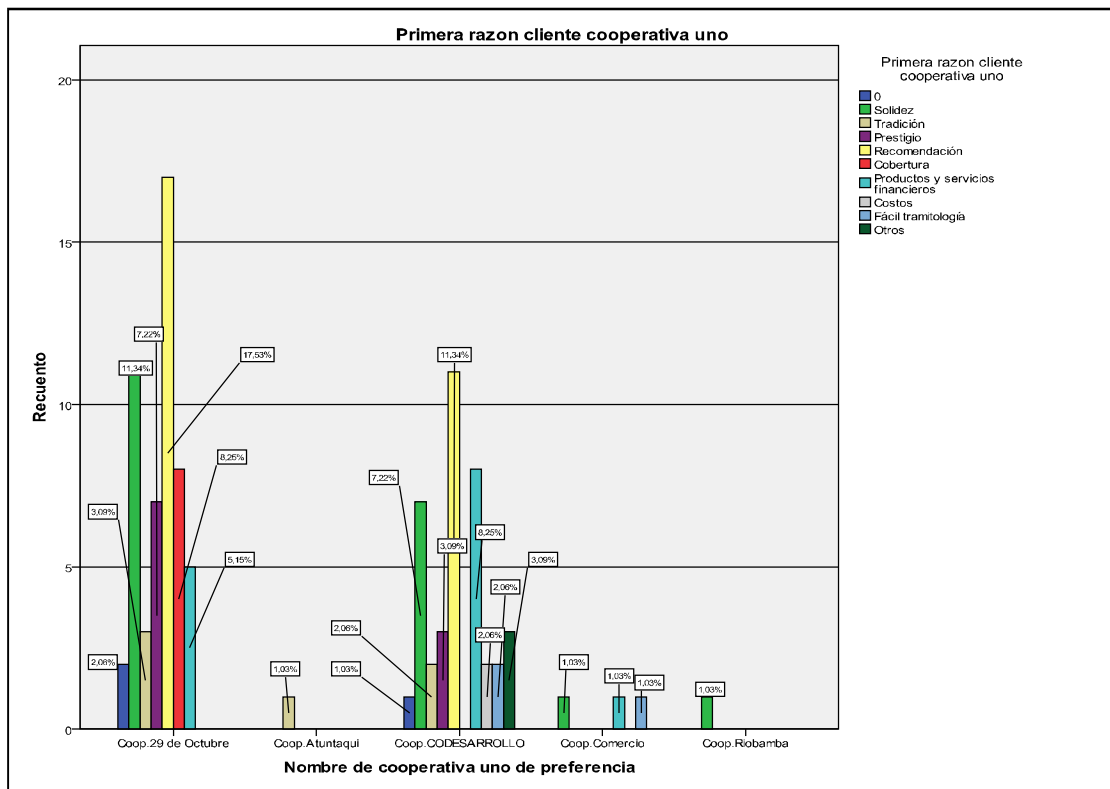
TABLA N.: 26

PRIMERA RAZON DE SER CLIENTE COOP UNO											
DETALLE	No contesta	Solidez	Tradic3n	Prestigio	Recomendaci3n	Cobertura	Productos y servicios financieros	Costos	F3cil tramitolog3a	Otros	RESULTADOS
Coop. 29 de Octubre	2	11	3	7	17	8	5	0	0	0	53
Coop. Atuntaqui	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Coop. CODESARROLLO	1	7	2	3	11	0	8	2	2	3	39
Coop. Comercio	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	3
Coop. Riobamba	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
TOTAL	3	20	6	10	28	8	14	2	3	3	97

FUENTE: Investigaci3n Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 40



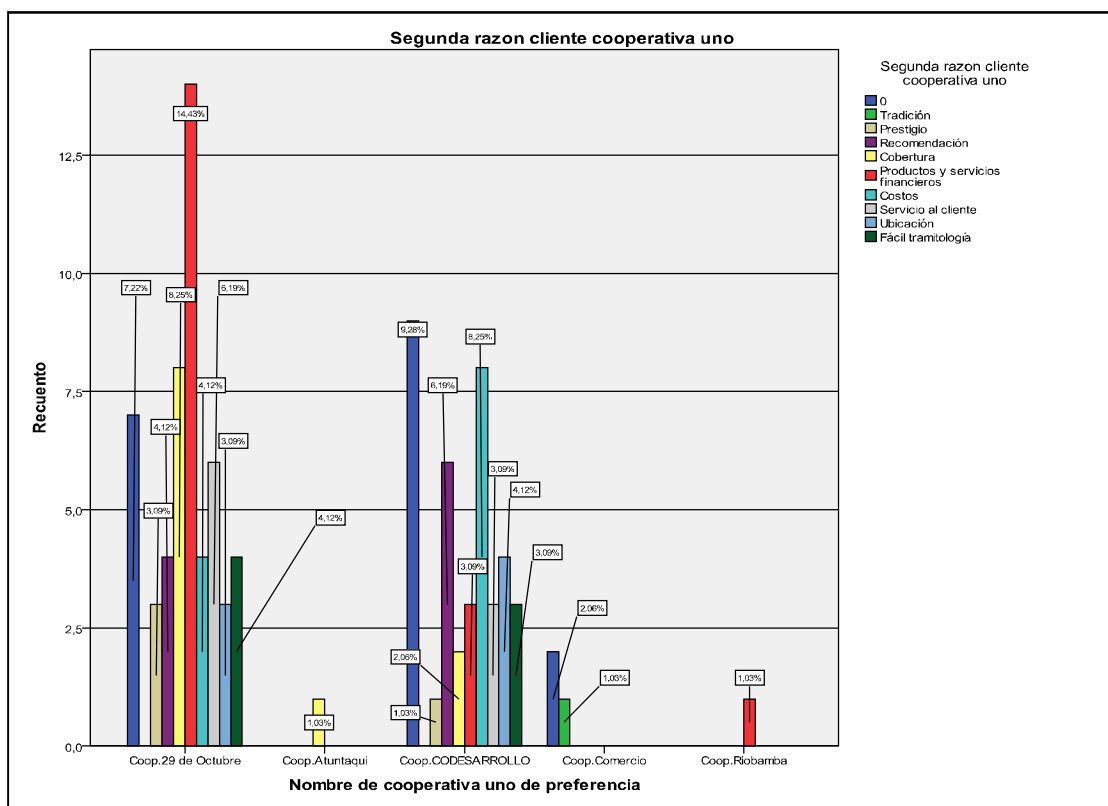
FUENTE: Investigaci3n Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Dentro de la primera razón para ser cliente de la Cooperativa “29 de Octubre”, el 17.53% afirma haberse hecho cliente de la misma por recomendaciones de terceros, mientras que un 11.34% lo hizo por la solidez que durante años la entidad ha demostrado tener. El 8.25% de los clientes encuestados se encuentran satisfechos debido a la cobertura que la institución ofrece, la misma cuenta con oficinas en todas las ciudades del Ecuador.

Para la Cooperativa Codesarrollo, la recomendación sugerida por terceros, con el 11.34%, ha permitido que sus clientes aumenten. Siendo el segundo factor los productos y servicios financieros que poseen, con el 8.25%. Un 7.22% manifiesta que la solidez que presenta la institución es la tercera razón para que la segunda cooperativa más grande de la ciudad cuente con nuevos clientes.

GRAFICO N.: 41

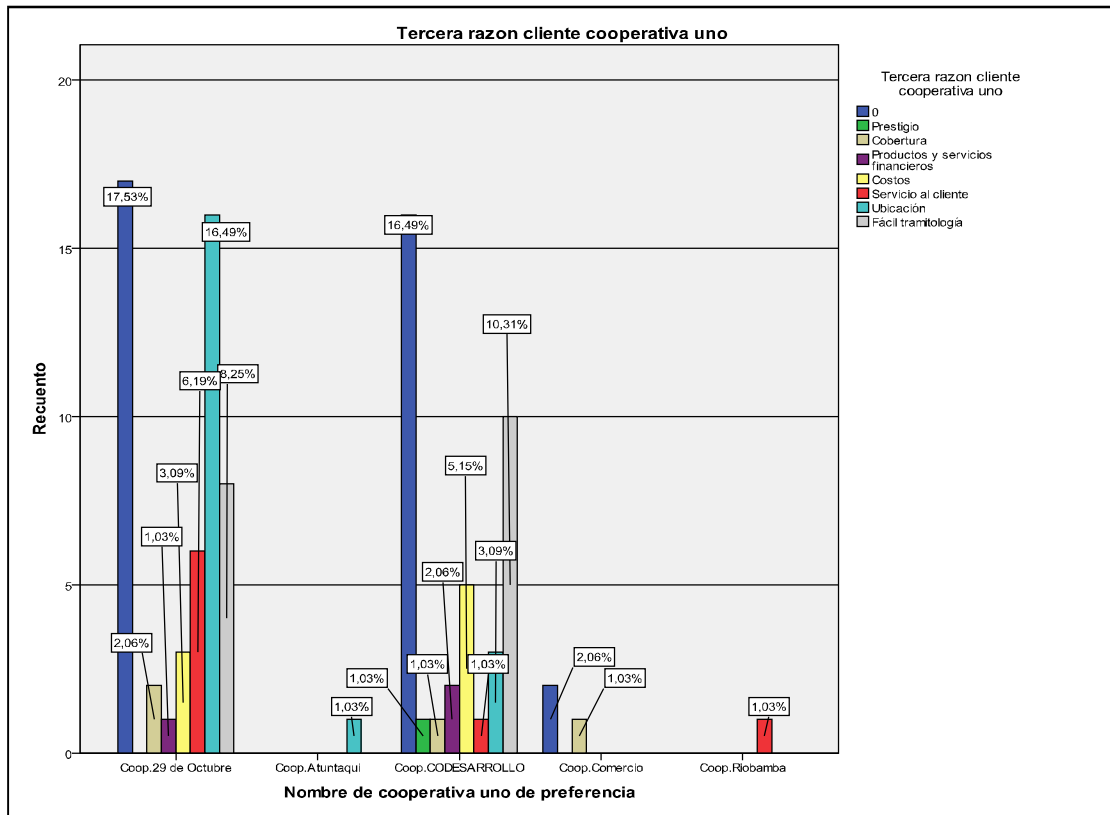


FUENTE Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Como segunda razón para ser cliente de la Cooperativa “29 de Octubre” están los productos y servicios financieros con el 14.43%. En la Cooperativa Codesarrollo, la segunda opción para ser clientes son los costos financieros con el 8.25%, a pesar que en primera instancia, la gran mayoría no responde a ciencia cierta conocer otra opción para ser clientes.

GRAFICO N.: 42



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Para las dos cooperativas controladas en estudio, los clientes no definen a ciencia cierta cuál sería la tercera opción para ser cliente de ellas. A pesar de que, para el caso de la Cooperativa “29 de octubre”, un 16% la prefieren por la ubicación en la ciudad, mientras que un 11% prefiere a la Cooperativa Codesarrollo por la facilidad que resulta obtener un crédito en ella a baja tasa de interés, la preferencia también se ve favorecida por la asistencia de los asesores de crédito a los socios.

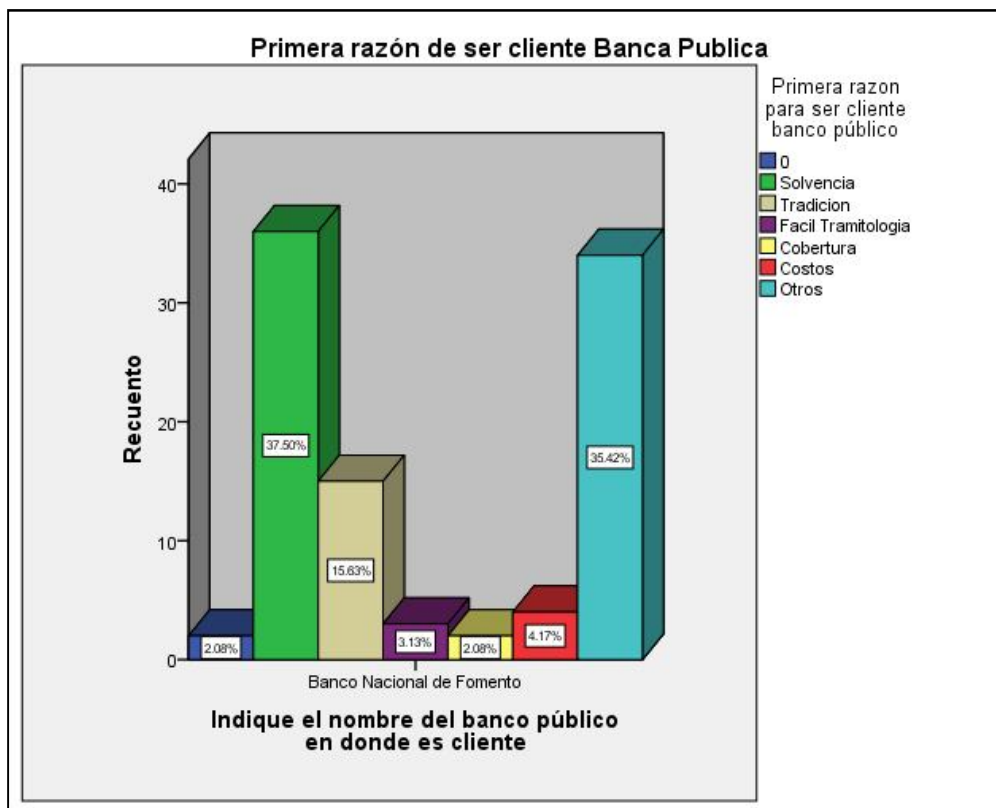
TABLA N.: 27

PRIMERA RAZON PARA SER CLIENTE BANCA PUBLICA								
DETALLE	No responde	Solvencia	Tradición	Fácil Tramitología	Cobertura	Costos	Otros	RESULTADOS
Banco Nacional de Fomento	2	36	15	3	2	4	34	96
TOTAL	2	36	15	3	2	4	34	96

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 43



FUENTE Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Los clientes de la banca pública lo son por una razón principal, que analizando profundamente se convierte en una respuesta ambigua. La solvencia del Banco Nacional de Fomento es lo que más llama la atención a los clientes encuestados en un 37.50%. Me nace una pregunta: ¿El Banco Nacional de Fomento es solvente de verdad?

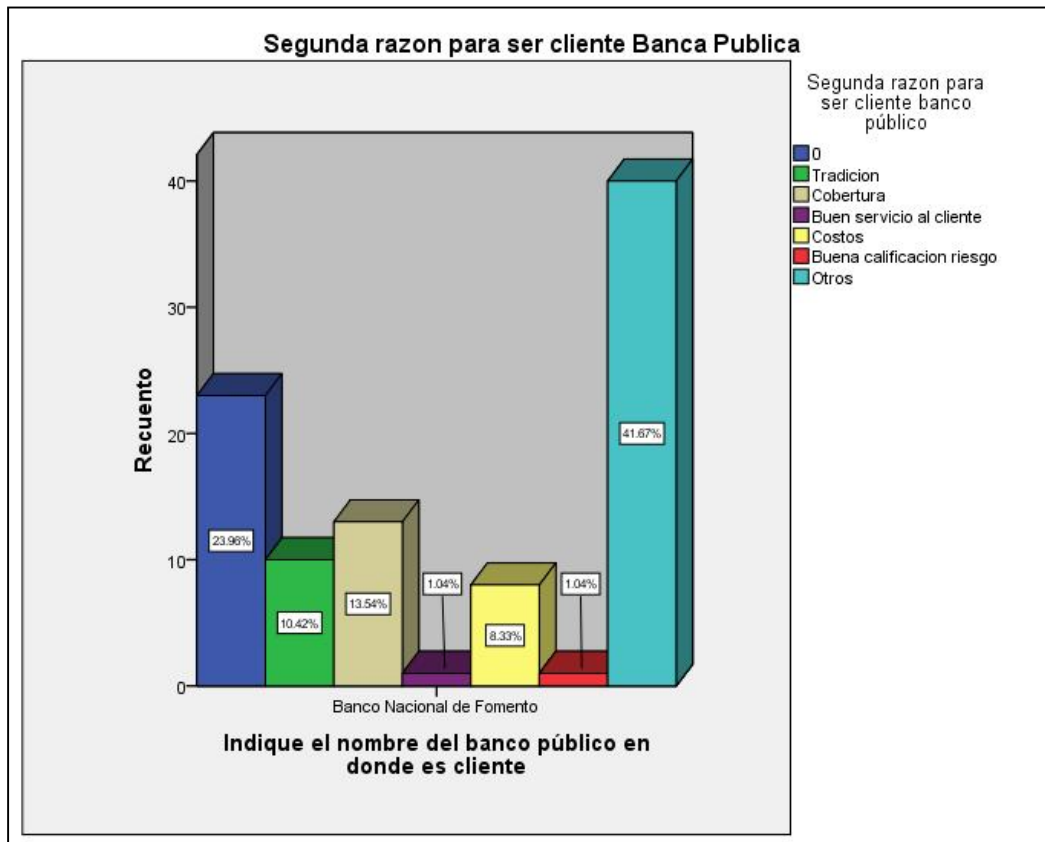
Si trato de responder esta pregunta, realmente indicaría que no es solvencia y que el Estado es quien ha tenido que soportar los constantes y desfavorables saldos negativos de la cartera (mal estudiada, analizada y entregada). Del dinero del Estado se ha “fondeado” los balances del BNF. Es por esta razón que dicha institución no puede desfinanciarse.

Lo que se ve en el trasfondo es que la clientela sabe bien que los créditos no son recuperados por que el productor invierte mal el dinero del crédito y cuando tiene que pagar se excusan haciendo que el Estado CONDONE las deudas.

Si eso es solvencia, la banca privada predica otros procesos financieros.

Los encuestados también aseguran que la tradición es otra de las razones para ser cliente con el 15.63%.

GRAFICO N.: 44

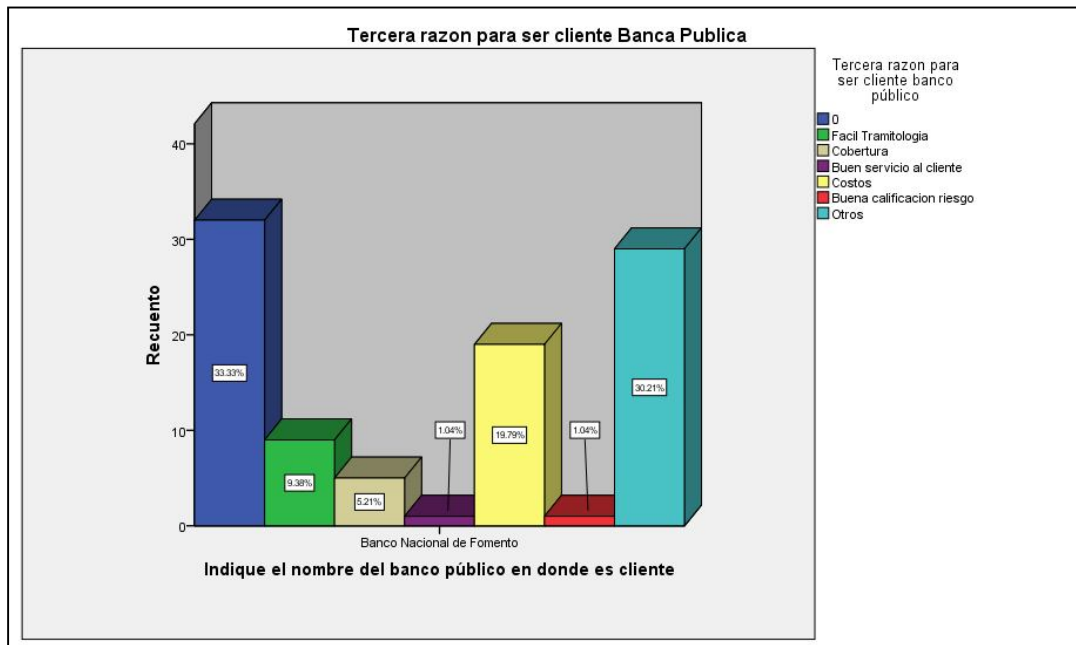


FUENTE Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

La segunda razón para que una persona sea cliente del BNF, es la cobertura que tiene el banco, a esto responde el 13.52% de los encuestados. Y es que el BNF en la Provincia de Sucumbíos es la única institución financiera pública que cuenta con oficinas en Nueva Loja, Shushufindi y Puerto el Carmen (cabecera cantonal del Putumayo en la frontera con Colombia). Además, de que existen agencias en cada una de las ciudades de la amazonia y del resto de las provincias del Ecuador.

GRAFICO N.: 45



FUENTE: Investigación Propia

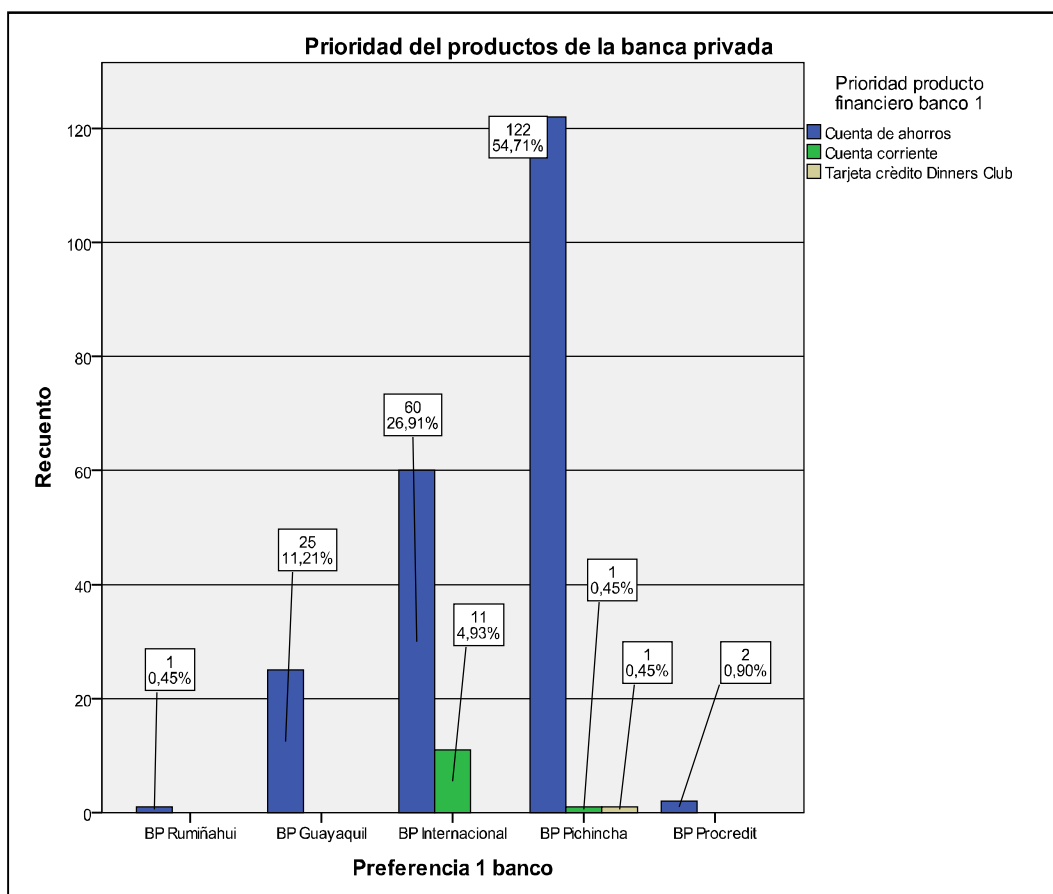
ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Es indudable que una de las tercera razones más fuertes que tiene la banca pública para ser cliente de ella es la de los costos con el 19.79% (y esta debería ser la primera). Las tasas activas son menores al resto de la banca privada (pero no si la comparamos con las de las cooperativas). Y los costos para servicios son menores al resto.

En última instancia colocan como opción para ser clientes de la banca pública a la fácil tramitología (relativa facilidad).

3.1.2. Estudios comparativos entre productos y servicios.

GRAFICO N.: 46



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

El producto estrella de la banca privada es la cuenta de ahorros a la vista, la misma que se abre por las siguientes razones:

- Facilidad de guardar los ahorros y de DISPONERLOS en cualquier momento.
- El buen uso y manejo de la cuenta le permitirá acceder a líneas de créditos preferenciales.
- No tienen la necesidad de pagar innecesariamente servicios que cuestan en otros productos de ahorros como las cuentas corrientes.
- La cuenta de ahorros es puerta de ingreso para adquirir otros productos y servicios que ofrece la banca privada.

