



**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 2010”.Plaza. Quito.

Trabajo de fin de carrera previa a la obtención del título de Ingeniero en Administración en Banca y Finanzas.

Autor (es): Cárdenas Granda Lorena del Rocío
Lema Pillalaza Nelly Adriana

Director tesis: Ing. Peñarreta Quezada Miguel Angel

QUITO-ECUADOR

2012

Certificación del Director de la tesis de grado

Ing. Miguel Ángel Peñarreta Quezada

DOCENTE DE LA ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS

C E R T I F I C A:

Que el presente trabajo realizado por los estudiantes Lorena del Rocío Cárdenas Granda y Nelly Adriana Lema Pillalaza, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

Quito, Mayo de 2012

f).....

CESIÓN DE DERECHOS

“Nosotros, Lorena del Rocío Cárdenas Granda y Nelly Adriana Lema Pillalaza, declaramos ser autor (as) del presente trabajo y eximimos expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Lorena Cárdenas Granda

Nelly Adriana Lema Pillalaza

AUTORÍA

Las ideas, conceptos, procedimientos y resultados

Obtenidos en el presente trabajo,

Son de exclusiva responsabilidad

De los autores.

Lorena Cárdenas Granda

Nelly Adriana Lema Pillalaza

DEDICATORIA

Con mucho amor, dedico este trabajo primero a Dios por todas sus bendiciones para conmigo, a mi compañero de vida Henry por su apoyo incondicional, a mis hijos amados Dennis y Kevin a mis padres y hermanos.

Lorena Cárdenas Granda

Agradezco a Dios por permitirme dar un paso más en mi vida, dedico este trabajo a mi esposo Luis, a mis hijos Luis Gabriel y Gabriela Sarahí, quienes son el pilar fundamental y el motivo de inspiración para seguir creciendo personal y profesionalmente.

A mi familia querida, que con su amor y comprensión me han brindado su apoyo incondicional.

Nelly Adriana Lema P.

AGRADECIMIENTO

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

De manera especial, nuestro sincero agradecimiento al Ing. Miguel Ángel Peñarreta, quién desde el principio se puso como meta guiarnos en forma personalizada, compartiéndonos gran cantidad de conocimiento y orientando acertadamente nuestra práctica profesional.

Es importante destacar la buena predisposición de la Ing. Daniela Brem Gerente de Recursos Humanos del Banco Procredit, que nos permitió realizar las encuestas a los clientes dentro de la Institución Bancaria, en las diferentes agencias.

Los autores

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Certificación del Director de la tesis de grado	II
Cesión de derechos	III
Autoría	IV
Dedicatoria	V
Agradecimiento	VI
Índice de contenidos	VII
Resumen Ejecutivo	X

CAPÍTULO I

1. EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO

1.1	Ley general de instituciones financieras	1
1.1.1	Definición	1
1.1.2	Órganos rectores del sistema financiero	2
1.1.3	Alcance y regulaciones	3
1.2	Estructura del sistema financiero ecuatoriano	4
1.2.1	Banca Privada	4
1.2.1.1	Definiciones básicas	4
1.2.1.2	Caracterización de la banca ecuatoriana	4
1.2.1.3	Productos y servicios financieros	7
1.2.2	El Cooperativismo	10
1.2.2.1	Definiciones básicas	10
1.2.2.2	Cooperativismo en el Ecuador	11
1.2.2.3	Productos y servicios	12
1.2.3	El mutualismo	14

1.2.3.1	Definiciones básicas	15
1.2.3.2	El mutualismo en el Ecuador	15
1.2.3.3	Productos y servicios	16
1.2.4	La Banca Pública	17
1.2.4.1	Definiciones básicas	17
1.2.4.2	La banca pública en el Ecuador	18
1.2.4.3	Productos y servicios	20
1.3	Tendencias actuales de productos y servicios financieros	21
1.3.1	La importancia de la web 2.0 y la tecnología en los Productos y servicios financieros	21
1.3.2	Canales de provisión de servicios financieros	22
1.3.3	Los retos futuros de los productos y servicios financieros en el Ecuador	23

CAPÍTULO II

2. EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO

2.1	El sistema financiero local	25
2.2	Evolutivo de captaciones	29
2.2.1	Por tipo de depósito	29
2.2.2	Por subsistema	32
3.1	Evolutivo de colocaciones	35
3.1.1	Por tipo de cartera	35
3.1.2	Por subsistema	40
4.1	Productos y servicios financieros. Tipos y costos	42
4.1.1	Por institución financiera	48
4.1.2	Por subsistema	48