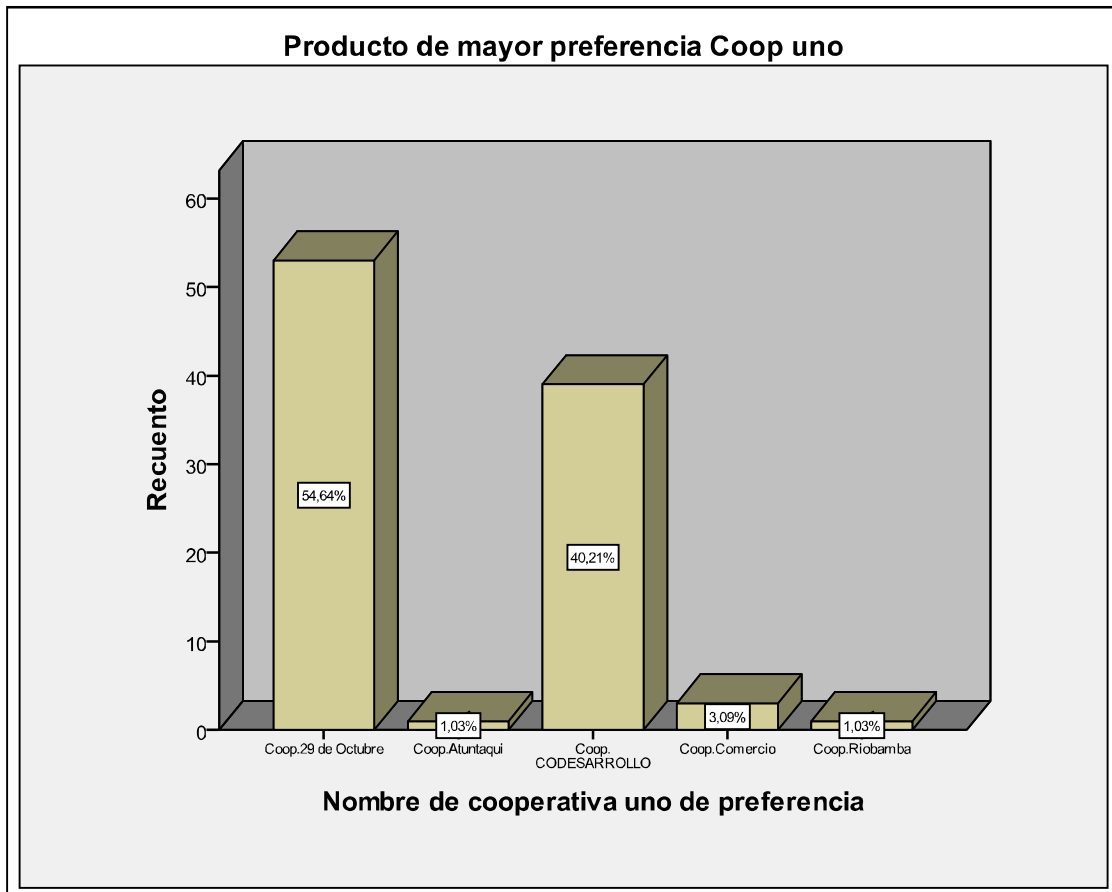
TABLA N.: 28

PRODUCTO DE MAYOR PREFERENCIA COOP UNO		
DETALLE	PORCENTAJE %	RESULTADOS
Coop. 29 de Octubre	54,6	53
Coop. Atuntaqui	1,0	1
Coop. CODESARROLLO	40,2	39
Coop. Comercio	3,1	3
Coop. Riobamba	1,0	1
TOTAL	100	97

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 47



FUENTE Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

El 100% de los clientes encuestados de primera y segunda preferencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito controladas uno y dos el producto de preferencia es la cuenta de ahorros, debido a:

- a. Cero costos de mantenimiento
- b. Posibilidades reales de acceso a créditos.

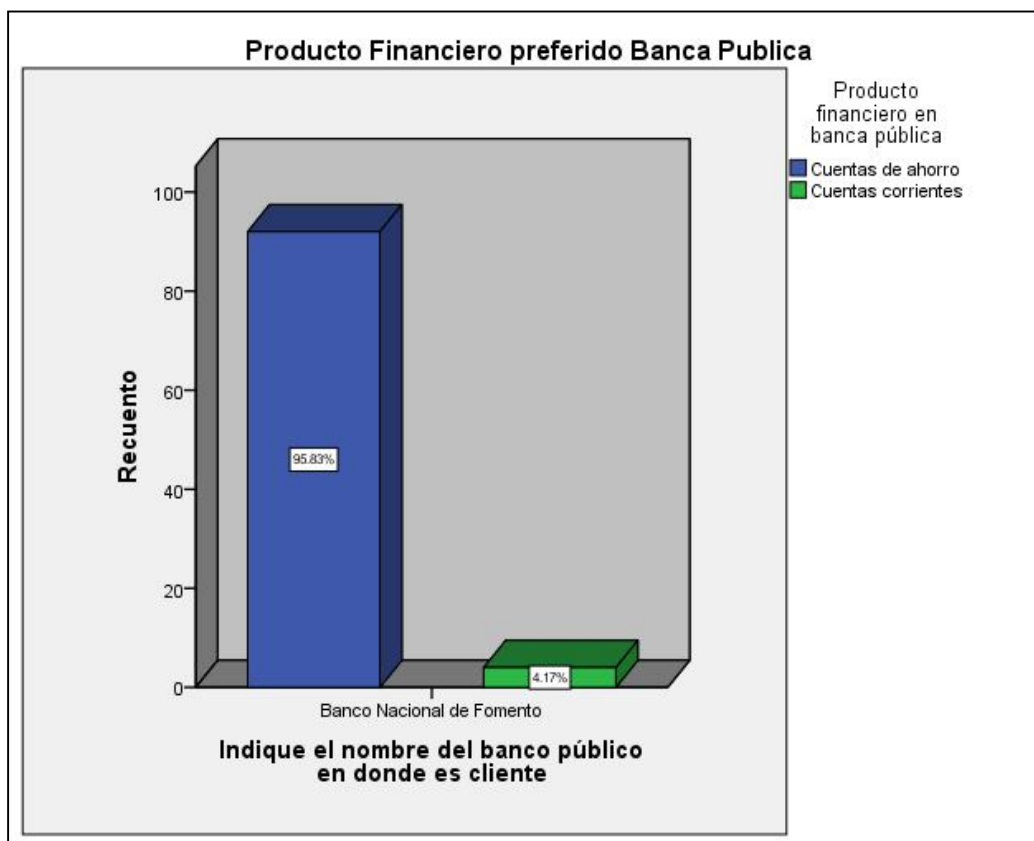
En las Cooperativas se conoce que los clientes ponen sus ahorros a plazo fijo, porque ellos pagan mayor tasa de interés, al momento de levantar la información los encuestados mantenían sus reservas debe ser por cuestiones de seguridad.

TABLA N.: 29

PRODUCTO FINANCIERO DE PREFERENCIA BANCA PUBLICA			
DETALLE	Cta. Ahorros	Cta. Corriente	RESULTADOS
Banco Nacional de Fomento	92	4	96
TOTAL	92	4	96

FUENTE Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

En la única institución financiera pública que existe en Nueva Loja, el Banco Nacional de Fomento, la mayoría de clientes afirma utilizar más las cuentas de ahorros a la vista con el 95.83% que les permite:

- Facilidad de guardar los ahorros y de DISPONERLOS en cualquier instante.
- El buen uso y manejo de la cuenta le permitirá acceder a líneas de créditos preferenciales.
- No tienen la necesidad de pagar innecesariamente servicios que cuestan en otros productos de ahorros como las cuentas corrientes.

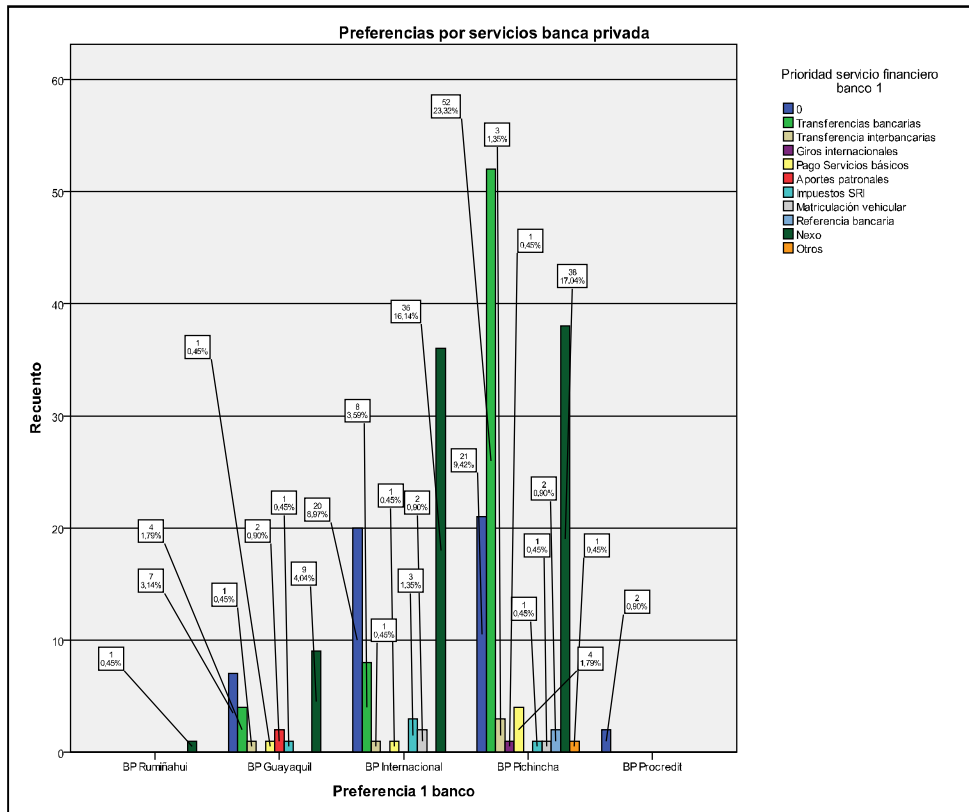
TABLA N.: 30

PRIMERA PREFERENCIA EN SERVICIOS FINANCIEROS OPCION UNO												
BANCA PRIVADA												
DETALLE	No contesta	Transferencias bancarias	Transferencias interbancarias	Giros internacionales	Pago de servicios básicos	Aportes patronales	Impuestos SRI	Matriculación vehicular	Cheques certificados	Nexo	Otros	RESULTADOS
BP Rumiñahui	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
BP Guayaquil	7	4	1	0	1	2	1	0	0	9	0	25
BP Internacional	20	8	1	0	1	0	3	2	0	36	0	71
BP Pichincha	21	52	3	1	4	0	1	1	2	38	1	124
BP Procredit	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
TOTAL	50	64	5	1	6	2	5	3	2	84	1	223

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 49



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Los servicios bancarios que prefieren los clientes son:

1. Las transferencias bancarias: entre cuentas de un mismo banco, o entre cuentas de bancos distintos.
2. El uso del servicio ATM o cajero automático mediante débito de cuenta:

Entendemos nosotros que esto se debe a:

- ✓ Evitar extensas filas y su consecuente pérdida de tiempo.
- ✓ Evitar el mal servicio de los cajeros quienes se encuentran tensionados por tanta gente que deben atender.

En cuanto a cada una de las tres instituciones estudiadas tenemos que el 23.32% de los clientes encuestados de Banco Pichincha utiliza transferencias bancarias; en el Banco Internacional el 16.14% de los encuestados el servicio que más se utilizan es la Tarjeta Nexa; en el Banco Guayaquil 4.04% también nos manifiestan que es la tarjeta Nexa.

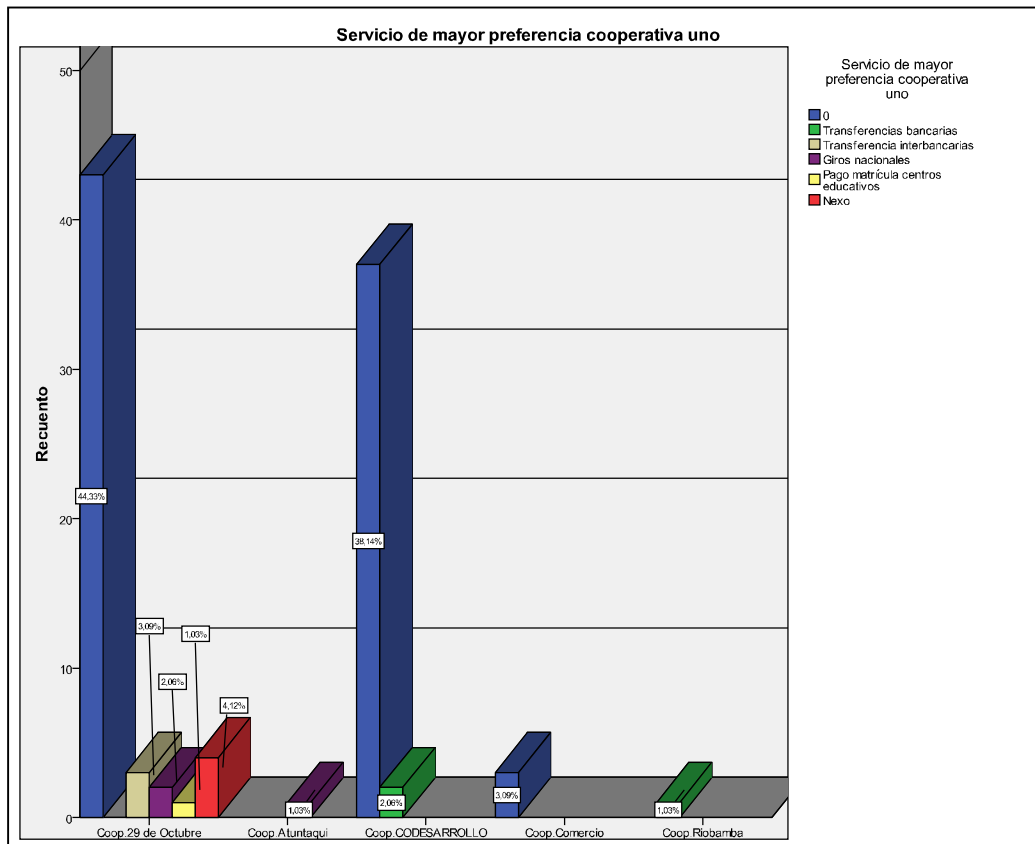
TABLA N.: 31

SERVICIOS DE MAYOR PREFERENCIA COOP UNO							
DETALLE	No contesta	Transferencias	Transferencias	Giros nacionales	Pago matrícula	Nexo	RESULTADOS
Coop. 29 de Octubre	43	0	3	2	1	4	53
Coop. Atuntaqui	0	0	0	1	0	0	1
Coop. CODESARROLLO	37	2	0	0	0	0	39
Coop. Comercio	3	0	0	0	0	0	3
Coop. Riobamba	9	1	0	0	0	0	1
TOTAL	83	3	3	3	1	4	97

FUENTE Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 50



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Para la cooperativa 29 de Octubre, el servicio que prefieren sus usuarios es la facilidad de trabajar con los cajero automático 4%, mientras que un 3% eligen las transferencias interbancarias. El 2% trabaja con la mencionada entidad debido a que recibe y envía giros de dinero desde y hacia el exterior.

En el caso de la cooperativa Codesarrollo el 2% de los encuestados utiliza como servicio de mayor preferencia las transferencias bancarias.

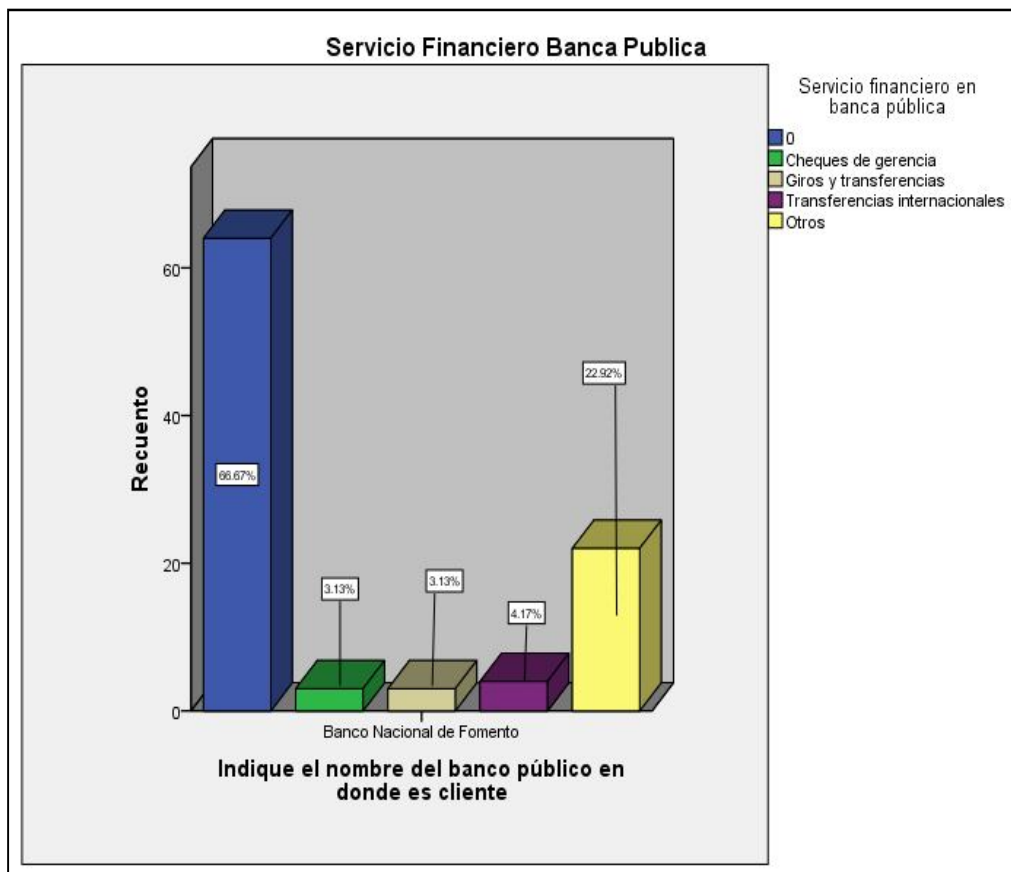
TABLA N.: 32

SERVICIOS FINANCIEROS FINANCIERO DE MAYOR PREFERENCIA EN BANCA PUBLICA						
DETALLE	No responde	Cheques de gerencia	Giros y transferencias	Transferencias internacionales	Otros	RESULTADOS
Banco Nacional de Fomento	64	3	3	4	22	96
TOTAL	64	3	3	4	22	96

FUENTE Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 51



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

De los clientes encuestados de la banca pública el 66% no responde a la pregunta del servicio financiero de preferencia. Esto se debe principalmente a que, la utilización del BNF está enfocada al desarrollo de negocios especialmente en el campo del agro, la pesca, y otras actividades, que al menos en esta zona, los productores de estas actividades no están acostumbrados a usar transferencias bancarias u otro servicio que el BNF ofrece.

Tan sólo un pequeño grupo de clientes conoce de verdad los productos y servicios que la banca pública brinda, usan por ejemplo: cheques certificados, transferencias interbancarias y giros.

El Estado en los últimos años creo la política de que los salarios de los trabajadores de las Instituciones públicas sean acreditados en BNF, así como también los pagos por contratos de obras civiles que estén a cargo del estado. Las recaudaciones de las Instituciones públicas las realiza el BNF en su mayoría.

3.2.- Comunicación con el cliente y servicios al cliente.

3.2.1. Comunicación con el cliente.

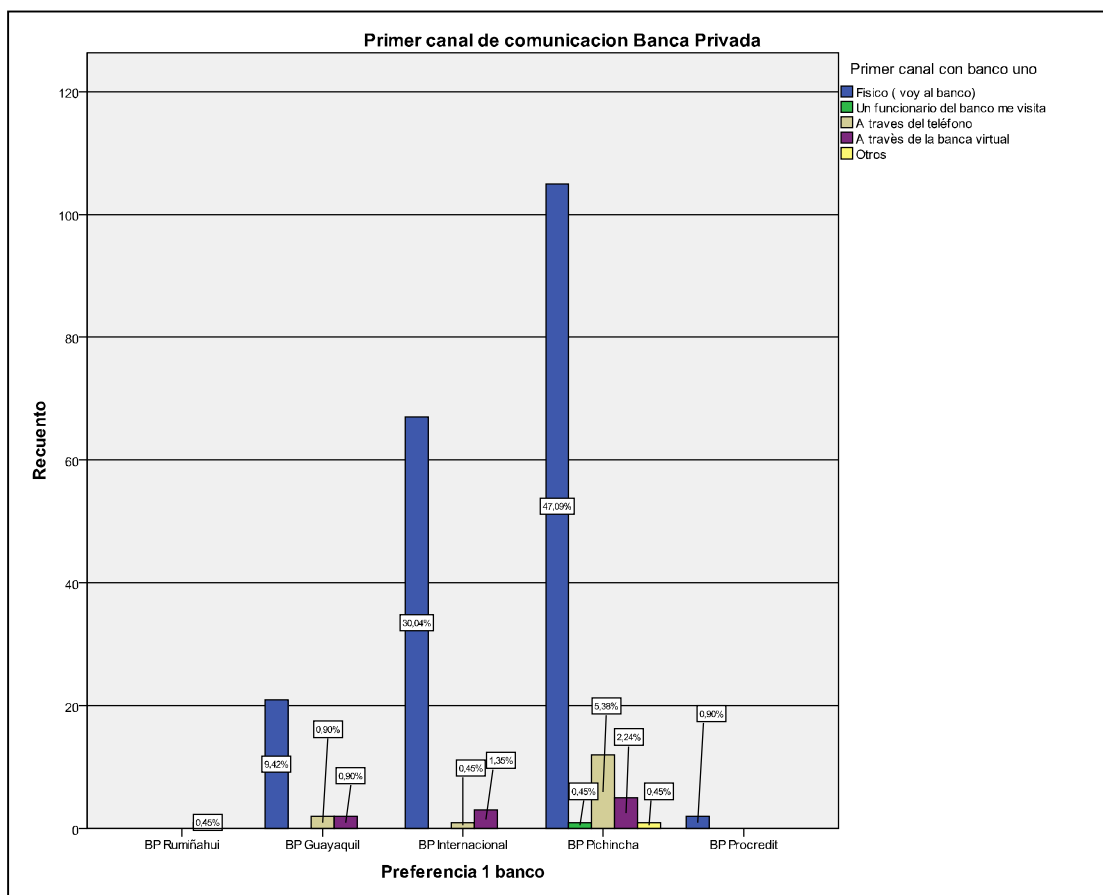
TABLA N.: 33

PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN OPCION UNO BANCOS PRIVADOS						
DETALLE	Físico (voy al Banco)	Un funcionario del banco me visita	A través del teléfono	A través de la banca virtual	Otros	RESULTADOS
BP Rumiñahui	0	0	0	1	0	1
BP Guayaquil	21	0	2	2	0	25
BP Internacional	67	0	1	3	0	71
BP Pichincha	105	1	12	5	1	124
BP Procredit	2	0	0	0	0	2
TOTAL	195	1	15	11	1	223

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 52



FUENTE: Investigación Propia
 ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

La forma de comunicar (y de paso publicitar) un nuevo producto y/o servicio que una institución financiera tiene para entregar información sobre las ventajas y beneficios que dicho producto o servicio presenta, en Nueva Loja, es aprovechando la visita que el cliente realiza a las agencias bancarias. El cliente de Nueva Loja no es tan bancarizado como lo sería uno de Quito o de Guayaquil.

Por ejemplo, si un cliente con cuenta corriente se acerca a la agencia para solventar un problema de una cuenta corriente, se aprovecha la oportunidad para ofrecer los beneficios de tarjetas de débito, de crédito, de pólizas de seguros, etc.

La cultura bancaria es distinta, es por ello que se utiliza en primer lugar la visita física del cliente al banco. El Banco Pichincha es la institución que mediante un centro de llamadas denominado *Call Center* se comunica con sus clientes para explicar los

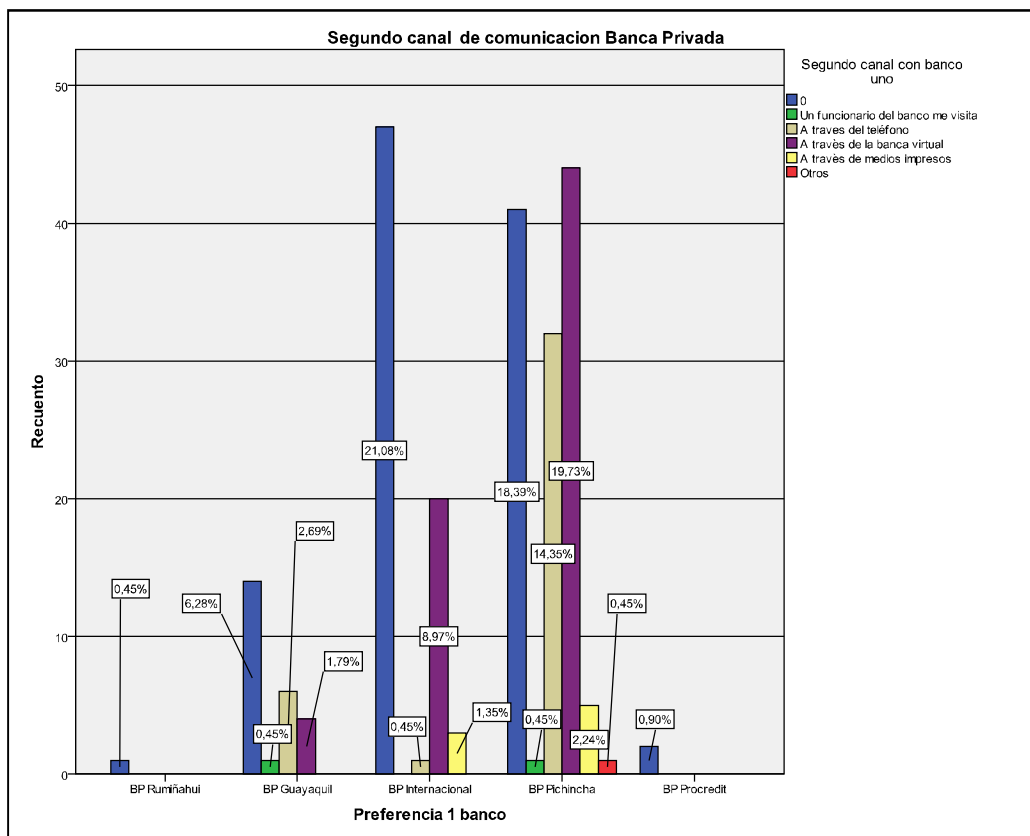
beneficios de cualquiera de sus productos. El centro de operaciones de esta oficina es Quito (inconveniente).

El Banco de Guayaquil también usa el servicio Call Center, pero la apertura del Banco de Barrio ha logrado expandir y masificar los beneficios de los productos bancarios de dicha institución.

El mecanismo publicitario que se usa fuerte en otras plazas bancarias y que no se ha utilizado en la zona es la visita a los domicilios.

En el Banco Pichincha el 47.09% de los encuestados prefiere acercarse a la oficinas de la institución, como primer canal de comunicación; al Banco Internacional le corresponde el 30.04% y finalmente, sin ser la excepción, el Banco de Guayaquil con el 9.42% de los encuestados afirman que visitan las oficinas del banco.

GRAFICO N.: 53



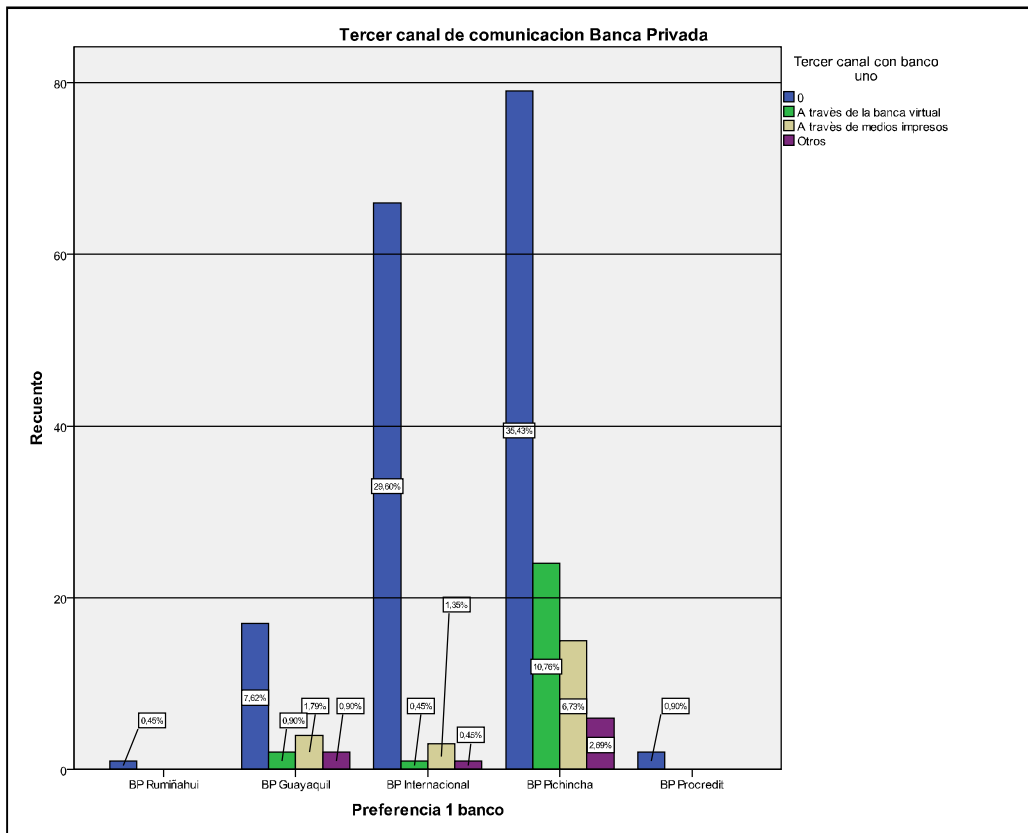
FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Como segunda opción para conocer sobre los beneficios de la comunicación con el cliente en el Banco Pichincha está el uso de la banca virtual con el 19.73% (ingreso a portales web). Los clientes de los otros dos bancos privados en estudio, no conocen otro mecanismo de comunicación. Un porcentaje inferior de los clientes encuestados del Banco Internacional respondieron con el 8.97% que lo realizan a través de la banca virtual; y en el Banco de Guayaquil el 2.69% lo realiza a través del teléfono, ya que el banco tiene un servicio a través del celular que le notifica al cliente cada una de las transacciones que realice en su cuenta.

La comunicación vía telefónica es otra de las alternativas que presenta la banca al instante de ofrecer productos y servicios a sus clientes. Aunque no es tan asertiva, si es una opción, para una ciudad que poco a poco trata de bancarizarse.

GRAFICO N.: 54



FUENTE Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

El 73,75% de los clientes encuestados de la banca privada no utilizan un tercer canal de comunicación para ser informados sobre los productos y servicios bancarios a más de los ya mencionados:

1. Visita física de los clientes a las agencias bancarias
2. Banca virtual (portales web)
3. Llamadas telefónicas a través de Call Center

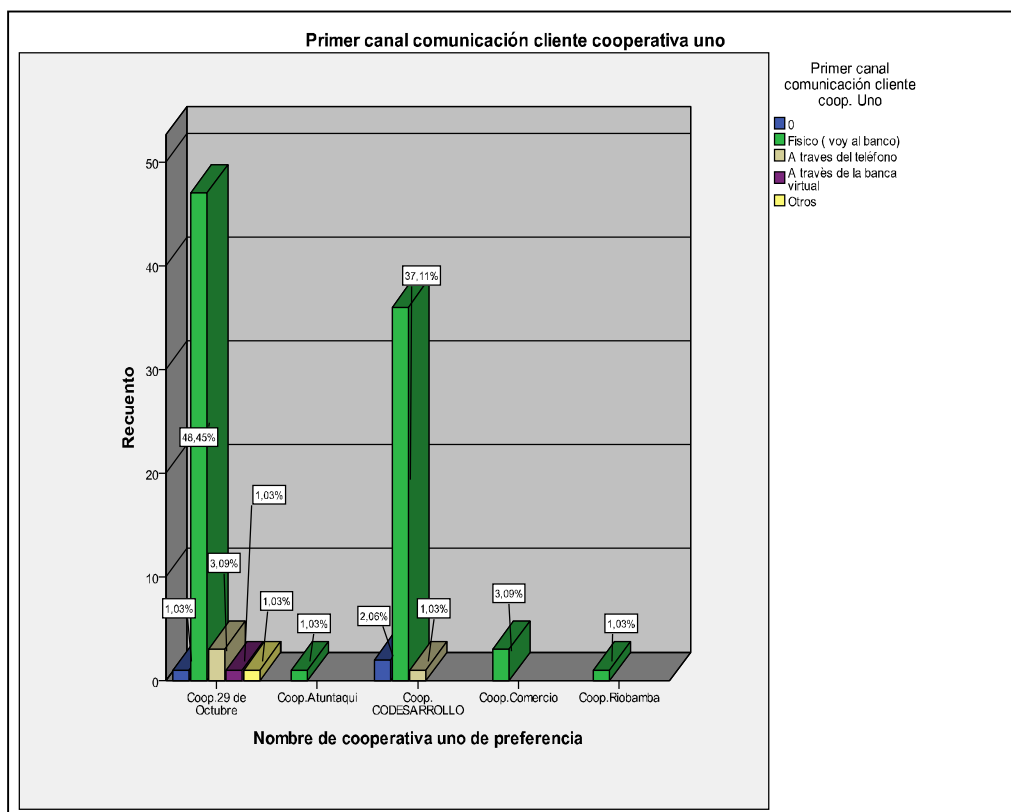
TABLA N.: 34

PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN DE PREFERENCIA UNO DE LAS COOP						
DETALLE	No contesta	Físico (voy a la Coop.	A través del teléfono	A través de la banca virtual	Otros	RESULTADOS
Coop. 29 de Octubre	1	47	3	1	1	53
Coop. Atuntaqui	0	1	0	0	0	1
Coop. CODESARROLLO	2	36	1	0	0	39
Coop. Comercio	0	3	0	0	0	3
Coop. Riobamba	0	1	0	0	0	1
TOTAL	3	88	4	1	1	97

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 55

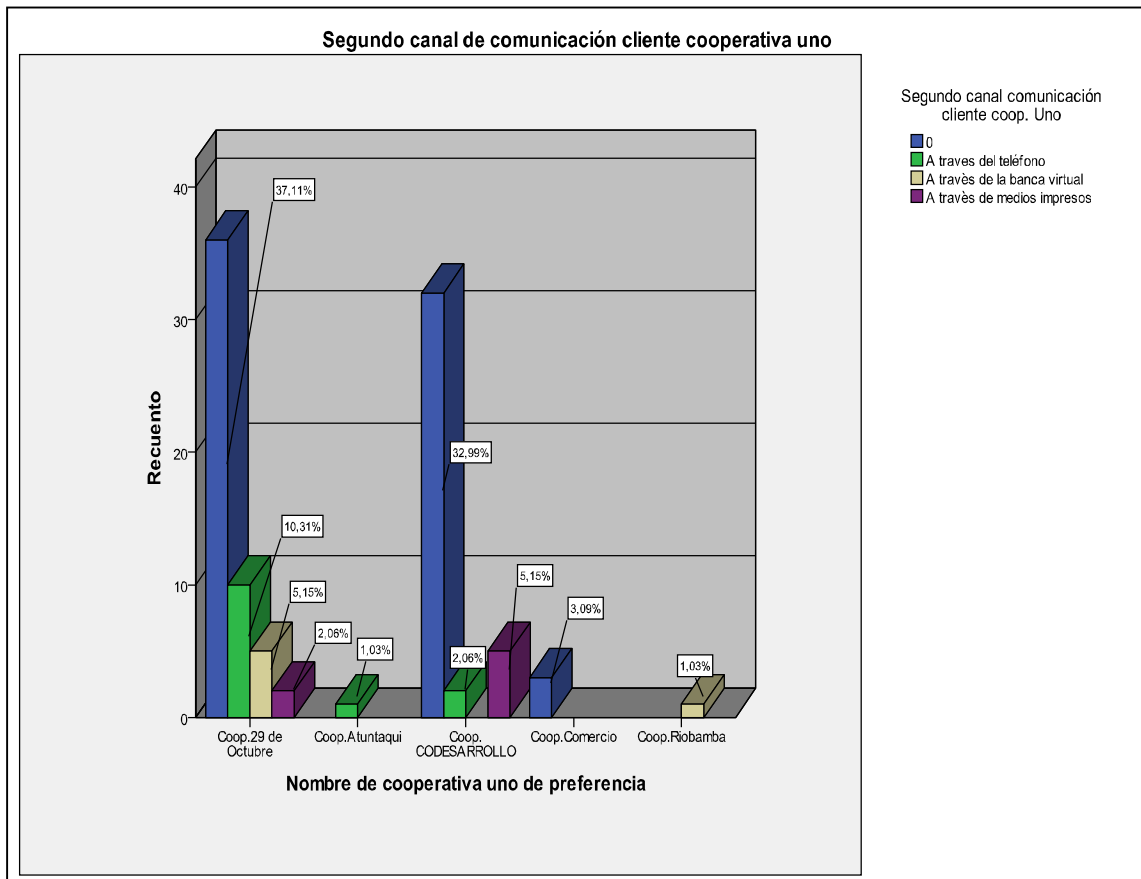


FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Las dos Cooperativas de Ahorro y Crédito controladas trabajan de manera directa con los socios, toda vez que ellos responden que cuando visitan físicamente la agencia de las cooperativas se enteran de todos los productos, servicios, beneficios y demás que existen en las entidades donde están sus ahorros. Para el caso de la Cooperativa 29 de octubre, el 48.45% de los clientes encuestados tienen esa forma de comunicación; mientras que a la Cooperativa Codesarrollo le corresponde el 37.11%.

GRAFICO N.: 56

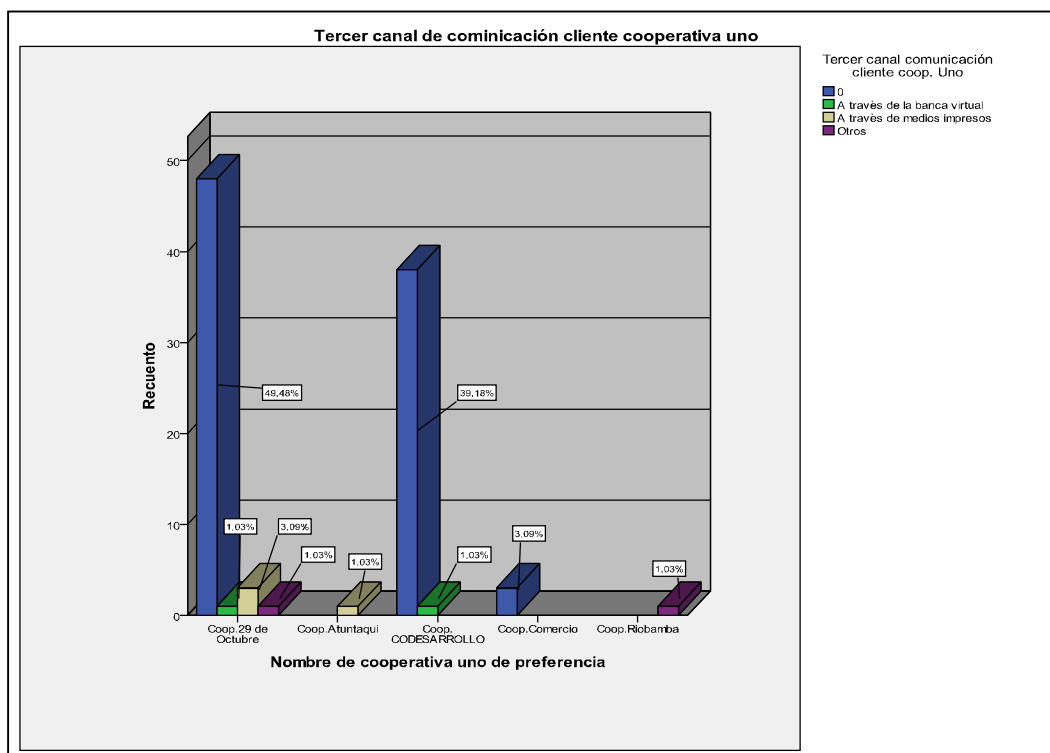


FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Es interesante saber que los socios de las cooperativas no definen con exactitud un segundo canal de comunicación. A pesar de aquello, el 10.31% de los socios encuestados de la Cooperativa 29 de Octubre mencionan que se enteran por vía telefónica de todos los beneficios de la entidad financiera, mientras que el 5.15% de los socios de la Cooperativa Codesarrollo indican que se enteran por medios publicitarios impresos.

GRAFICO N.: 57



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Ninguno de los socios encuestados de las cooperativas controladas define un tercer canal de comunicación entre la entidad financiera y ellos.

Esto se debe a la limitada cultura de servicios financieros que presentan los socios de la ciudad de Nueva Loja.

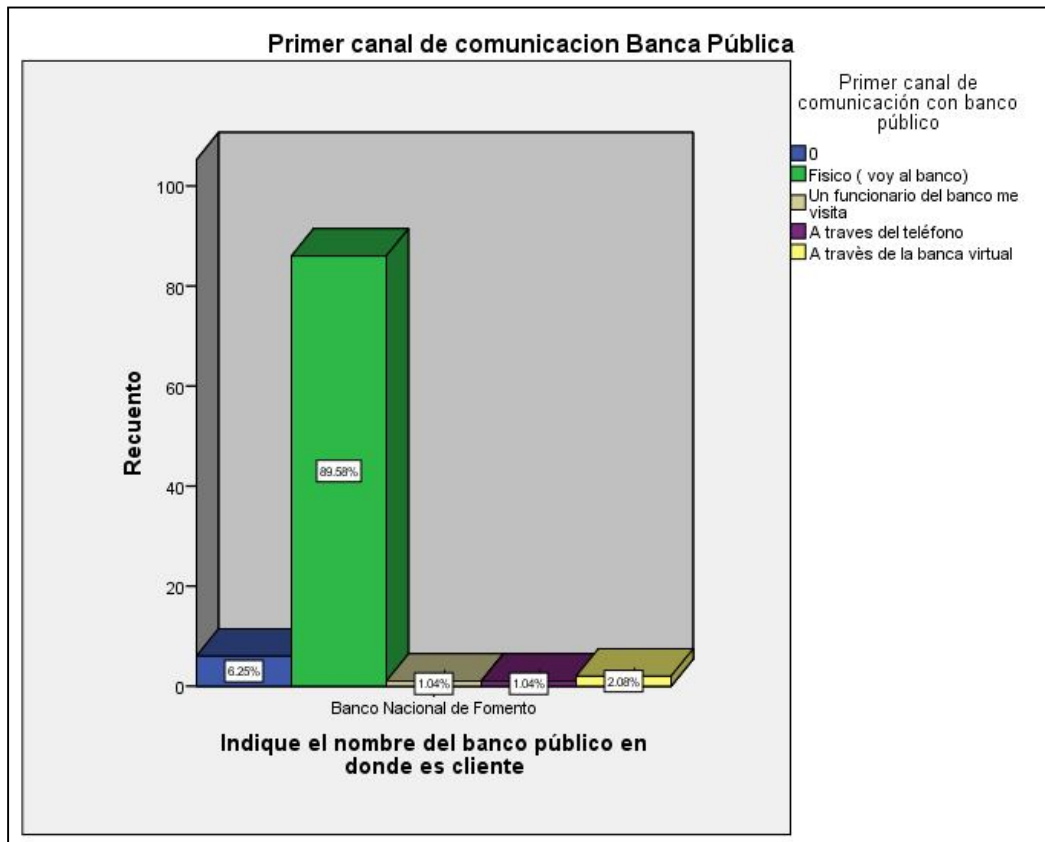
TABLA N.: 35

PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN BANCA PUBLICA OPCION UNO						
DETALLE	No responde	Físico (voy al banco)	Un funcionario del banco me visita	A través del teléfono	A través de la banca virtual	RESULTADOS
Banco Nacional de Fomento	6	86	1	1	2	96
TOTAL	6	86	1	1	2	96

FUENTE Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 58

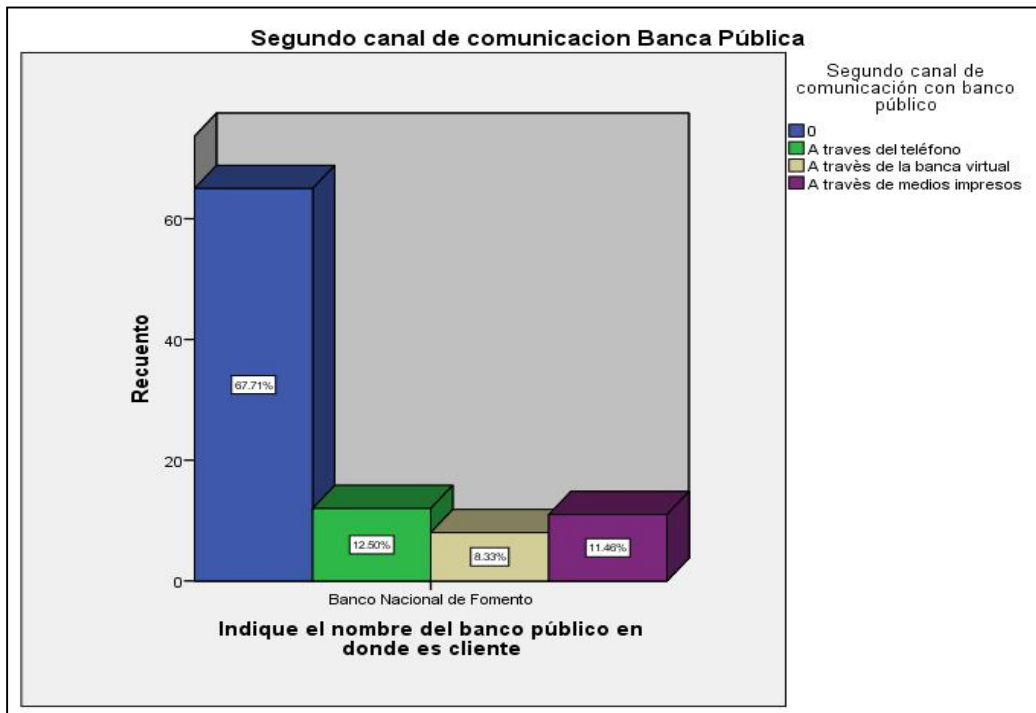


FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Para la banca pública el 90% de los clientes encuestados señalan como mecanismo de publicidad y comunicación de productos y servicios financieros, al procedimiento de presencia física del cliente en la agencia. La práctica existente en los ejecutivos de la banca privada, también se la ejecuta en los ejecutivos de la banca pública, con un menor grado de asertividad.

GRAFICO N.: 59



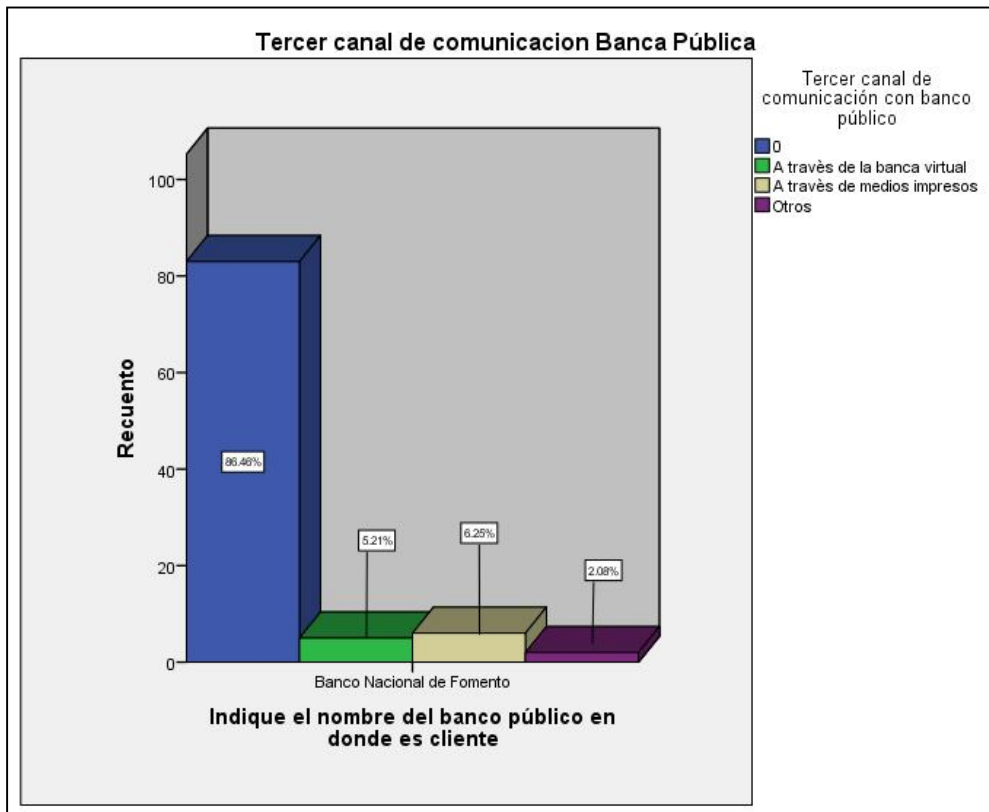
FUENTE Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

La segunda opción para canalizar la información de servicios financieros de la banca pública, el 12.50% de los clientes responden que a través del teléfono se comunican con el banco.

Casi similar número 11.46% de clientes responde que los medios impresos, con los que el Gobierno utiliza para informar sobre los beneficios de la banca pública, son un buen medio de comunicación y publicidad.

GRAFICO N.: 60



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Los clientes no utilizan un tercer canal de comunicación con la banca pública, lo que define como principales canales de comunicación:

1. La presencia física del cliente en las agencias del Banco.
2. En menor número, el uso de las llamadas telefónicas
3. Y por último, el uso de la publicidad en medios impresos (revistas, semanarios, etc.)

3.2.2. Servicios al cliente.

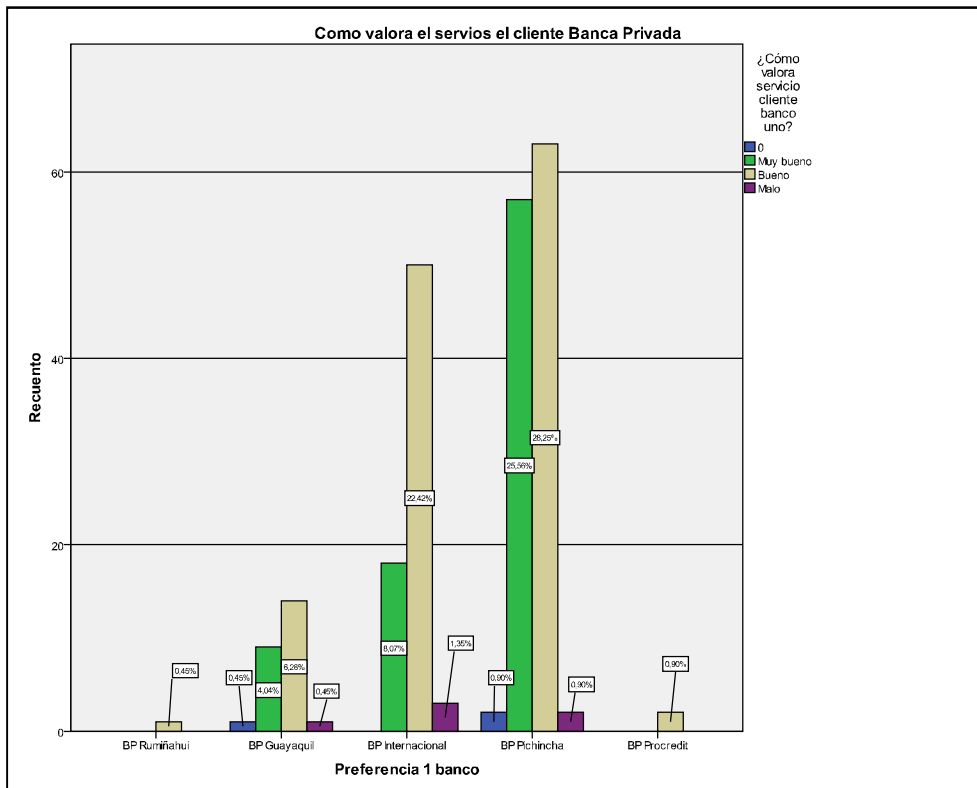
TABLA N.: 36

COMO VALORA EL SERVICIO EL CLIENTE BANCA PRIVADA						
DETALLE	No contesta	Muy bueno	Bueno	Malo	Muy Malo	RESULTADOS
BP Rumiñahui	0	0	1	0	0	1
BP Guayaquil	1	9	14	1	0	25
BP Internacional	0	18	50	3	0	71
BP Pichincha	2	57	63	2	0	124
BP Procredit	0	0	2	0	0	2
TOTAL	3	84	130	6	0	223

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 61



FUENTE Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Suponiendo que para calificar la calidad del servicio que presta una institución financiera fuera calificada cuantitativamente. Es decir, a la calificación de “Muy Bueno” le anotamos un DIEZ; y a la calificación de “Bueno” le anotamos un OCHO.

Entonces podríamos indicar que, la gran mayoría de clientes de los bancos en estudio indican que el servicio es bueno y que por consiguiente obtendrían un OCHO sobre DIEZ. Deberíamos calificar con la valoración de excelente, para entender que, la realidad es otra. El tener una calificación de Bueno es superar en algo al promedio de calidad de servicio. Es tratar de solventar problemas y no entregar un eficiente y oportuno servicio de asesoría bancaria. Es contentarse con poco, con hacer su trabajo y no entregar un “plus” de servicio que rompa con el esquema de servir mejor y ser EXCELENTES en servicio bancario.

De los clientes del Banco Pichincha el 28.25% califican la atención como buena y un porcentaje menor, el 25.56%, refiere que la atención es muy buena; en el Banco Internacional, de igual forma que el anterior, la mayoría de clientes califica a la atención como buena con el 22.42%, existiendo una gran diferencia en relación al bajo porcentaje de muy buena atención el 8.07%; y finalmente en el Banco Guayaquil el 6.28% lo califican como buena y apenas el 4.04% como muy buena.

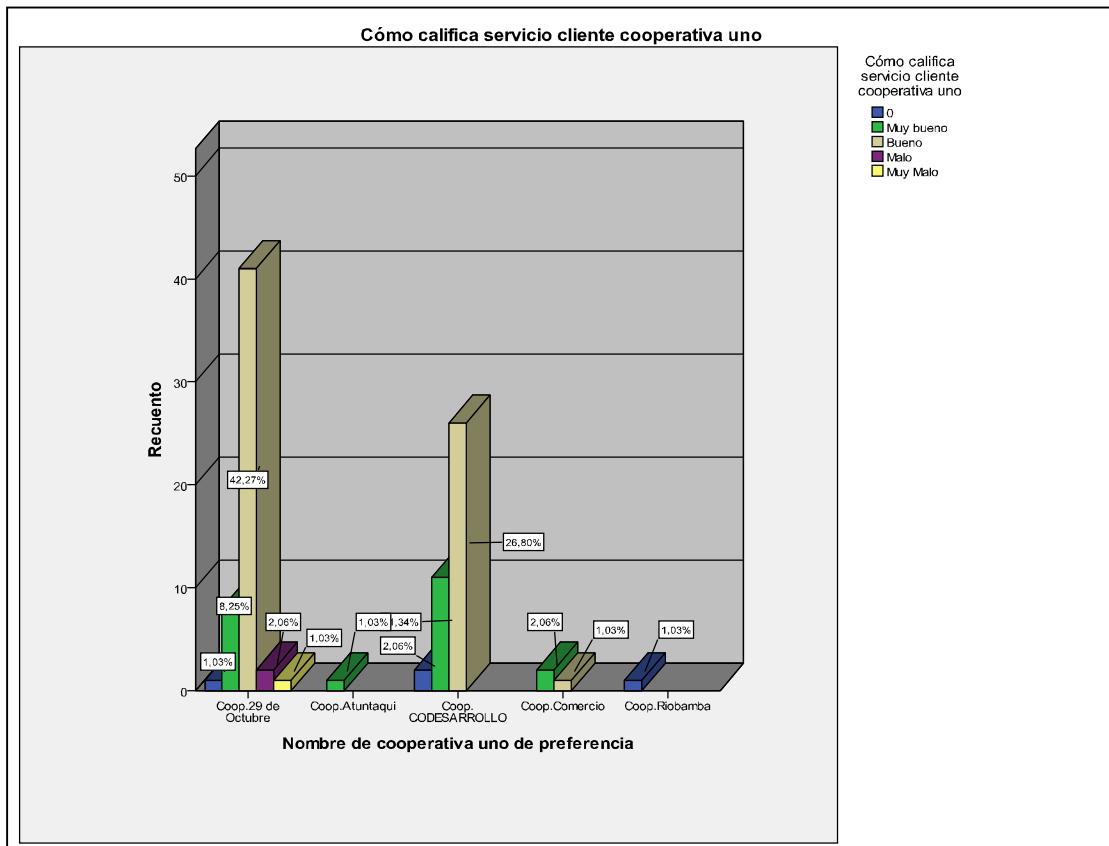
TABLA N.: 37

COMO VALORA EL SERVICIO AL CLIENTE EN COOP						
DETALLE	No contesta	Muy bueno	Bueno	Malo	Muy Malo	RESULTADOS
Coop. 29 de Octubre	1	8	41	2	1	53
Coop. Atuntaqui	0	1	0	0	0	1
Coop. CODESARROLLO	2	11	26	0	0	39
Coop. Comercio	0	2	1	0	0	3
Coop. Riobamba	1	0	0	0	0	1
TOTAL	4	22	68	2	1	97

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 62



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Las cooperativas en estudio también han sido medianamente castigadas con la calidad del servicio al cliente al ser calificadas con un BUENO, aquello nos recuerda que apenas superan la media de calidad de servicio al cliente que merece un socio de las cooperativas. Los ejecutivos encargados de llevar cuentas de los socios se contenta con realizar solo lo que los manuales les exigen y no rompen el esquema por servir mejor.

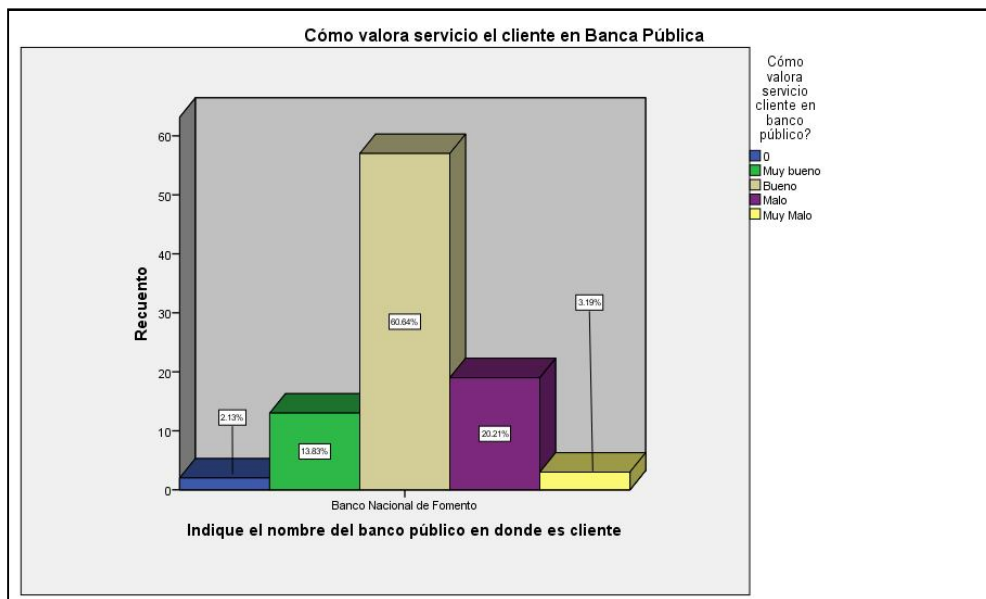
TABLA N.: 38

COMO VALORA EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA BANCA PUBLICA						
DETALLE	No contesta	Muy bueno	Bueno	Malo	Muy Malo	RESULTADOS
Banco Nacional de Fomento	2	13	57	19	3	94
TOTAL	2	13	57	19	3	94

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 63



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

En el caso de los clientes de la banca pública el 60.64% lo califican al servicio al cliente que entrega el BNF como bueno. Insistimos en decir que esta calificación demuestra que los ejecutivos existentes en dicha institución financiera no se esmeran en aportar con algo más para satisfacer las necesidades de sus clientes. Mientras que el 23% la cataloga como mala a la calidad del servicio al cliente, argumentando que son empleados públicos y ejercen mal su función y no demuestran actitud de servicio.

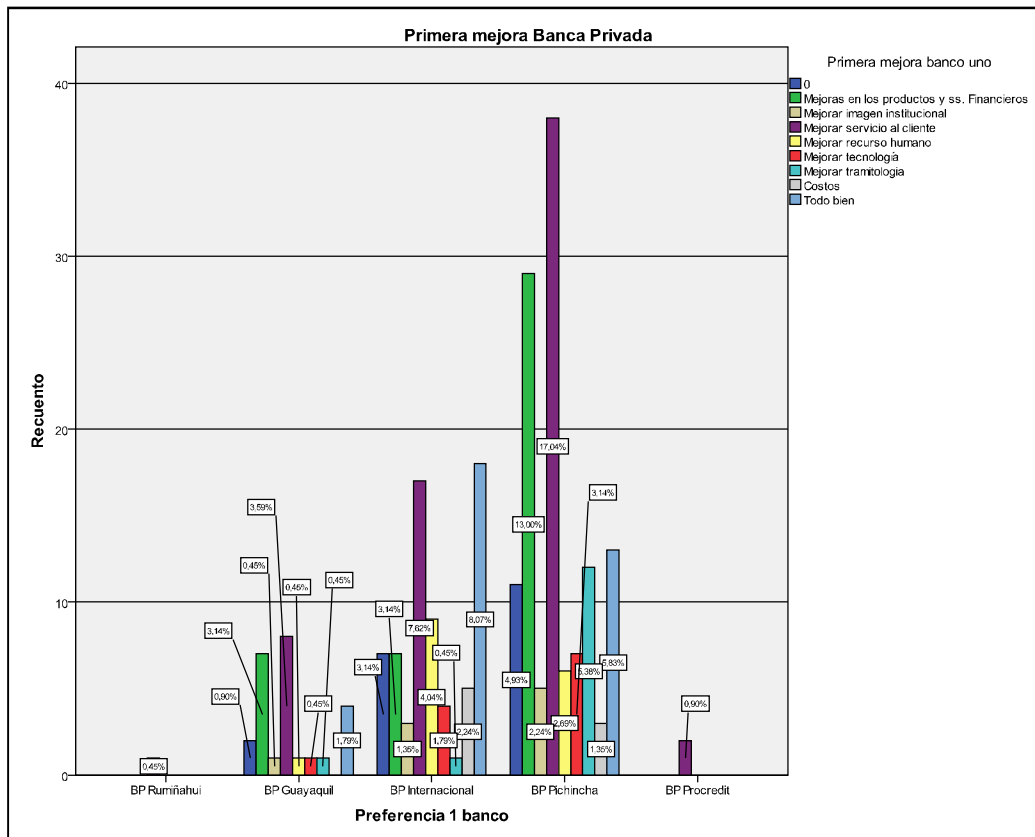
TABLA N.: 39

PRIMERA MEJORAR OPCION UNO BANCA PRIVADA											
DETALLE	No contesta	Mejorar en los productor y servicios financieros	Mejorar imagen institucional	Mejorar servicio al cliente	Mejorar recurso humano	Mejorar tecnologia	Mejorar tramitologia	Costos	Todo está Bien	Otros	RESULTADOS
BP Rumiñahui	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
BP Guayaquil	2	7	1	8	1	1	1	0	4	0	25
BP Internacional	7	7	3	17	9	4	1	5	18	0	71
BP Pichincha	11	29	5	38	6	7	12	3	13	0	124
BP Procredit	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2
TOTAL	20	43	9	66	16	12	14	8	35	0	223

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 64



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

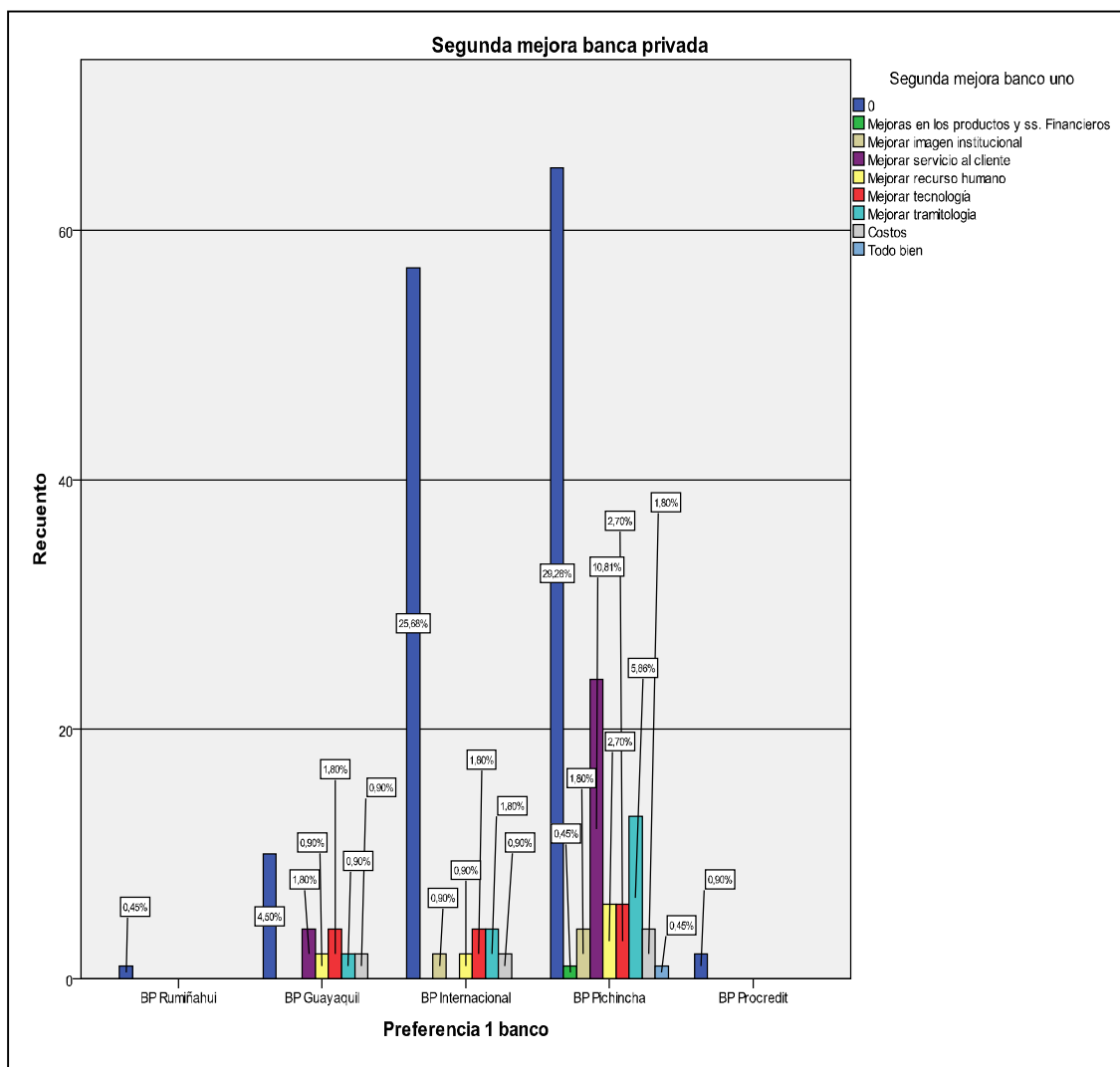
Al preguntar a los clientes sobre qué le gustaría que mejore, entre una gama de variables, encontramos interesantes respuestas:

Para el Banco Pichincha, el 17.04% de los clientes desearía que mejoren el servicio al cliente. Esta respuesta se da debido a que el banco cuenta con una única agencia y tiene la mayoría de clientes de la ciudad. Realizando un análisis banco adentro, podríamos indicar que los puntos neurálgicos donde existe este problema son: las ventanillas, cajeros automáticos, balcón de servicios (front office) y oficiales de crédito.

En cambio que para el Banco Internacional, la respuesta de los clientes con el 8.07% es que todo está bien; en otras palabras, no les gustaría que existan cambios.

Para los clientes del Banco de Guayaquil, les gustaría que mejore el servicio al cliente el 3.59%. El mayor problema de esta agencia bancaria es la infraestructura que también podría ser imagen institucional, es demasiado reducida para poder cubrir todas las necesidades de los clientes. En cuanto a los Bancos del Barrio en ocasiones no están en línea con el banco.

GRAFICO N.: 65



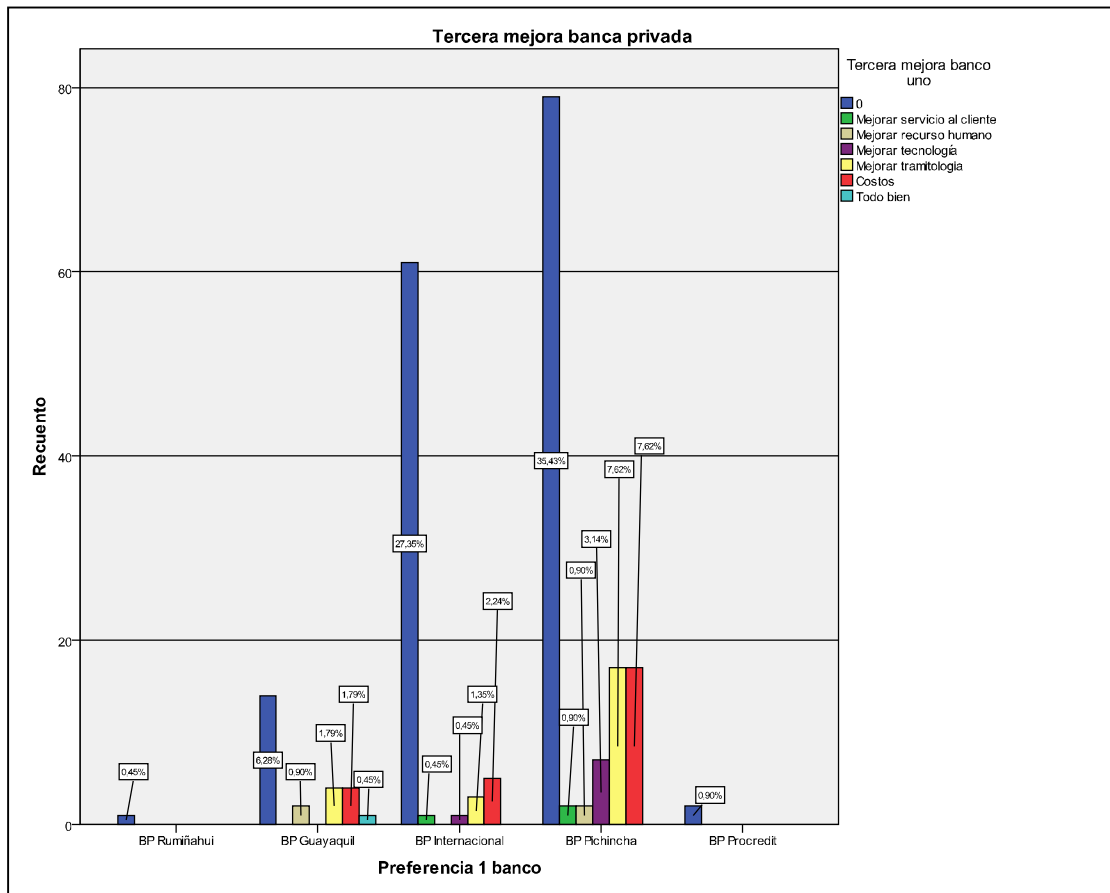
FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

El 59.46 % de los clientes de la banca privada en estudio, desconoce que otros cambios se pueden realizar en las instituciones de las cuales son clientes, a pesar de existir innumerables problemas por mejorar.

El 5.86% de los clientes del Banco Pichincha afirman que se debería mejorar la tramitología de los créditos. Los clientes de los tres bancos en estudio con el 6.30%, les gustaría también que se mejore la tecnología que existe tanto en instalaciones de las agencias como en los portales web y cajeros automáticos, en estos dos últimos mejorando la seguridad para evitar fraudes y estafas.

GRAFICO N.: 66



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Como tercera opción a los clientes de los tres bancos con el 11,85% les gustaría que mejoren los costos de los servicios y productos bancarios, sobre todo de los créditos.

De esta manera podemos concluir que los parámetros que los clientes gustaría que mejoren son:

1. Servicio al cliente
2. Tramitología
3. Tecnología y
4. Costos bancarios

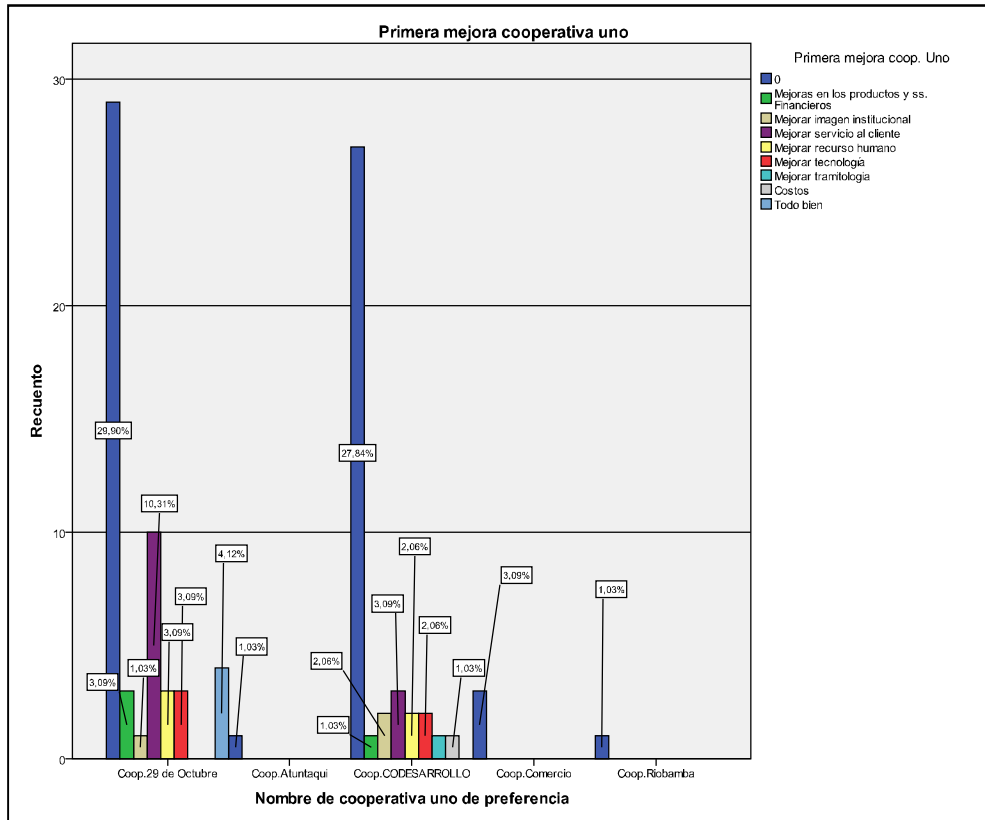
TABLA N.: 40

PRIMERA MEJORAR OPCION UNO COOP											
DETALLE	No contesta	Mejorar en los productor y servicios financieros	Mejorar imagen institucional	Mejorar servicio al cliente	Mejorar recurso humano	Mejorar tecnologia	Mejorar tramitologia	Costos	Todo esta Bien	Otros	RESULTADOS
Coop. 29 de Octubre	29	3	1	10	3	3	0	0	4	0	53
Coop. Atuntaqui	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Coop. CODESARROLLO	27	1	2	3	2	2	1	1	0	0	39
Coop. Comercio	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
Coop. Riobamba	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
TOTAL	61	4	3	13	5	5	1	1	4	0	97

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 67



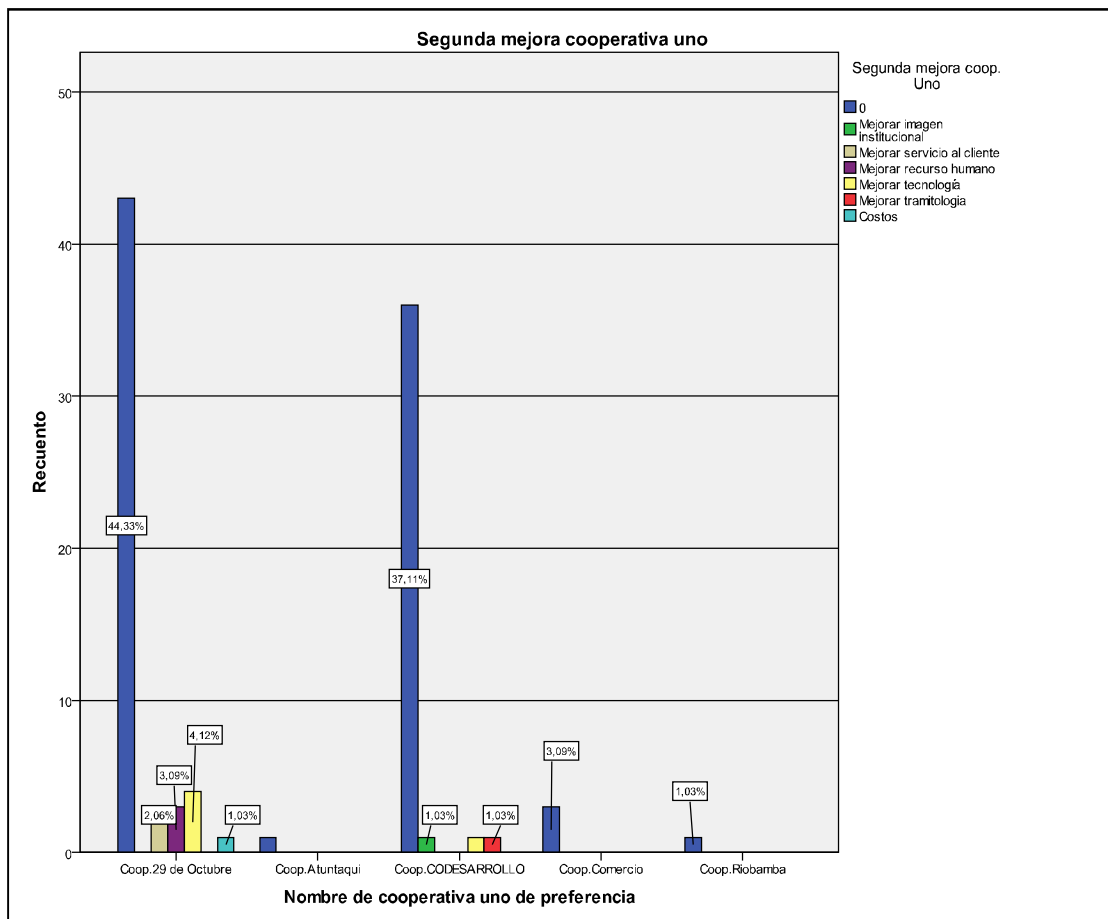
FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

A pesar de que, en primera instancia, ninguno de los socios encuestados definen con exactitud qué les gustaría que mejore dentro de cada una de sus cooperativas de las cuales son clientes, para las dos cooperativas la segunda opción es el mejoramiento de la calidad del servicio al cliente en las aperturas de cuentas de ahorros y en los créditos concedidos.

El 10.31% de los socios de la Cooperativa 29 de Octubre y el 3.09% de la Cooperativa Codesarrollo sugieren este cambio.

GRAFICO N.: 68

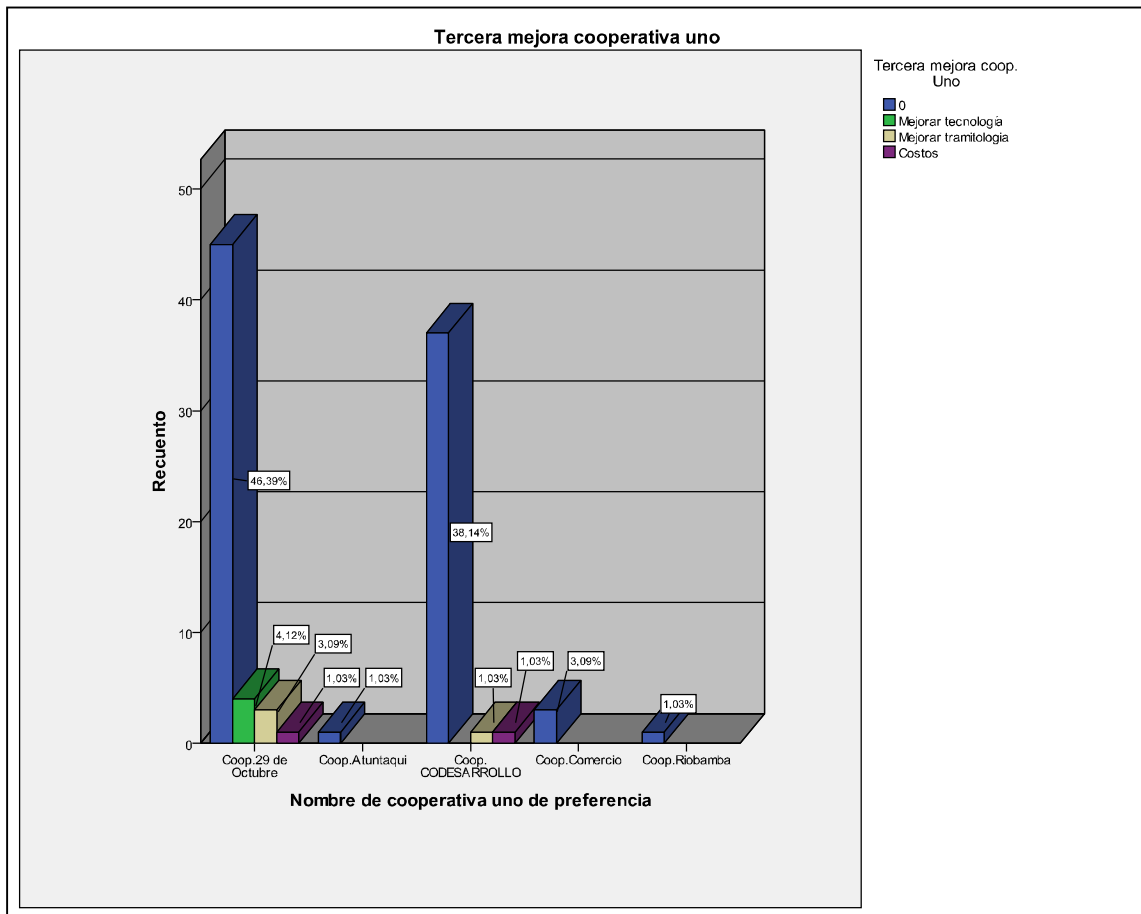


FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Los socios tampoco definen un segundo ámbito de mejoras. Aunque se presenta una relativa cantidad del 4% de encuestados que prefiere que mejore la tecnología con la que trabaja la Coop. “29 de octubre”. Los socios de la Coop. Codesarrollo no sugieren ningún tipo de cambio con el 1.08%.

GRAFICO N.: 69



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Los socios de las instituciones financieras no controladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros y los de las cooperativas controladas en estudio no responden a una tercera opción de mejoras de los servicios y/o productos financieros que ofrecen.

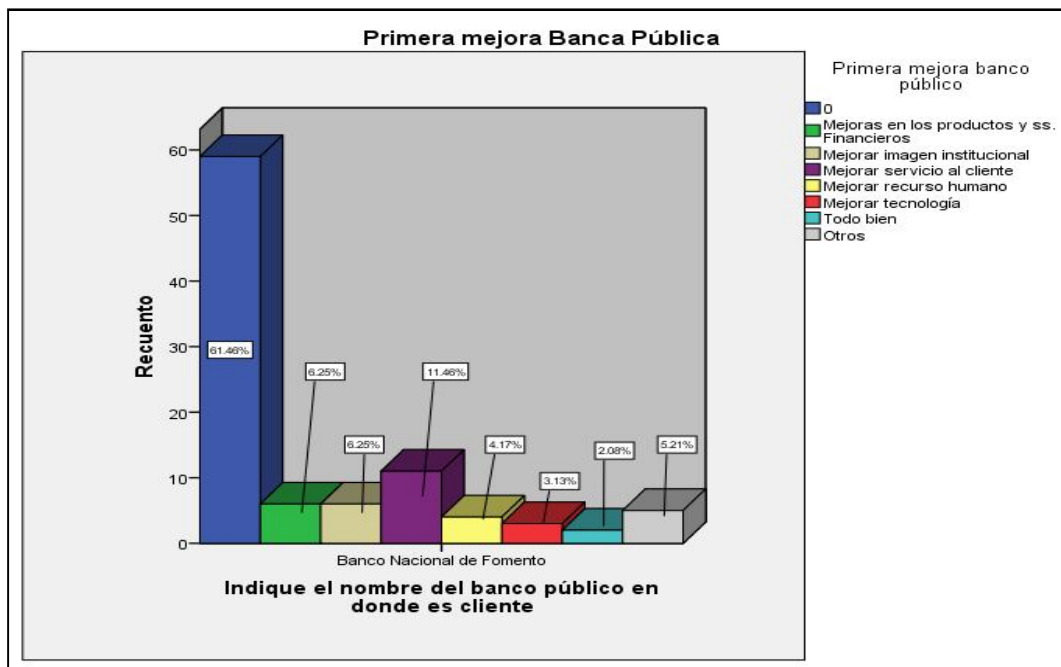
TABLA N.: 41

PRIMERA MEJORAR OPCION BANCA PUCBLICA											
DETALLE	No contesta	Mejorar en los productos y servicios financieros	Mejorar imagen institucional	Mejorar servicio al cliente	Mejorar recurso humano	Mejorar tecnología	Mejorar tramitología	Costos	Todo está Bien	Otros	RESULTADOS
Banco Nacional de Fomento	59	6	6	11	4	3	0	0	2	5	96
TOTAL	59	6	6	11	4	3	0	0	2	5	96

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 70

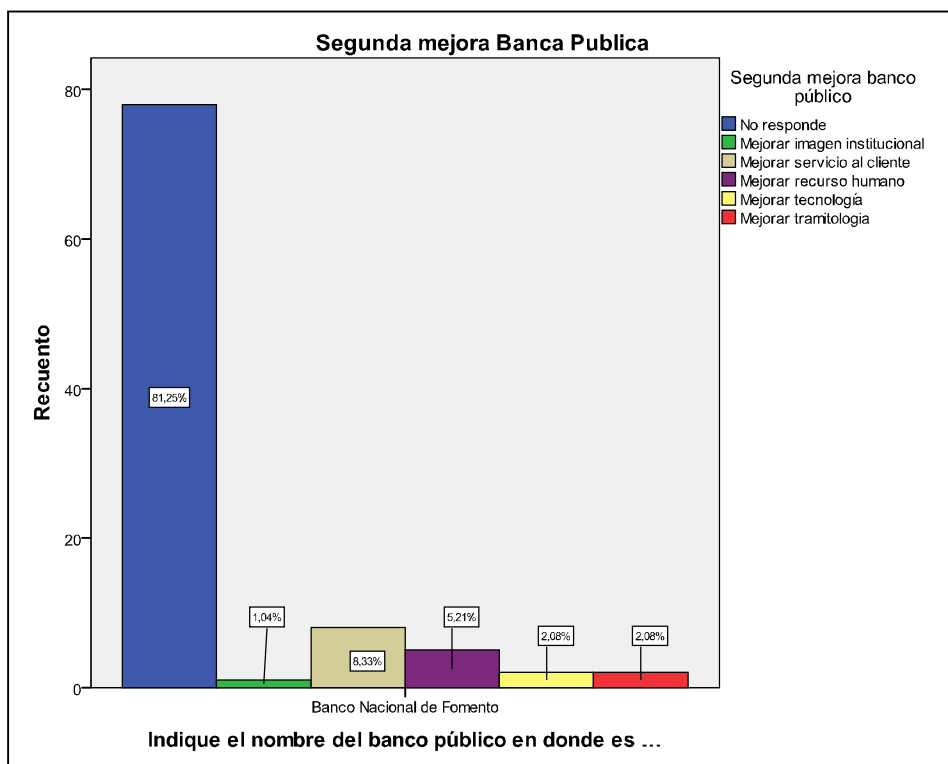


FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Los clientes de la banca pública no definen con certeza los problemas que presenta la institución y que aspectos les gustaría que mejoren. El 62% de los usuarios no responde a esta pregunta y tan solo el 11,40% de los mismos refiere mejoras del servicio al cliente. La institución debe mejorar el área de cajas y de atención al cliente para créditos. El 6,25% manifiesta que deben mejorar los productos y servicios financieros y la imagen institucional.

GRAFICO N.: 71



FUENTE: Investigación Propia

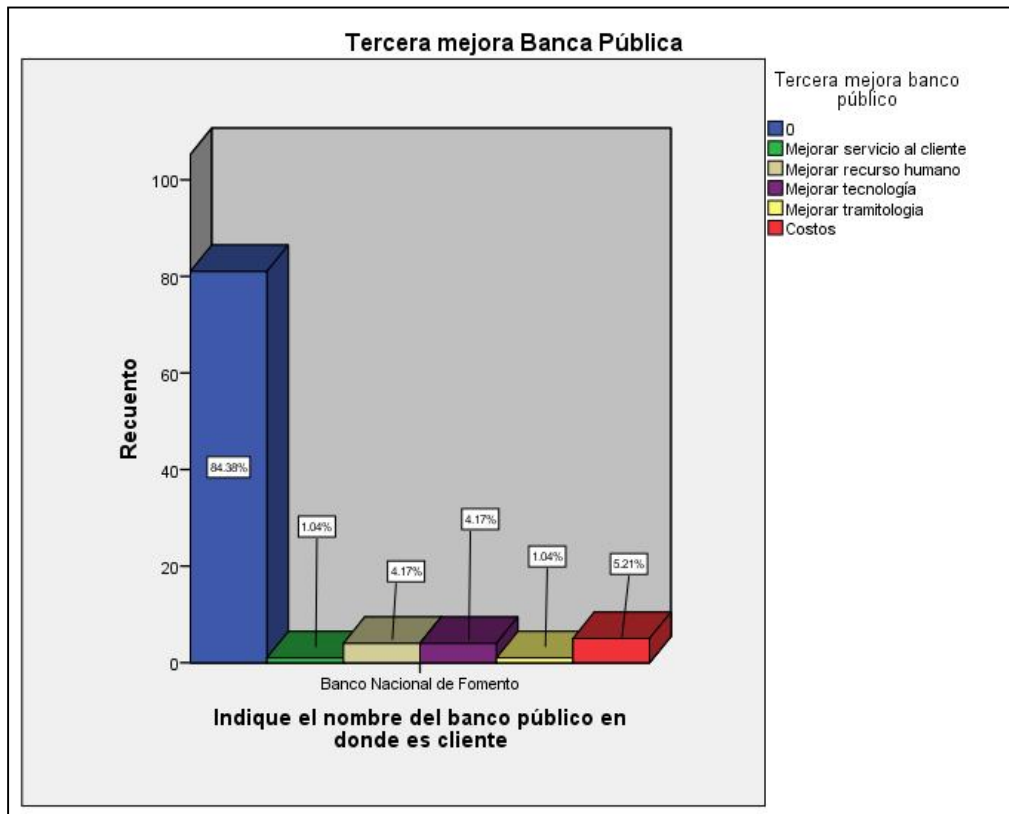
ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Como segunda mejora recaemos en la dificultad de definir qué aspecto del banco se debe mejorar por parte de los clientes. Sin embargo, dentro de este gráfico podemos observar que un 5,20% de los encuestados prefieren que se mejore el recurso humano existente en la agencia.

Este punto se da por dos razones:

1. Poca o casi nula experiencia del personal del banco en temas de banca y finanzas
2. Toma de decisiones o atención al cliente sin ningún sentido ni criterio técnico, basados en la preferencia, la amistad o el buen genio del asesor al cliente.

GRAFICO N.: 72



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

La tercera mejora que a los clientes de BNF les gustaría que se realice es:

1. El servicio al Cliente el 4.17%
2. Recurso humano el 4.17%

La falta de mayor cobertura de las IFI's reguladas, el fácil acceso a créditos sin que se registren en el sistema financiero, menos tramites, y por las tasas de interés tanto en las captaciones como en las colocaciones hay un gran número de IFI's no reguladas en Lago Agrio.

A continuación hablaremos de las IFI's no reguladas:

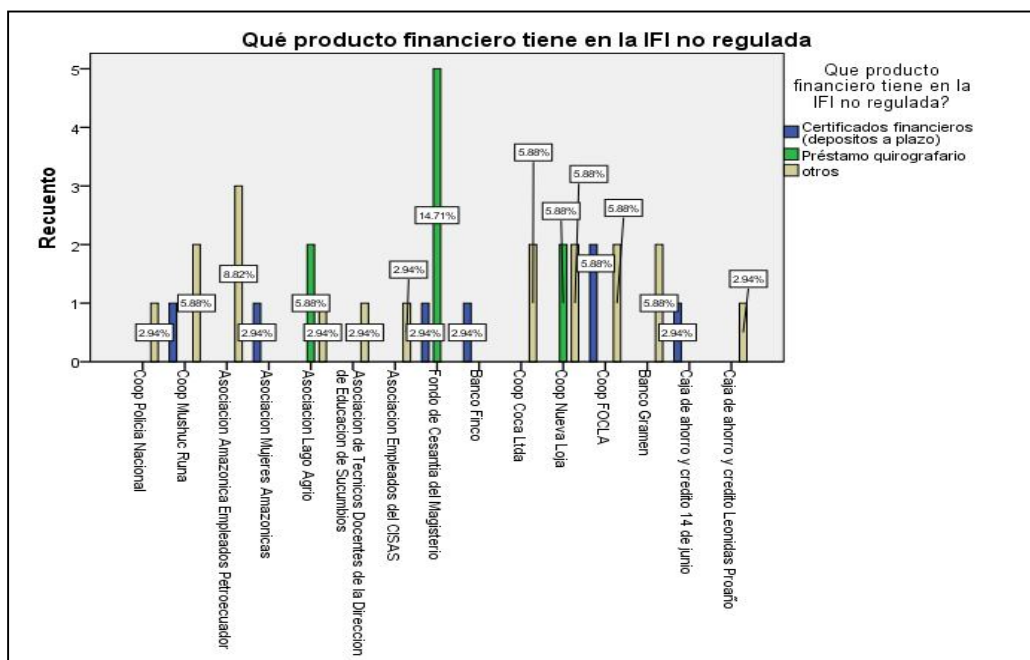
TABLA N.: 42

PRODUCTOS FINANCIEROS QUE OFRECEN LAS IFS NO REGULADAS				
DETALLE	Certificados de depósitos a plazos	Préstamos quirografarios	otros	RESULTADOS
Coop Policía Nacional	0	0	1	1
Coop Mushuc Runa	1	0	2	3
Asociación Amazónica	0	0	3	3
Empleados Petroecuador	0	0	0	0
Asociación Mujeres Amazónicas	1	0	0	1
Asociación Lago Agrio	0	2	1	3
Asociación de Técnicos Docentes de la Dirección de Educación de Sucumbios	0	0	1	1
Asociación Empleados del CISAS	0	0	1	1
Fondo de Cesantía del Magisterio	1	5	0	6
Banco Finca	1	0	0	1
Coop Coca Ltda	0	0	2	2
Coop Nueva Loja	0	2	2	4
Coop FOCLA	2	0	2	4
Banco Gramen	0	0	2	2
Caja de ahorro y crédito 14 de junio	1	0	0	1
Caja de ahorro y crédito Leónidas Proaño	0	0	1	1
TOTAL	7	9	18	34

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 73



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Al analizar, dentro del mundo financiero de las IFI's no reguladas, qué producto financiero son los preferidos por los clientes, encontramos lo siguiente:

La mayoría de clientes de las entidades no reguladas por la Superintendencia de Bancos presentan líneas de créditos (de consumo). Este tipo crédito se viene dando en la ciudad debido a la presencia de cajas de ahorro y créditos institucionales (como por ejemplo, la caja de ahorro y crédito del Magisterio)

La Asociación de Empleados de Petroecuador presenta otros productos financieros como los aportes mensuales. La Cooperativa FOCLA se respalda en certificados de depósitos para trabajar de manera financiera.

Estas preferencias de los clientes por instituciones no controladas se dan por la relativa facilidad que tienen para obtener cuentas de ahorros, certificados de depósitos o créditos sin mayor trámite ni respaldo. Sumemos el hecho de atraer al cliente con relativas tasas pasivas altas y tasas activas más bajas que la banca tradicional. (Esto hace que el spread bancario sea menor). Sumemos también el

hecho de que cuando un crédito entra en mora en las instituciones no reguladas, muy poca de esta información se sube a los burós de créditos.

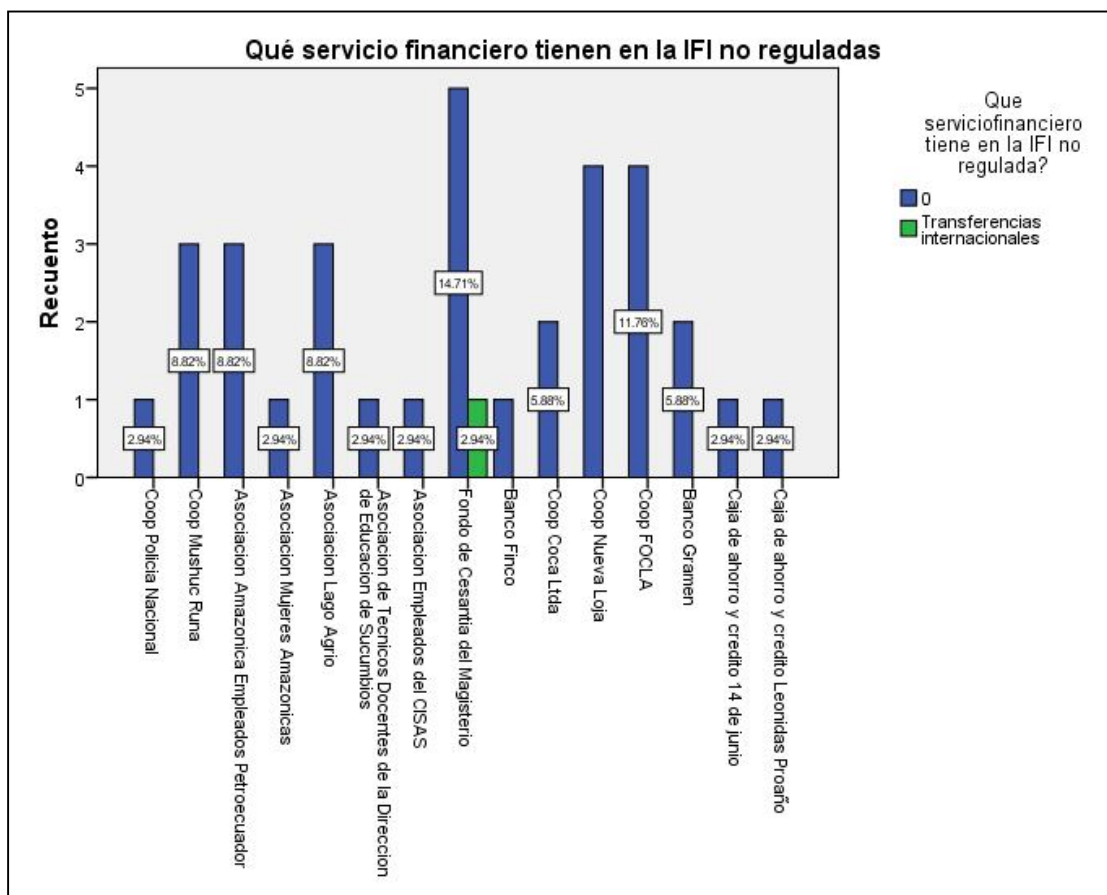
TABLA N.: 43

SERVICIOS FINANCIEROS QUE OFRECEN LAS IFI's NO REGULADAS			
DETALLE	No contesta	Transferencias internacionales	RESULTADOS
Coop Policía Nacional	1	0	1
Coop Mushuc Runa	3	0	3
Asociación Amazónica	3	0	3
Empleados Petroecuador	0	0	0
Asociación Mujeres Amazónicas	1	0	1
Asociación Lago Agrio	3	0	3
Asociación de Técnicos Docentes de la Dirección de Educación de Sucumbíos	1	0	1
Asociación Empleados del CISAS	1	0	1
Fondo de Cesantía del Magisterio	5	1	6
Banco Finca	1	0	1
Coop Coca Ltda	2	0	2
Coop Nueva Loja	4	0	4
Coop FOCLA	4	0	4
Banco Gramen	2	0	2
Caja de ahorro y crédito 14 de junio	1	0	1
Caja de ahorro y crédito Leónidas Proaño	1	0	1
TOTAL	33	1	34

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 74



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Las IFI's no reguladas no ofrecen mayores servicios financieros, razón por la cual, los clientes no responden a esta pregunta. Muy pocos clientes utilizan el servicio de transferencias interbancarias, sobre todo los clientes de la caja de ahorro y crédito del Magisterio (Fondo de Cesantía del Magisterio).

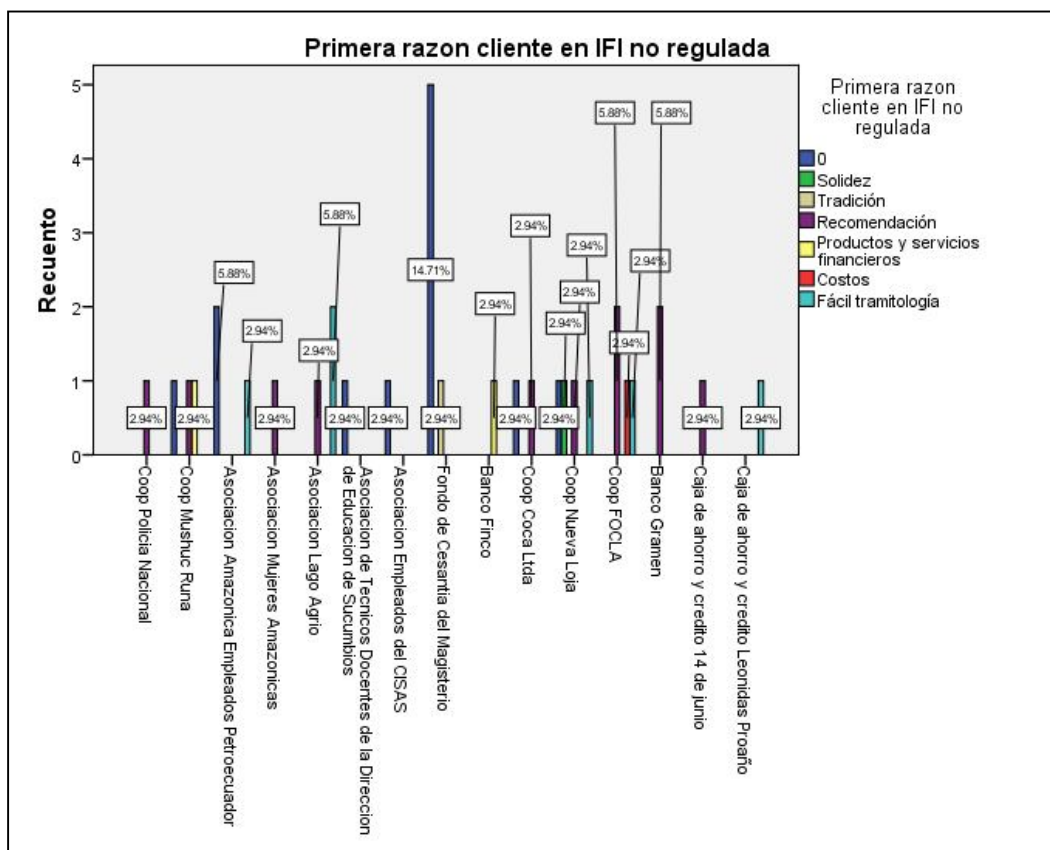
TABLA N.: 44

RAZON DE SER CLIENTE DE LAS IFI's NO REGULADAS								
DETALLE	No contesta	Solidez	Tradición	Recomendación	Productos y servicios financieros	Costos	Fácil tramitología	RESULTADOS
Coop Policía Nacional	0	0	0	1	0	0	0	1
Coop Mushuc Runa	1	0	0	1	1	0	0	3
Asociación Amazónica	2	0	0	0	0	0	1	3
Empleados Petroecuador	0	0	0	0	0	0	0	0
Asociación Mujeres Amazónicas	0	0	0	1	0	0	0	1
Asociación Lago Agrio	0	0	0	1	0	0	2	3
Asociación de Técnicos Docentes de la Dirección de Educación de Sucumbíos	1	0	0	0	0	0	0	1
Asociación Empleados del CISAS	1	0	0	0	0	0	0	1
Fondo de Cesantía del Magisterio	5	0	1	0	0	0	0	6
Banco Finca	0	0	0	0	1	0	0	1
Coop Coca Ltda	1	0	0	1	0	0	0	2
Coop Nueva Loja	1	1	0	1	0	0	1	4
Coop FOCLA	0	0	0	2	0	1	1	4
Banco Gramen	0	0	0	2	0	0	0	2
Caja de ahorro y crédito 14 de junio	0	0	0	1	0	0	0	1
Caja de ahorro y crédito Leónidas Proaño	0	0	0	0	0	0	1	1
TOTAL	12	1	1	11	2	1	6	34

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 75



FUENTE: Investigación Propia

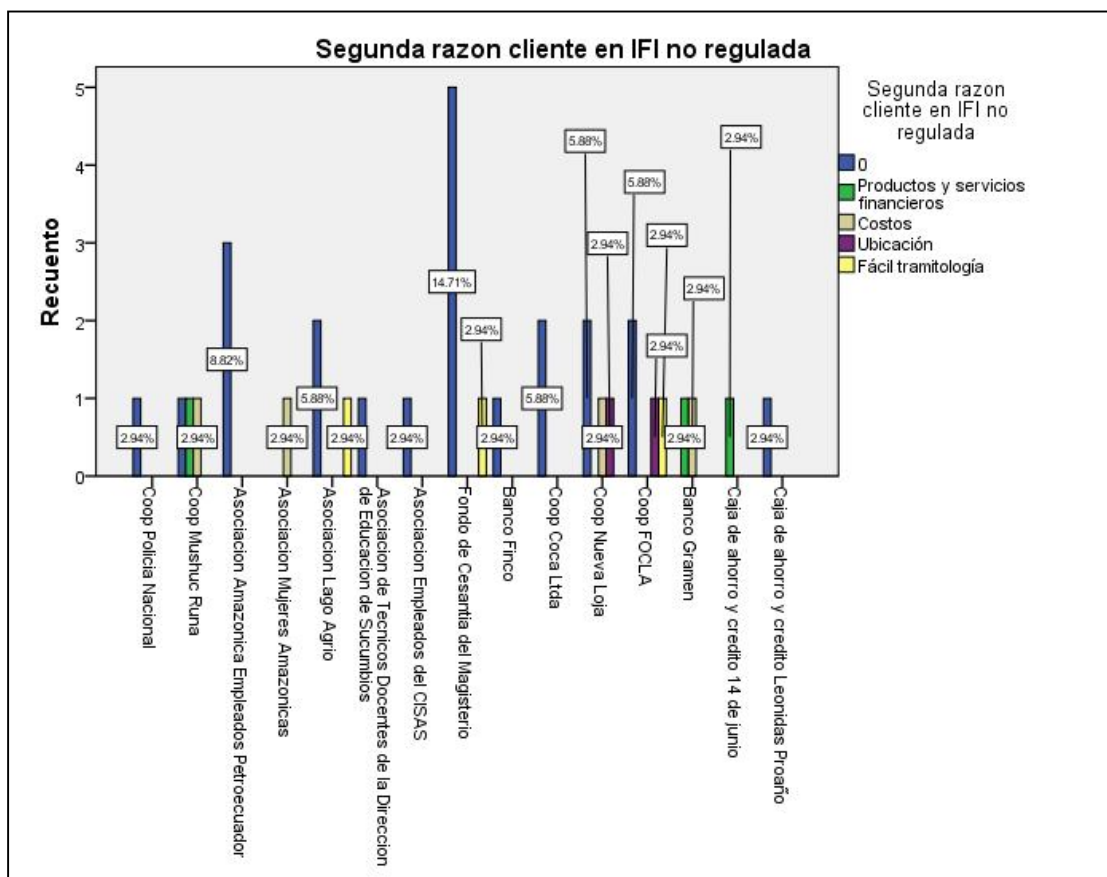
ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

A diferencia de la banca privada, donde la solidez y la liquidez son los puntales para volverse clientes, en las IFI's no controladas, se apertura cuentas y se entregan créditos por recomendaciones o por situaciones de fácil manejo administrativo burocrático (bajo proceso de tramitología).

Lo increíble es saber que muchos de los clientes de las IFI's no reguladas saben que es RIESGOSO trabajar financieramente con firmas no controladas, aún así se arriesgan a trabajar, precisamente por las dos razones expuestas:

1. Trámites menos engorrosos
2. Trabajar bajo recomendaciones (clientes referidos)

GRAFICO N.: 76



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Es difícil definir cuál es la segunda opción que incentive a ser cliente de una IFI's no regulada, debido principalmente a los limitados productos y servicios que poseen estas instituciones, ya que al no tener control, no les permite ofrecer toda la gama de productos y servicios que una IFI's puede brindar a sus clientes.

Hay un detalle más y es el SENTIDO DE PERTENENCIA a su institución financiera. Esta es la "argucia" que se utiliza para vender la idea de ser clientes de una entidad sin regulación: Usted es dueño del banco, en otras palabras. Algo que no puede darse en la banca tradicional comercial de Ecuador.

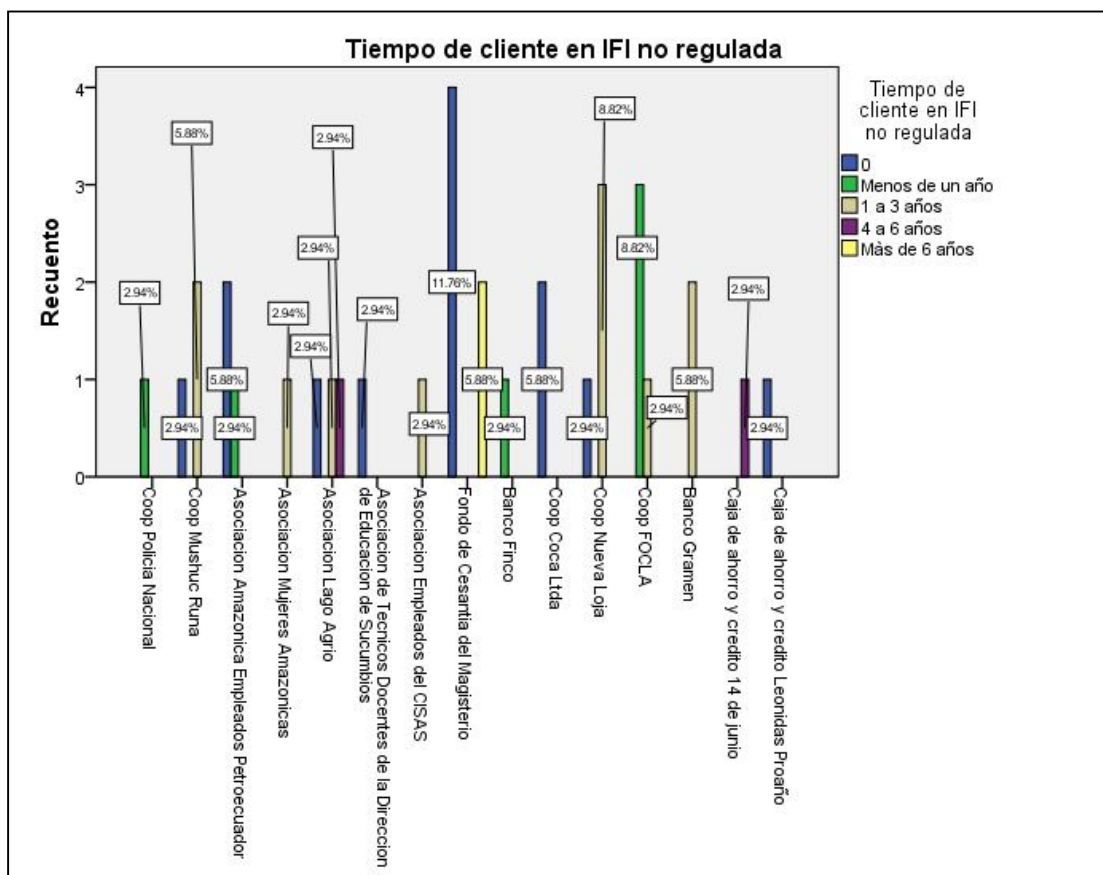
TABLA N.: 45

TIEMPO DE SER CLIENTE DE UNA IFI's NO REGULADAS						
DETALLE	No contesta	Menos de un año	1 a 3 años	4 a 6 años	Más de 6 años	RESULTADOS
Coop Policía Nacional	0	1	0	0	0	1
Coop Mushuc Runa	1	0	2	0	0	3
Asociación Amazónica	2	1	0	0	0	3
Empleados Petroecuador	0	0	0	0	0	0
Asociación Mujeres Amazónicas	0	0	1	0	0	1
Asociación Lago Agrio	1	0	1	1	0	3
Asociación de Técnicos Docentes de la Dirección de Educación de Sucumbíos	1	0	0	0	0	1
Asociación Empleados del CISAS	0	0	1	0	0	1
Fondo de Cesantía del Magisterio	4	0	0	0	2	6
Banco Finca	0	1	0	0	0	1
Coop Coca Ltda	2	0	0	0	0	2
Coop Nueva Loja	1	0	3	0	0	4
Coop FOCLA	0	3	1	0	0	4
Banco Gramen	0	0	2	0	0	2
Caja de ahorro y crédito 14 de junio	0	0	0	1	0	1
Caja de ahorro y crédito Leónidas Proaño	1	0	0	0	0	1
TOTAL	13	6	11	2	2	34

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 77



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Debido a que estas instituciones financieras no controladas son entidades que han iniciado sus operaciones mediante una inusitada ola de personas que se agriman para financiar sus créditos, hace que la mayoría de los clientes encuestados de este tipo de instituciones no logran pasar los 3 años de madurez como clientes.

En la realidad son escasos los clientes que superen los seis años como clientes. Este hecho se debe principalmente a la desconfianza que existe en las “pirámides” que los “financistas” colombianos tienen en Ecuador. Muchos de estos negocios tráfugos desaparecen del mercado sin ton ni son, sin dejar rastro alguno, perjudicando a muchas personas.

A lo que el cliente simplemente dice: “prefiero a las cajas de ahorros y créditos ecuatorianos que a las colombianas”.

Otro factor interesante a analizar es el hecho de que detrás de algunas de las cajas de ahorros o fondos de ahorros, están instituciones o gremios que en el país son fuertes, como por ejemplo: la Policía Nacional, el Magisterio Nacional, Petroecuador, entre otros.

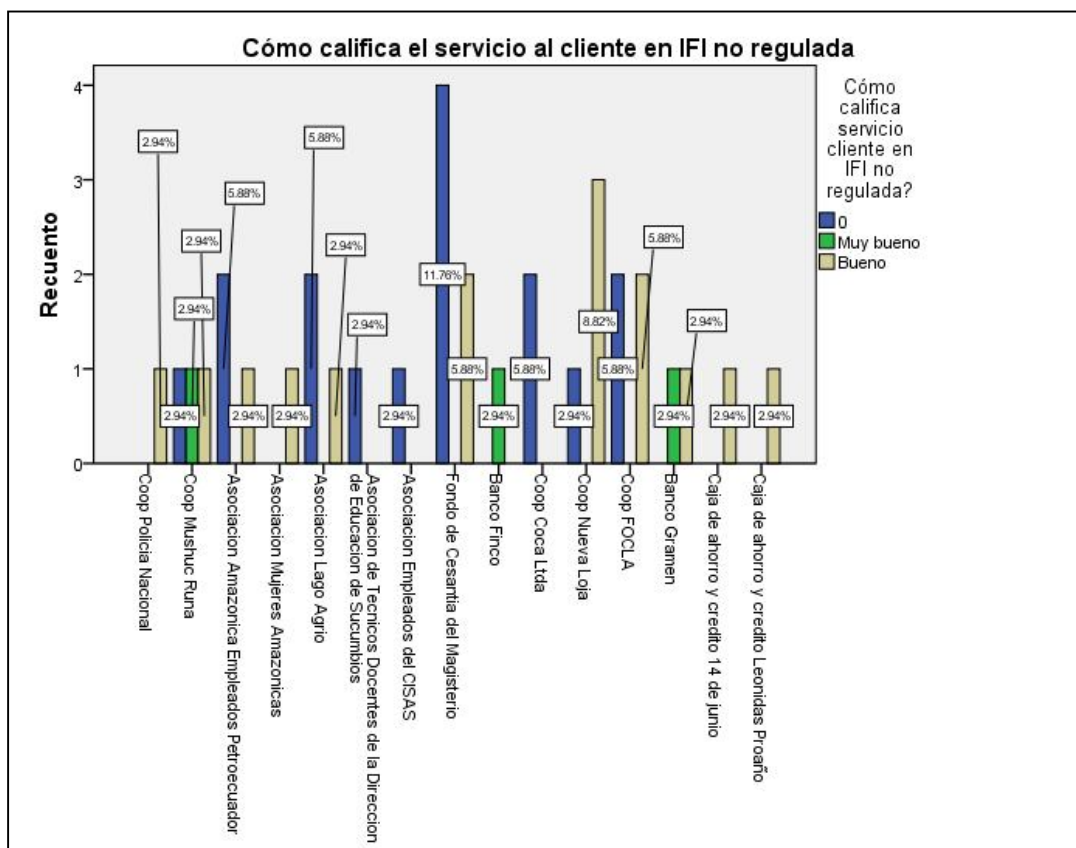
TABLA N.: 46

COMO CALIFICA EL SERVICIO AL CLIENTE EN LAS IFI's NO REGULADAS				
DETALLE	No contesta	Muy bueno	Bueno	RESULTADOS
Coop Policía Nacional	0	0	1	1
Coop Mushuc Runa	1	1	1	3
Asociación Amazónica	2	0	1	3
Empleados Petroecuador	0	0	0	0
Asociación Mujeres Amazónicas	0	0	1	1
Asociación Lago Agrio	2	0	1	3
Asociación de Técnicos Docentes de la Dirección de Educación de Sucumbíos	1	0	0	1
Asociación Empleados del CISAS	1	0	0	1
Fondo de Cesantía del Magisterio	4	0	2	6
Banco Finca	0	1	0	1
Coop Coca Ltda	2	0	0	2
Coop Nueva Loja	1	0	3	4
Coop FOCLA	2	0	2	4
Banco Gramen	0	1	1	2
Caja de ahorro y crédito 14 de junio	0	0	1	1
Caja de ahorro y crédito Leónidas Proaño	0	0	1	1
TOTAL	16	3	15	34

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 78



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

Las IFI's no reguladas, al igual que las reguladas (ya analizadas), no han logrado mejorar su servicio al cliente, por lo que la calificación que ellos dan no supera el BUENO. Esto nos refleja la pasividad con que el ejecutivo de cuentas hace su trabajo, contentándose con poco en vez de entregar más.

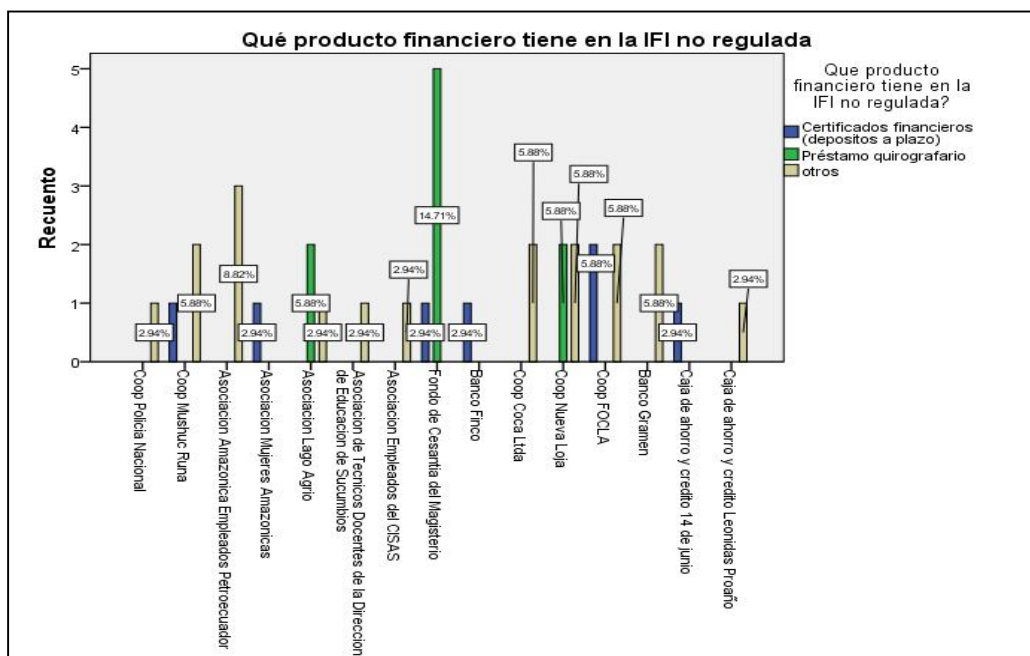
TABLA N.: 47

PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN EN LAS IFI's NO REGULADAS					
DETALLE	No contesta	Físico (voy al banco)	A través del teléfono	A través de medios impresos	RESULTADOS
Coop Policía Nacional	1	0	0	0	1
Coop Mushuc Runa	1	2	0	0	3
Asociación Amazónica	2	1	0	0	3
Empleados Petroecuador	0	0	0	0	0
Asociación Mujeres Amazónicas	1	0	0	0	1
Asociación Lago Agrio	1	0	1	1	3
Asociación de Técnicos Docentes de la Dirección de Educación de Sucumbíos	1	0	0	0	1
Asociación Empleados del CISAS	1	0	0	0	1
Fondo de Cesantía del Magisterio	6	0	0	0	6
Banco Finca	0	1	0	0	1
Coop Coca Ltda	2	0	0	0	2
Coop Nueva Loja	1	3	0	0	4
Coop FOCLA	0	4	0	0	4
Banco Gramen	0	2	0	0	2
Caja de ahorro y crédito 14 de junio	0	1	0	0	1
Caja de ahorro y crédito Leónidas Proaño	0	0	0	1	1
TOTAL	17	14	1	2	34

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

GRAFICO N.: 79



FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Natali Benavides/ 2011

La gran mayoría de IFI's no controladas, usan como primer canal de comunicación entre sus clientes y ellas a la visita que realiza el cuenta ahorrista en las instalaciones de la entidad, aprovechando para enterarse de los nuevos productos o servicios que poseen.

Muy pocas utilizan medios impresos debido principalmente a la forma de trabajar sin regulación y al temor que ello conlleve como responsables jurídicos de un mal manejo administrativo financiero.

Si empezáramos a buscar un segundo canal de comunicación entre los clientes y las IFI's no regulada, pues no podríamos responder esta pregunta (tal cual sucede en la realidad).

Solamente el Banco Gramen ha sabido coordinar charlas de comunicación vía telefónica pero esto se debe principalmente a la filosofía de la institución a nivel mundial (red de las entidades financieras del economista Muhammad Yunus).

En el tercer canal de comunicación para las IFI's no reguladas, de las 34 personas que manifestaron ser socios, tienen un tercer canal de comunicación, generalmente lo suelen realizar a través de una reunión entre los socios.

CONCLUSIONES:

Una vez realizado el presente trabajo investigativo, podemos concluir lo siguiente:

Conclusiones por el lado de los oferentes:

1. Las instituciones financieras existentes en el mercado de Lago Agrio cuentan con todos los productos financieros, tanto en captaciones como en colocaciones, para los clientes existentes. Este portafolio de productos es prácticamente el mismo que se ofrece en las ciudades donde existe mayor aceptación por parte de los clientes.
2. El monto total de las captaciones durante el periodo de estudio ha presentado un incremento sostenido, lo que puede demostrar que las instituciones financieras vuelven a recuperar la confianza de los clientes. También nos demuestra que los clientes actuales han dejado de ser “ingenuos” y prefieren asesorarse mejor antes de incurrir trabajar con la banca.
3. La conclusión anterior nos obliga a tener mejores empleados, más capacitados y más técnicos. Es decir, nos obliga a ser generosos con los presupuestos existentes en capacitación de empleados.
4. De igual modo que las captaciones, las colocaciones han presentado interesantes índices de incrementos sostenidos, durante el periodo de estudio.
5. No hay que olvidar que, dentro del periodo de estudio, entraron en vigencia, una cantidad de nuevas normas y procedimientos que han trasladado el costo operativo, que antes lo pagaba el cliente; a la institución financiera. Esto hace que las utilidades sean directamente afectadas aunque no en el volumen que se esperaba.
6. La banca en la ciudad de Lago Agrio, trabaja bajo una “supuesta” falla de oligopolio. Esto se debe principalmente al tamaño del mercado.

7. Se suma al tamaño del mercado (como un factor deficiente) el hecho de que los clientes no presentan madurez financiera o cultura financiera. Este tal vez sea el mayor inconveniente para la banca de la ciudad. Es la causa para que no exista óptimos niveles de profundización financiera en el mercado.
8. No todos los productos financieros son totalmente ofertados. Debido a la naturaleza del mercado y a la ubicación geográfica de la ciudad (dentro del Ecuador) no son correctamente utilizados o, simplemente no tiene interés sobre la clientela.
9. Existe un apareamiento inusitado de cooperativas y cajas de ahorros y créditos en instituciones que no son reguladas por los organismos de control, debido a que se puede tener acceso a créditos de forma más rápida, sin mucha tramitología y las tasas de interés en póliza es más alta que la que pagan las IFI's reguladas.

Conclusiones por el lado de los consumidores:

1. Los servicios financieros más utilizados son las transferencias y las mismas se manejan con costos muy elevados por su intermediación.
2. Hace falta mayor difusión de las características y los beneficios de los productos y servicios financieros que ofrecen las IFI's reguladas.
3. El proceso para obtener un crédito es considerado por parte de los clientes como un obstáculo, lo que disminuye la calidad del servicio que se presta, debido al tiempo de respuesta.
4. Todavía existe el "fantasma de la quiebra" generalizada de la banca, fenómeno que se vivió hace 10 años aproximadamente. Este también se convierte en un problema que hace que los clientes desvíen su atención hacia la banca no regulada.

5. La facilidad en trámites que presta el denominado “chulquero” hace que los clientes se vean forzados a utilizar sus servicios so pena de caer en grandes catástrofes económicas – sociales.

6. Podemos concluir también como positivo, el incremento en los servicios que presenta la banca pública en el mercado de Lago Agrio, llegando a lugares donde otros no han llegado (Pto. El Carmen de Putumayo).

RECOMENDACIONES

En función de las conclusiones citadas me permito recomendar lo siguiente:

Conclusiones por el lado de los oferentes:

1. Mejorar el portafolio de productos y servicios existentes, tal cual lo hacen con el resto de ciudades del Ecuador.
2. Entablar una relación entre la institución financiera y el cliente, de tal manera que el distanciamiento existente entre los dos actores sea menor y las relaciones comerciales sean más sinceras y productivas.
3. Capacitar a los empleados de la banca privada, pública y del sector de cooperativas para mejorar la calidad de servicio al cliente. Esto también permitirá entregar una información financiera efectiva, oportuna y real.
4. Mejorar las condiciones en el otorgamiento de crédito para aumentar los clientes satisfechos por el servicio que prestan.
5. Permitir el libre ingreso al mercado de otras instituciones financieras. Esto permitirá, a la vez, revisar costos operativos y mejorar el servicio.
6. Orientar fuerzas de ventas para que trabajen en la culturización bancaria. Esto lograremos a través de charlas a grupos sociales que requieran de los servicios financieros.
7. Promocionar de manera efectiva todos los productos y servicios financieros a través de canales informativos de masiva aceptación. Mercado existe para todos.
8. Sugerir a los organismos de control a que apliquen el mismo marco regulatorio a las instituciones que todavía no entran dentro de él. De esta manera, el tablero de juego de la libre competencia es más nivelado.

Conclusiones por el lado de los consumidores:

1. Revisar costos operativos para minimizar en parte los mismos. Se sugiere una revisión de costos variables operación.
2. Utilizar todos los medios posibles de comunicación para publicitar todos los beneficios existentes en cada uno de los productos financieros que la banca tiene para sus clientes.
3. Se sugiere a las IFI's una revisión exhaustiva de los procesos para reducir el tiempo de respuesta de los trámites. Una herramienta que puede coadyuvar con ello, es el internet.
4. Seguir trabajando en la confianza ganada de los clientes, demostrando que los bancos que actuaron de manera ilícita fueron quienes hoy ya no están. Las calificaciones de riesgo es un buen arma de venta pero debe ser correctamente sociabilizada y entendida.
5. Trabajar en las diferencias existentes entre el chulquero y la banca tradicional. Las desventajas y los problemas futuros que conlleva esta práctica ilegal.
6. Sugerir la presencia de la banca privada en lugares donde existe la banca pública. Así evitaremos monopolios de servicios financieros, nocivos para el cliente bancario.

BIBLIOGRAFIA:

Citas bibliográficas:

1. Sistema Financiero Ecuatoriano. Extraído el 24 de junio del 2011 desde http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/Ley_gral_inst_sist_financiero_nov_2011.pdf
2. Definición del Sistema Financiero. Extraído 24 de junio del 2011 desde <http://www.definicionabc.com/economia/sistema-financiero-2.php>
3. Definición del Sistema financiero. Extraído el 24 de junio del 2011. <http://www.clientebancario.bcra.gov.ar/default.asp>
4. Definición Banca Privada. Extraído el 26 de junio del 2011 desde http://www.housebanc.com/Banca_Privada/Oferta%20productos%20banca%20privada/concepto_banca_privada.htm
5. Cooperativa. Extraído el 29 de junio del 2011 desde http://www.pucpr.edu/cooperativa/info_adicional/coperativismo.htm
6. Cooperativismo. Extraído el 29 de junio del 2011 desde <http://blasapisguncuevas.blogcindario.com/2008/07/00642-el-cooperativismo-historia-valores-y-principios.html>
7. Cooperativismo. Extraído el 12 de junio del 2011 desde <http://es.scribd.com/doc/39539244/COOPERATIVISMO>
8. Mutualismo. Extraído el 09 de julio del 2011 desde <http://www.slideshare.net/bancafinanzas/ifis-mutualismo-en-el-ecuador>
9. La Web. Extraído el 16 de julio del 2011 desde <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/web2>
10. INEC. Datos estimados del último Censo de 2010. Extraído el 30 de septiembre del 2011 desde http://www.inec.gov.ec/cpv/?TB_iframe=true&height=530&width=1100
11. BANCO CENTRAL DE ECUADOR: Boletines Estadísticos Mensuales. Año 2010. Extraído el 30 de septiembre del 2011. Desde: <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/home1/estadisticas/bolmensual/IEensual.jsp>

Otras páginas web visitadas:

1. Sistema Financiero Nacional. Extraído el 24 de junio del 2011 desde <http://www.buenastareas.com/ensayos/Caracteristicas-Del-Sistema-Financiero-Ecuatoriano>
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Sistema-Financiero-Nacional-Ecuador/53420.html>
2. Banca Pública. Extraído el 10 de julio del 2011 desde <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/0/41500/lcl3260pe.pdf>
<http://www.elcato.org/la-misteriosa-banca-publica-ecuatoriana>
3. La web 2.0. Extraído el 16 de julio del 2011 desde <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/web-20-%C2%BFreconfiguracion-social-o-tecnologica/>
4. Acceso a servicios financieros en América Latina. Extraído el 16 de julio del 2011 desde http://oidp.sbs.gob.ec:7778/medios/PORTALDOCS/downloads/articulos_financieros/Estudios%20Tecnicos/AT_influencia_profundizacion_servicios_financeiros.pdf
5. Los desafíos del Mercado de Servicios Financieros. Extraído el 16 de julio del 2011 desde http://www.ruralfinance.org/fileadmin/templates/rflc/documents/115209409412_3_Microsoft_Word_Mercadeo_de_Servicios_F-308013898.pdf
6. Hernando Ignacio y Nieto María J. Julio 2008. Presentación de servicios financieros on-line en el Servicios Financieros Español. Extraído el 06 de agosto del 2011 desde <https://www.cajasol.es/cajasol/generico/pdf/servicioestudio/CuadernosCajasoln4.pdf>
7. Tecnologías de la Información en el sector financiero. Un Informe de Ernst & Young Consultores. Extraído el 07 de agosto del 2011 desde <http://www.idg.es/computerworld/Tecnologias-de-la-Informacion-en-el-sector-financi/seccion-/articulo-51472>

8. Banco del Estado. Extraído el 07 de agosto del 2011 desde http://www.bancoestado.com/index.php?option=com_content&view=article&id=6&Itemid=3
9. CFN. Extraído el 07 de agosto del 2011 desde <http://www.iberpymeonline.org/XIIForo/Panel5/IvanTobarCFN.pdf>
10. Banco ecuatoriano de la vivienda. Extraído el 07 de agosto del 2011 desde <http://www.slideshare.net/mgomez1/banco-ecuatoriano-de-la-vivienda>
11. Instituto Ecuatoriano de Crédito estudiantil. Extraído el 07 de agosto del 2011 desde http://www.iece.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=27&Itemid=67
12. Pagina web de la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador. Captaciones y Colocaciones de los Bancos Privados. Extraído el 21 de agosto del 2011 desde: http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=29&vp_tip=2&vp_buscr=41#10
13. Pagina web de la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador. Captaciones y Colocaciones de las Cooperativas. Extraído el 21 de agosto del 2011 desde http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=488&vp_tip=2&vp_buscr=41#10
14. Pagina web de la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador. Captaciones y Colocaciones de las Instituciones Públicas. Extraído el 21 de agosto del 2011 desde. http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=516&vp_tip=2&vp_buscr=41#10
15. Banco Pichincha. Productos y servicios. Extraído el 22 de agosto del 2011 desde <http://www.pichincha.com> . Tasas y tarifas desde <http://www.p1.pichincha.com/carpetaarchivo/archivoscarpetas/558.pdf>
16. Banco Internacional. Productos y servicios. Extraído el 22 de agosto del 2011 desde <http://www.bancointernacional.com.ec/bcointernacional/>. Tasas y tarifas desde <http://www.bancointernacional.com.ec/bcointernacional/formulario999-1208.pdf>

17. Banco de Guayaquil. Productos y servicios. Extraído el 22 de agosto del 2011 desde <http://www.bancoguayaquil.com/bg/indexnbancacelular.html>. Tasas y tarifas desde http://www.bancoguayaquil.com/bg/templates/downloads/transparencia_info/Tarifario.pdf
18. Banco Nacional de Fomento. Productos y servicios. Extraído el 22 de agosto del 2011 desde <https://www.bnf.fin.ec/>. Tasas y tarifas desde https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_ezmenulist&view=default&Itemid=9&lang=es
19. Cooperativa de Ahorro y Crédito 29 de Octubre Ltda. Productos y servicios. Extraído el 22 de agosto del 2011 desde <https://www.29deoctubre.fin.ec/>. Tasas y tarifas desde https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_ezmenulist&view=default&Itemid=9&lang=es
18. Cooperativa de Ahorro y Crédito CODESARROLLO. Productos y servicios. Extraído el 22 de agosto del 2011 desde <http://www.codesarrollo.fin.ec/>. Tasas y tarifas desde <http://www.codesarrollo.fin.ec/transparencia-de-la-informacion/tasas.html>
19. Sistema Financiero Ecuatoriano. Extraído el 21 de enero del 2012 desde: <http://www.ecuadorecifraas.com/cifras-inec/pdfs/boletinco08.pdf>
20. Cooperativas de Ahorro y Crédito. Extraído el 22 de enero del 2012 desde: http://blogs.utpl.edu.ec/blogbanca/files/2009/04/cooperativas-de-ahorro-y-credito-decreto-354_315_2007.pdf
21. Catastro de las IFI's. Extraído el 22 de enero del 2012 desde: http://www.sbs.gob.ec/practg/p_index?vp_art_id=&vp_tip=6&vp_buscr=/practg/pk_catst.p_catst?vp_tip_admn=1
22. Cooperativas de Ahorro y Crédito reguladas por el MIES. Extraído el 22 de enero del 2012 desde: <http://www.eluniverso.com/2010/11/05/1/1356/un-nuevo-proyecto-controlar-cooperativas-ministerio-prepara-propuesta-crear-superintendencia-vigile-todas-cooperativas.html>

Textos:

1. Diccionario Práctico del Estudiante. Ministerio de Educación del Ecuador. Agosto del 2010. Quito- Ecuador. Santillana Ediciones Generales, S.L., 2009.
2. PALADINES SALVADOR, Lenin, 2004, Legislación Monetaria y LEY GENERAL DE INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO ENERO 2009.

ANEXOS:

De la página del Banco Internacional obtenemos:

TASAS BANCO INTERNACIONAL

CREDITOS

Tasa efectiva	Tasa efectiva	Tasa efectiva
PRODUCTIVO CORPORATIVO hasta 9.33 % anual	CREDITO ROTATIVO Y DIFERIDO hasta 11.33 % anual	MONTO MÍNIMO DE APERTURA
PRODUCTIVO PYMES hasta 10.21 % anual	TARJETAS CORPORATIVAS hasta 16.30 % anual	Cupo máximo de Retiro Cajero Automático
PRODUCTIVO EMPRESARIAL CONSUMO hasta 11.33 % anual	TARJETAS PERSONALES hasta 16.30 % anual	CUENTA DE AHORROS CUENTA CON TODO
VIVIENDA hasta 25.50 % anual		Saldo Promedio Disponible
MICROCREDITO DE ACUMULACION AMPLIADA hasta 27.50 % anual		Desde (USD)
MICROCREDITO DE ACUMULACION SIMPLE hasta 30.50 % anual		Hasta (USD)
MICROCREDITO MINORISTA hasta 16.30 % anual		0.00
		500.00
		1,000.00
		10,000.00
		100,000.00
		100,000.00
		En adelante

TASA DE INTERÉS DE MORA: 1.1 veces la tasa de interés pactada

DEPOSITO A PLAZO

Plazo	De \$1 000 a \$25 000	De \$25 001 a \$50 000	De \$50 001 a \$100 000	De \$100 001 a \$250 000	De \$250 001 a \$500 000	De \$500 001 a \$1 000 000	De \$1 000 001 en adelante
Días/Termino	0.00%	2.45%	2.70%	3.00%	3.15%	3.15%	3.25%
De 31 a 60 días	0.00%	2.45%	2.70%	3.00%	3.15%	3.15%	3.25%
De 61 a 90 días	0.00%	2.45%	2.70%	3.00%	3.15%	3.15%	3.25%
De 91 a 120 días	2.00%	3.15%	3.45%	3.60%	3.75%	3.75%	3.85%
De 121 a 180 días	3.55%	4.30%	4.46%	4.65%	4.85%	4.85%	4.95%
De 181 a 270 días	4.05%	4.45%	4.75%	5.00%	5.25%	5.25%	5.45%
De 271 a 360 días	4.10%	4.50%	4.80%	5.05%	5.40%	5.40%	5.50%
De 361 día en adelante	4.35%	4.75%	5.05%	5.30%	5.65%	5.65%	5.75%

SERVICIOS FINANCIEROS PARA CARTAS DE CREDITO, COBRANZAS, FIANZAS Y AVALAES

CARTAS DE CREDITO DE IMPORTACION	CLASSIC	SERVICIOS FINANCIEROS TARIFADOS DIFERENCIADOS PARA TARJETA DE CREDITO
Apertura	Hasta 8% anual, min US\$ 100.00	Nueva
Renovación	Hasta 8% anual, min US\$ 100.00	Renovación Adicional
Re negociación	Hasta 8% anual, min US\$ 100.00	Reposición de tarjeta de crédito por pérdida o robo en el País
		Reposición de tarjeta de crédito por pérdida o robo en el País
		Reposición de tarjeta de crédito por pérdida o robo en el País

SERVICIOS FINANCIEROS TARIFADOS DIFERENCIADOS PARA CUENTAS CORRIENTES

Entrega de Estados de Cuenta a Domicilio	US\$ 1.68
Entrega de Estados de Cuenta en Oficina	US\$ 0.30
Impresión Consulta en Cajeros Baninter	US\$ 0.35
Referencias Bancarias	US\$ 2.65
Tarjeta de Crédito - Tarifa por Certificado Manejo de Cuenta	US\$ 2.65
Retiro de Clientes de otra Entidad en Cajero Automático de otra Entidad	US\$ 0.50
Retiro de Clientes de otra Entidad en Cajero Automático de la Entidad	US\$ 0.50
Tarjeta de Crédito - Tarifa por Cheque Devuelvo del Exterior	US\$ 3.24
Tarifa de Emisión del Banco del Exterior	US\$ 2.79
Tarjeta de Crédito - Tarifa por Cheque Devuelvo Nacional	US\$ 0.26
Tarjeta de Crédito - Copia de Estado de Cuenta	US\$ 0.50
Tarjeta de Crédito - Copia de Voucher del Exterior	US\$ 10.00
Tarjeta de Crédito - Copia de Voucher Local	US\$ 2.00
Tarjeta de Crédito - Entrega de Estados de Cuenta a Domicilio	US\$ 1.68
Tarjeta de Crédito - Entrega de Estados de Cuenta en Oficina	US\$ 0.30
Emisión Tarjeta Baninter	US\$ 5.15
Reposición Tarjeta Baninter	US\$ 4.94
Renovación Anual Servicio Tarjeta Baninter	US\$ 1.85
Transferencias a Exterior en Oficina	US\$ 55.49
Transferencias Interbancarias Enviadas por Baninter On Line	US\$ 0.50
SPI - Transferencias Interbancarias Enviadas Realizadas en Cajeros	US\$ 2.15
SPI - Transferencias Recibidas	US\$ 0.30
Transferencias Nacionales Otras Entidades Oficina	US\$ 2.00
Transferencias Recibidas del Exterior - Clientes	US\$ 10.00
Transferencias SWI enviadas, oficina	US\$ 1.93

SERVICIOS FINANCIEROS TARIFADOS DIFERENCIADOS PARA CUENTAS DE AHORRO

Emisión de Cheques	US\$ 10.00
Contra bancos del exterior	US\$ 10.00
SUSPENSIÓN DE CHEQUES EMITIDOS CONTRA BANCOS DEL EXTERIOR, RESTOS POR EL CLIENTE	US\$ 60.00
Envío de Swift por suspensión de cheques emitidos contra bancos del exterior perdidos por el cliente	US\$ 85.00
DECLARACIONES DE INTERÉS DE CHEQUE DE DEBERENJA	US\$ 3.00

SERVICIOS FINANCIEROS TARIFADOS DIFERENCIADOS PARA CARTAS DE CREDITO

Mensaje Swift	US\$ 30.00
Portes	US\$ 20.00
PAGO CORPPE	US\$ 12.00
Hasta 5 cupones, USD 2.00 cupón adicional	US\$ 12.00

SERVICIOS FINANCIEROS TARIFADOS DIFERENCIADOS PARA CARNET ELECTRONICOS

CARGA AUTOMÁTICA	US\$ 12.00
Reposición de tarjeta de crédito por pérdida o robo en el País	US\$ 1.00
Reposición de tarjeta de crédito por pérdida o robo en el País	US\$ 1.00
Reposición de tarjeta de crédito por pérdida o robo en el País	US\$ 1.00
Reposición de tarjeta de crédito por pérdida o robo en el País	US\$ 1.00
Reposición de tarjeta de crédito por pérdida o robo en el País	US\$ 1.00
Reposición de tarjeta de crédito por pérdida o robo en el País	US\$ 1.00
Reposición de tarjeta de crédito por pérdida o robo en el País	US\$ 1.00
Reposición de tarjeta de crédito por pérdida o robo en el País	US\$ 1.00

B internacional tarifas.pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Documento Herramientas Ventana Ayuda

1 / 1 50%

Buscar

BANCO INTERNACIONAL

Agosto 2011

TASAS BANCO INTERNACIONAL

TARJETA DE CRÉDITO

Tasa efectiva hasta 9.33 % anual

CUENTAS DE AHORRO

MONTO MÍNIMO DE APERTURA

MONTO MÍNIMO DE APERTURA

Persona Natural US\$ 200.00

Persona Jurídica US\$ 300.00

Cupo máximo de Retiro Cajero Automático

CUENTA DE AHORROS CUENTA CON TODO

Saldo Promedio Disponible

Desde (US\$) Hasta (US\$)

0.00 500.00

501.00 1,000.00

1,001.00 10,000.00

10,001.00 100,000.00

100,001.00 En adelante

Interés

0.50%

0.75%

1.25%

1.75%

1.00%

CUENTAS CORRIENTES

MONTO MÍNIMO DE APERTURA

Persona Natural US\$ 50.00

Persona Jurídica US\$ 75.00

Cupo máximo de Retiro Cajero Automático

CUENTA PLATINUM

Saldo Promedio Disponible

Desde (US\$) Hasta (US\$) Interés

0.00 50,000.00 0.10%

50,001.00 250,000.00 0.25%

250,001.00 500,000.00 0.40%

500,001.00 1,000,000.00 0.50%

1,000,001.00 En adelante 0.75%

DEPÓSITO A PLAZO

Plazo	De \$25,001 a \$50,000	De \$50,001 a \$100,000	De \$100,001 a \$250,000	De \$250,001 a \$500,000	De \$500,001 a \$1,000,000	De \$1,000,001 en adelante
30 días	2.45%	2.75%	3.00%	3.10%	3.20%	3.25%
60 días	2.65%	3.00%	3.25%	3.35%	3.45%	3.50%
90 días	3.15%	3.45%	3.60%	3.75%	3.85%	4.05%
120 días	4.20%	4.40%	4.55%	4.65%	4.80%	4.95%
180 días	4.45%	4.75%	5.00%	5.25%	5.35%	5.45%
240 días	4.75%	4.90%	5.05%	5.30%	5.40%	5.50%
360 días	4.75%	5.05%	5.30%	5.55%	5.70%	5.75%

OTROS SERVICIOS FINANCIEROS TARIFADOS DIFERENCIADOS

Cajeros de Seguridad

Mínus US\$ 50.00

Pequeños US\$ 75.00

Medios US\$ 125.00

Grandes US\$ 175.00

Cajeros Express:

Pequeño	Mediano	Grande	Diario	Semanal	Mensual	Trimestral	Semestral	Anual
			1.10	5.40	15.12	31.76	25.00	50.00
			2.10	10.29	28.82	60.50	37.50	75.00
			3.10	15.20	42.56	89.63	62.50	125.00

Depósito en Garantía en todos los casos

A todos estos precios hay que agregarles el 12% IVA

Transferencia de Valores 2% sobre el valor % convenido con cada cliente en función a la facturación

SERVICIOS FINANCIEROS TARIFADOS DIFERENCIADOS PARA TARJETA DE CRÉDITO

Nueva US\$ 36.00

Hasta 8% anual. mín US\$ 100.00

Target Adicional US\$ 10.00

674,7 x 873,1 mm

Inicio UTPL mejoras por h... Estimado Eco... Microsoft Exc... Juego Carta B... B internac... 12:40 p.m.

De la Cooperativa de Codesarrollo:

codesarrollo 1agosto03.pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Documento Herramientas Ventana Ayuda

1 / 1 34,8%

Buscar

TASAS DE INTERÉS PASIVAS

desde AGOSTO 2011

TIPO DE CUENTA	MONTO		TASA DE INTERÉS PASIVA	
	MÍNIMO	MÁXIMO	MONTO	TASA DE INTERÉS PASIVA
Cuenta de Ahorro	Antes de \$100.000	De \$100.000 a \$1.000.000	2.00%	2.50%
	De \$1.000.000 a \$10.000.000	De \$10.000.000 a \$50.000.000	3.00%	3.50%
	De \$50.000.000 a \$100.000.000	De \$100.000.000 a \$500.000.000	4.00%	4.50%
	De \$500.000.000 a \$1.000.000.000	De \$1.000.000.000 en adelante	5.00%	5.50%
Cuenta Corriente	Antes de \$100.000	De \$100.000 a \$1.000.000	0.50%	1.00%
	De \$1.000.000 a \$10.000.000	De \$10.000.000 a \$50.000.000	1.00%	1.50%
	De \$50.000.000 a \$100.000.000	De \$100.000.000 a \$500.000.000	1.50%	2.00%
	De \$500.000.000 a \$1.000.000.000	De \$1.000.000.000 en adelante	2.00%	2.50%
Deposito a Plazo	30 días	60 días	90 días	180 días
	2.45%	2.75%	3.00%	3.25%
	3.15%	3.45%	3.60%	3.75%
	4.20%	4.40%	4.55%	4.65%

SERVICIOS FINANCIEROS TARIFADOS DIFERENCIADOS PARA TARJETA DE CRÉDITO

Nueva US\$ 36.00


Hasta 8% anual. mín US\$ 100.00

Target Adicional US\$ 10.00

674,7 x 873,1 mm

Inicio UTPL mejora... Estimad... Microso... Juego ... B intern... Attach... codesar... 12:41 p.m.

Del Banco Nacional de Fomento:

 TABLA DE TARIFAS POR SERVICIOS (FIJOS) LEY DE TRANSPARENCIA DE LA INFORMACION RESOLUCION JUNTA BANCARIA			
SERVICIOS	COSTOS	SERVICIOS	COSTOS
CUENTA CORRIENTE		GIROS - TRANSFERENCIAS TELEGRAFICAS	
MONTO MINIMO DE APERTURA		GIROS	
Persona Natural	USD. 300.00	A. Al público	
Persona Jurídica	USD. 500.00	A.1 Clientes del Banco	
COSTO POR ADMINISTRACION DE CUENTA	SIN COSTO	A.1.1 Hasta USD. 100.00	USD. 2.00
EMISION DE ESTADOS DE CUENTA		A.1.2 Más de USD. 100.00	USD. 1.70 + 1%
A. Entrega estado de cuenta en oficina	USD. 0.30	A.2 No clientes del Banco	
B. Reproceso Estado de Cuenta	USD. 1.83	A.2.1 Hasta USD. 100.00	USD. 3.00
C. Corte eventual de Estados de Cuenta	USD. 1.83	A.2.2 Más de USD. 100.00	USD. 2.00 + 1%
COPIAS		B. ENTIDADES OBLIGADAS	
Entrega copias Dctos. Microfilmados	USD. 2.65 + IVA	B.1. Hasta USD. 500.00	USD. 3.00
Entrega de Fotocopias de Documentos	USD. 0.10 + IVA	B.1. Más de USD. 500.00	USD. 3.00
Entrega de Fotocopias Certificadas de Documentos	USD. 2.65 + IVA	TRANSFERENCIAS ENTRE CUENTAS	
CHEQUES		1. Transferencias propias de la Entidad, Cuentas del Banco.	SIN COSTO
Ordenes revocatoria por pago de cheques *	USD. 3.00	2. Transferencias ordenadas por Bancos Privados, Cooperativas, Financieras a través del BCE via Sistema Swift	USD. 2.00
ENTREGA DE CHEQUES DEVULTOS DIRECTO DE FORMA		3. Transferencias Ordenadas por Clientes y no Clientes a través de BCE e Ctas. Bancos Privados via Sistema Swift.	USD. 2.00
A. A través de cámara de compensación		4. Transferencias Solicitadas por Bancos Privados e Instituciones Públicas como notas de crédito y débito a cuentas de clientes BNF.	USD. 0.50
A.1. Depositante	USD. 2.79		
B. A través de remesas nacionales		OTROS	
B.1. Depositante	USD. 2.79	1. Emisión de Certificadas y Referencias bancarias (Clientes y no Clientes)	USD. 2.65 + IVA
MULTA CHEQUES PROTESTADOS *	10%	2. Certificación de Saldos Cuentas Corrientes y Ahorros (cada cuenta)	USD. 2.65
SERVICIO DE REMESAS PARA LA BANCA PRIVADA		3. Cheques de Generencia a solicitud del cliente	USD. 2.50
A. Cheques del BNF.	USD. 2.79	4. Liberación de prendas	USD. 5.00
B. Cheques de otros bancos	USD. 2.79	4.1. Eliberacion de minuta para Constitucion de Hipoteca	USD. 5.00
C. Certificación de Cheques	USD. 2.00	4.2. Levantamiento de Hipotecas	USD. 5.00
CHEQUERAS		5. Débitos o créditos a través del Sistema IBIS solicitado por Clientes e Instituciones	USD. 0.50
A. Público, entidades oficiales, Icos, en inst. financieras.		6. Declaración de Impuestos Fiscales por Ventanilla, Internet, Convenio N/D cuenta	USD. 0.50
A.1. Costo por un Cheque	USD. 0.30	7. Declaración de Impuesto Matrícula Vehicular y Traspaso de Vehículos	USD. 0.50
CUENTA DE AHORROS		8. Recaudación de Impuesto Formularios	USD. 0.50
MONTO MINIMO DE APERTURA		9. Sistema de Pagos Interbancarios Recibidos.	USD. 0.30
Persona Natural	USD. 30.00	CAJEROS AUTOMATICOS	COMISIONES
Persona Jurídica	USD. 200.00	1. Retiro cuentas de Ahorro-Cajeros B.N.F.	SIN COSTO
COSTO POR ADMINISTRACION DE CUENTA	SIN COSTO	2. Retiro de Cuentas Corrientes-Cajeros B.N.F.	SIN COSTO
LIBRETTAS DE AHORRO		3. Retiro Tarjetas B.N.F. en Cajeros BANRED (sobrecargo autorizado)	USD. 0.50
A. Por Apertura.	SIN COSTO	4. Retiro Tarjetas BANRED en Cajeros B.N.F.	USD. 0.50
B. Reposición libreta/cartilla/estado de cuenta por actualización.	SIN COSTO	5. Consulta de saldos Cuentas de Ahorros en Cajero B.N.F.	SIN COSTO
C. Nueva libreta por deterioro.	USD. 1.00	6. Consulta de Saldos Cuentas Corrientes-En Cajero B.N.F.	SIN COSTO
D. Perdida	USD. 1.00	7. Consulta de saldos Tarjetas B.N.F. en Cajeros BANRED (sobrecargo autorizado)	SIN COSTO
E. Cancelación cuenta de ahorros (menos de 180 días)	SIN COSTO	8. Impresión consulta por cajero automático	USD. 0.33
F. Movimiento Histórico cuentas de ahorros	USD. 1.83	9. Emisión de Tarjeta de Débito	USD. 1.13
BANCA VIRTUAL		10. Emisión de Tarjeta Adicional	USD. 0.94
CONSULTAS		11. Mantenimiento Mensual	SIN COSTO
Movimiento Cuenta hasta seis meses	SIN COSTO	12. Renovación Anual de Tarjeta de Débito	USD. 1.83
Movimiento Cuenta mes actual	SIN COSTO	13. Reposición de Tarjetas de Débito-Responsabilidad Cliente	USD. 0.94
Impresión Estados de Cuenta	SIN COSTO	14. Reposición de Tarjetas de Débito-Responsabilidad del Banco	SIN COSTO

"LA RED DE COBERTURA MAS GRANDE DEL ECUADOR"

... Con 148 oficinas en operación

Periodo: ABRIL, MAYO Y JUNIO DEL 2011
 Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros : Resolución J8-2011-0301 *.
 Elaboración: Departamento Financiero
 Actualizado a: Abril 15 del 2011
 Contacto: Ing. Edgar Tapia Ceval F. 2946500 ext. 2819, 098550071.

Del Banco de Guayaquil:

Tarifario.pdf guayaquil.pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Documento Herramientas Ventana Ayuda

1 / 6 105% Buscar

CORPORATIVO		EMPRESARIAL			
1.1 TASAS DE INTERES:					
TASAS DE INTERES					
TASA EFECTIVA	9.33%	11.83%	10.21%	16.30%	10.45%
REAJUSTE	Activa Efectiva Referencial del Segmento de Crédito Corporativo * 1.20 veces	Activa Efectiva Referencial del Segmento de Crédito PYME * 1.15 veces	Activa Efectiva Referencial del Segmento de Crédito Empresarial * 1.15 veces	Activa Efectiva Referencial del Segmento de Crédito Consumo * 1.10 veces	Activa Efectiva Referencial del Segmento de Crédito Vivienda * 1.15 veces
PLAN DE PAGOS	Dividendo fijo con pagos trimestrales			Reajutable trim. con pagos mensuales	Reaj. Semest. con pagos mensuales
SOBREGIROS (OCASIONALES / CONTRATADO) :					
TASA EFECTIVA	16.30%	16.30%	16.30%	16.30%	
TASA DE MORA					
FECHA DE APLICACION	Después del vencimiento				
% ADICIONAL DE INTERES	Tasa vigente de la operación x 0.1				
1.2 GASTOS CON TERCEROS:					
SEGUROS					
DE DESGRAVAMEN					
Costo	0.00%		0.50%	0.00%	
Mínimo por mes	\$1.00				
Frecuencia	Anual				
DE CESANTIA					
Costo	-	-	-	1.51%	1.66%
VEHICULOS					
Costo	-	-	-	4.50%	-
Frecuencia	Anual				

Inicio

Del Banco de Pichincha:

3.1 TASAS DE INTERÉS						
TASAS DE INTERÉS MÁXIMA A PAGAR POR MONTOS	CUENTA DE AHORROS (1)(4)		PÓLIZAS DE ACUMULACIÓN			
	RANGO EN DOLARES	TASA	PLAZO	De 500 a 4,999.99	De 5,000 a 9,999.99	De 10,000 a 49,999.99
	De 1 a 100	0.00%	De 30 a 59 días	1.75%	2.00%	2.00%
	De 100.01 a 400	0.25%	De 60 a 89 días	1.85%	2.25%	2.25%
	De 400.01 a 1,000	1.00%	De 90 a 119 días	2.50%	2.75%	3.00%
	De 1,000.01 a 2,500	1.25%	De 120 a 179 días	2.75%	3.25%	3.50%
	De 2,500.01 a 10,000	1.50%	De 180 a 269 días	2.75%	3.25%	3.50%
	De 10,000.01 a 50,000	1.75%	De 270 a 364 días	3.00%	3.50%	3.75%
	De 50,000.01 a 100,000	1.75%	De 365 a 720 días	3.25%	3.75%	4.25%
	Más de 100,000	2.00%	De 721 días o más	3.75%	4.25%	4.50%
	CUENTA GANADOLAR (2)(4)		ARMA. AHORRO			
	RANGO EN DOLARES	TASA	PLAZO	De 500 a 4,999.99	De 5,000 a 9,999.99	De 10,000 a 49,999.99
De 1 a 100	0.00%	De 90 a 119 días	2.79%	2.74%	2.99%	
De 100.01 a 500	0.25%	De 120 a 179 días	2.74%	3.24%	3.48%	
De 500.01 a 1,000	1.00%	De 180 a 269 días	2.73%	3.23%	3.47%	
De 1,000.01 a 2,500	1.25%	De 270 a 364 días	2.97%	3.46%	3.70%	
De 2,500.01 a 5,000	1.50%	De 365 a 720 días	3.20%	3.69%	4.17%	
De 5,000.01 a 50,000	1.75%	De 721 días o más	3.62%	4.09%	4.32%	
De 50,000.01 a 250,000	1.75%					
Más de 250,000	2.00%					
AHORROS EMPRESAS		INVERSIONES				
RANGO EN DOLARES	TASA	AHORROS EUROS	De 30 a 59 días	De 60 a 89 días		
De 0 a 100	0.00%	De 1 a 4,999.99	0.00%	0.50%	0.75%	
De 100.01 a 500	0.00%	De 5,000 a 9,999.99	0.50%	0.50%	0.75%	
De 500.01 a 1,000	0.00%	De 10,000 a 19,999.99	0.60%	0.50%	0.75%	
De 1,000.01 a 2,500	0.00%	De 20,000 a mas	0.75%	0.75%	0.85%	
De 2,500.01 a 5,000	0.00%					
De 5,000.01 a 50,000	0.05%					
De 50,000.01 a 250,000	0.50%					
Más de 250,000	1.00%					

3.2 MONTOS DE APERTURAS DE CUEN					
MONTOS POR APERTURA		CUENTAS AHORRO(3)	CUENTAS CORRIENTES(5)	CUENTAS EUROS	TARIFA MAX
3.2 TARIFAS POR SERVICIOS FINANCIEROS		\$ 100.00	\$ 500.00	€ 5,000.00	
TRANSACCIONES BÁSICAS SERVICIOS	COSTO POR REPOSICIÓN DE LIBRETA /CARTOLA/ ESTADO DE CUENTA(6)				\$0
	MANTENIMIENTO CUENTA CORRIENTE				\$0
	MANTENIMIENTO MENSUAL CUENTA DE AHORROS				\$0
	RETIRO CAJERO AUTOMÁTICO CLIENTES PROPIA ENTIDAD				\$0
	TARJETA DE CREDITO, MANTENIMIENTO PAGO MINIMO				\$0
	TARJETA DE CREDITO, MANTENIMIENTO PAGO TOTAL				\$0
	CONSULTA PROPIA ENTIDAD CAJERO AUTOMATICO				\$0
	CONSULTA, INTERNET				\$0
	CONSULTA, BANCA TELEFONICA				\$0
	CONSULTA, BANCA CELULAR				\$0
	CONSULTA EN OFICINAS				\$0
TRANSFERENCIA DENTRO DE LA MISMA ENTIDAD				\$0	
MANTENIMIENTO MENSUAL DE TARJETA DE DEBITO				\$0	
TARJETAS DE DÉBITO	EMISIÓN (7)		\$5.15		\$5
	RENOVACIÓN ANUAL		\$1.85	N/A	\$1
	REPOSICIÓN		\$4.94		\$4
	ENVIADAS AL EXTERIOR				\$5
	América		\$45.00		\$5

INDICE DE GRAFICAS Y TABLAS

GRAFICAS	PÁGINA
Grafico 1. Total población Sucumbíos año 2010.	21
Grafico 2. PIB Intermediación Financiera Frente a PIB total.	22
Grafico 3. Número de Entidades Financieras de la ciudad de Nueva Loja.	24
Grafico 4. Captaciones Banca Privada Lago Agrio 2008.	27
Grafico 5. Captaciones Banca Privada Lago Agrio 2009.	27
Grafico 6. Captaciones Banca Privada Lago Agrio 2010.	28
Grafico 7. Depósito a plazo según plazo e institución en dólares 2010.	31
Grafico 8. Depósito a plazo año 2008 banca privada.	33
Grafico 9. Depósito a plazo año 2009 banca privada.	34
Grafico 10. Depósito a plazo año 2010 banca privada.	34
Grafico 11. Captaciones Cooperativas 2008.	35
Grafico 12. Captaciones Cooperativas 2009.	36
Grafico 13. Captaciones Cooperativas 2010.	36
Grafico 14. Número de clientes CAPTACIONES por subsistema.	38
Grafico 15. Captaciones por subsistema.	39
Grafico 16. Porcentaje de clientes según subsistema.	40
Grafico 17. Porcentaje de captaciones en dólares según subsistemas.	40
Grafico 18. Número de clientes bancarizados en Nueva Loja.	41
Grafico 19. Deposito en dólares según subsistema.	41
Grafico 20. Porcentaje de clientes por entidades.	42
Grafico 21. Porcentaje de depósitos por entidades.	42

Grafico 22.	Total colocaciones según producto Lago Agrio.	44
Grafico 23.	Total créditos 2008 por tipo de producto Lago Agrio.	45
Grafico 24.	Total créditos 2009 por tipo de producto Lago Agrio.	45
Grafico 25.	Total créditos 2010 por tipo de producto Lago Agrio.	46
Grafico 26.	Total de créditos por subsistemas Lago Agrio.	48
Grafico 27.	Total cartera por bancos y productos 2010.	49
Grafico 28.	Total colocaciones Cooperativas 2010.	51
Grafico 29.	Factores relacionados con la razón de ser cliente de una IFI's.	56
Grafico 30.	Uso de los medios de comunicación vía internet.	57
Grafico 31.	Razón de mantener una cuenta de correo electrónica.	57
Grafico 32.	Razón para tener red social.	58
Grafico 33.	Preferencias por edades Banca Privada.	59
Grafico 34.	Tiempo de ser cliente Banca Privada.	61
Grafico 35.	Tiempo de ser cliente de Cooperativa uno.	62
Grafico 36.	Tiempo de ser cliente Banca Pública.	63
Grafico 37.	Primera razón de ser cliente Banca Privada.	65
Grafico 38.	Segunda razón de ser cliente Banca Privada.	67
Grafico 39.	Tercera razón de ser cliente Banca Privada.	68
Grafico 40.	Primera razón de ser cliente Cooperativa uno.	69
Grafico 41.	Segunda razón de ser cliente Cooperativa uno.	70
Grafico 42.	Tercera razón de ser cliente Cooperativa uno.	71
Grafico 43.	Primera razón de ser cliente Banca Pública.	72
Grafico 44.	Segunda razón de ser cliente Banca Pública.	74

Grafico 45.	Tercera razón de ser cliente Banca Pública.	75
Grafico 46.	Prioridad de productos de la Banca Privada.	76
Grafico 47.	Producto de mayor preferencia Cooperativa uno.	77
Grafico 48.	Producto financiero preferido por la Banca Pública.	79
Grafico 49.	Preferencias por servicios Banca Privada.	80
Grafico 50.	Servicio de mayor preferencia Cooperativa uno.	82
Grafico 51.	Servicio financiero de preferencia Banca Pública.	83
Grafico 52.	Primer canal de comunicación Banca Privada.	85
Grafico 53.	Segundo canal de comunicación Banca Privada.	86
Grafico 54.	Tercer canal de comunicación Banca Privada.	87
Grafico 55.	Primer canal de comunicación cliente Cooperativa uno.	89
Grafico 56.	Segundo canal de comunicación cliente Cooperativa uno.	90
Grafico 57.	Tercero canal de comunicación cliente Cooperativa uno.	91
Grafico 58.	Primer canal de comunicación Banca Pública.	92
Grafico 59.	Segundo canal de comunicación Banca Pública.	93
Grafico 60.	Tercer canal de comunicación Banca Pública.	94
Grafico 61.	Como valora el servicio al cliente Banca Privada.	95
Grafico 62.	Como valora el servicio al cliente Cooperativa uno.	97
Grafico 63.	Como valora el servicio al cliente Banca Pública.	98
Grafico 64.	Primera mejora Banca Privada.	99
Grafico 65.	Segunda mejora Banca Privada.	101
Grafico 66.	Tercer mejora Banca Privada.	102
Grafico 67.	Primera mejora Cooperativa uno.	103

Grafico 68. Segunda mejora Cooperativa uno.	104
Grafico 69. Tercera mejora Cooperativa uno.	105
Grafico 70. Primera mejora Banca Pública.	106
Grafico 71. Segunda mejora Banca Pública.	107
Grafico 72. Tercera mejora Banca Pública.	108
Grafico 73. Que productos financieros tienen las IFI's no reguladas.	110
Grafico 74. Que servicios financieros tienen las IFI's no reguladas.	112
Grafico 75. Primera razón de ser cliente de las IFI's no reguladas.	114
Grafico 76. Segunda razón de ser cliente de las IFI's no reguladas.	115
Grafico 77. Tiempo de ser cliente de las IFI's no reguladas.	117
Grafico 78. Como califica el servicio al cliente en IFI's no reguladas.	119
Grafico 79. Que productos financieros tienen en las IFI's no reguladas.	121

TABLAS	PÁGINA
Tabla 1. Estadísticas y cobertura de las Cooperativas controladas por la Superintendencia de Bancos.	11
Tabla 2. Estadísticas y cobertura de las Mutualistas en el Ecuador.	13
Tabla 3. Estadísticas y cobertura de la Banca Pública s en el Ecuador.	16
Tabla 4. Proyección de la población de la población de Sucumbíos.	20
Tabla 5. Producto Interno Bruto.	22
Tabla 6. Número de Entidades Financieras de la ciudad de Nueva Loja.	23
Tabla 7. Productos ahorros de la Banca Privada 2008, 2009, 2010.	26
Tabla 8. Productos ahorros de las Cooperativas 2008, 2009, 2010.	26
Tabla 9. Productos ahorros de las Banca Publica 2008, 2009, 2010.	31
Tabla 10. Total de captaciones entidades Financieras Controladas por la SIBS en Nueva Loja año 2010 sector Banca Pública.	37
Tabla 11. Total de captaciones entidades Financieras Controladas por la SIBS en Nueva Loja año 2010 sector Banca Privada	37.
Tabla 12. Total de captaciones entidades Financieras Controladas por la SIBS en Nueva Loja año 2010 sector Cooperativas.	37
Tabla 13. Total de captaciones en entidades Financieras controladas en la ciudad de Nueva Loja año 2010. Todos los Subsistemas.	41
Tabla 14. Total cartera de créditos por productos. Lago Agrio.	43
Tabla 15. Las colocaciones, según el tipo de producto Banca Privada.	43
Tabla 16. Las colocaciones, según el tipo de producto Cooperativas.	44
Tabla 17. Las colocaciones, según el tipo de producto Banca Pública.	44

Tabla 18.	Total colocaciones de créditos por subsistemas. Lago Agrio. Año 2008, 2009, 2010.	48
Tabla 19.	Costos por servicios de los más importantes y usados por clientes en Nueva Loja.	52
Tabla 20.	Tasas de interés activas y pasivas por tipo de productos en Nueva Loja.	53
Tabla 21.	Preferencias por edad en la Banca Privada.	59
Tabla 22.	Tiempo de ser cliente de la Banca Privada opción uno.	60
Tabla 23.	Tiempo de ser cliente en Cooperativa uno.	62
Tabla 24.	Tiempo de ser cliente en Banca Pública.	63
Tabla 25.	Primera razón de ser cliente Banca Privada.	64
Tabla 26.	Primera razón de ser cliente Cooperativa uno.	69
Tabla 27.	Primera razón para ser cliente Banca Pública.	72
Tabla 28.	Producto de mayor preferencia Cooperativa uno.	77
Tabla 29.	Producto financiero de preferencia Banca Pública.	78
Tabla 30.	Primera preferencia en servicios financieros opción uno Banca Privada.	80
Tabla 31.	Servicios de mayor preferencia Cooperativa uno.	81
Tabla 32.	Servicios financieros financiero de mayor preferencia en Banca Pública.	83
Tabla 33.	Primer canal de comunicación opción uno Bancos Privados.	84
Tabla 34.	Primer canal de comunicación de preferencia uno de las Coop.	88
Tabla 35.	Primer canal de comunicación Banca Pública opción uno.	91
Tabla 36.	Como valora el servicio el cliente Banca Privada.	95

Tabla 37.	Como valora el servicio al cliente en Cooperativas.	96
Tabla 38.	Como valora el servicio al cliente en la Banca Pública.	98
Tabla 39.	Primera mejorar opción uno Banca Privada.	99
Tabla 40.	Primera mejorar opción uno Cooperativas.	103
Tabla 41.	Primera mejorar opción Banca Pública.	106
Tabla 42.	Productos financieros que ofrecen las IFI's no reguladas.	109
Tabla 43.	Servicios financieros que ofrecen las IFI's no reguladas.	111
Tabla 44.	Razón de ser cliente de las IFI's no reguladas.	113
Tabla 45.	Tiempo de ser cliente de una IFI's no reguladas.	116
Tabla 46.	Como califica el servicio al cliente en las IFI's no reguladas.	118
Tabla 47.	Primer canal de comunicación en las IFI's no reguladas.	120