CAPÍTULO III

3. ACCESO Y PREFERENCIA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

3.1 Factores que influyen en la preferencia de productos Y servicios financieros	50
3.1.1 Estudio comparativo entre tipos de IFIS	61
3.1.2 Estudio comparativo entre productos y servicios	65
3.2 La comunicación con el cliente y servicio al cliente	71
3.2.1 Comunicación con el cliente	74
3.2.2 Servicio al cliente	86

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

ÍNDICE DE GRÁFICOS

ÍNDICE DE TABLAS

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA

RESUMEN EJECUTIVO

Esta investigación tiene como objetivo determinar cuáles son las preferencias en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones del sistema financiero regulado ecuatoriano durante el año 2010 en la plaza Quito, a través de indicadores que permitan evaluar su potencial crecimiento local y nacional.

La investigación indica criterios sobre la importancia de la prestación de productos y servicios para mejorar la productividad y competitividad de los sectores financieros y la situación de las pequeñas y medianas empresas que necesitan microcrédito, las mismas que enfrentan importantes retos dentro de la globalización regional y mundial.

La Universidad Técnica Particular de Loja, a través de la Escuela de Banca y Finanzas, interesada en contribuir a solucionar los apremiantes problemas que tienen los sectores económicos y sociales de la región y el país, respecto de tener datos reales sobre la preferencia de los clientes en los productos y servicios financieros y las mejoras que los mismos desean tener, para así poder contribuir a mejorar la débil información obtenida al respecto hasta el momento para mejorar la competitividad.

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

Introducción

Los servicios de las instituciones financieras tienen gran importancia para el País, las razones fundamentales que podemos considerar son las siguientes: La crisis financiera del 90, el estudio sobre el desarrollo financiero y desarrollo económico con respecto a servicios financieros al que tenemos acceso la población sin obstáculo alguno; actualmente se está experimentando una estabilidad del sistema financiero por lo que queremos realizar un estudio a profundidad para poder conocer las necesidades de los clientes hacia las instituciones financieras del País

1.1 Ley general de instituciones financieras

1.1.1 Definición

Esta Ley regula la creación, organización, actividades, funcionamiento y extinción de las Instituciones del sistema financiero privado, público, cooperativas, mutualistas, sociedades financieras, así como la organización y funciones de la Superintendencia de Bancos, entidades encargadas de la supervisión y control del sistema financiero en todo lo cual se tiene presente la protección de los intereses del público. Además esta Ley está relacionada en la aplicación de las normas de solvencia y prudencia financiera y al control y vigilancia que realizara la Superintendencia de Bancos dentro del marco legal que regula a las Instituciones Financieras en todo cuanto fuera aplicable según la naturaleza jurídica.

La Superintendencia aplicará las normas que esta Ley contiene sobre liquidación forzosa, cuando existan causales que así lo ameriten.

La sociedad controladora de un grupo financiero y las instituciones financieras se someterán al cumplimiento de la Ley de Mercado de Valores, en lo referente

al registro y a la oferta pública de valores, pero su control y supervisión será ejercido exclusivamente por la Superintendencia de Bancos.¹

1.1.2 Órganos rectores del sistema financiero

El Ministerio de Finanzas como responsable de la función financiera del Gobierno, es el órgano central rector de los sistemas de presupuesto, de determinación y recaudación de recursos financieros y de tesorería. La Contraloría General es el órgano central rector de los sistemas de contabilidad y de control.

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

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

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

Las escuelas de capacitación para la administración financiera y el control se encargarán de promover el desarrollo profesional del personal responsable de la gestión financiera y del control del sector público, bajo el auspicio y dirección de los órganos centrales rectores de los sistemas componentes.

¹ Ver www.superban.gob.ec (2010)

1.1.3 Alcance y regulaciones

Es necesario contar con leyes apropiadas para la supervisión bancaria, que incluyan provisiones relacionadas con la autorización de organizaciones bancarias y su supervisión; facultades para aplicar las leyes, así como aspectos de seguridad, solvencia y protección legal para los supervisores.

También es necesario realizar arreglos para compartir información entre supervisores y proteger la confidencialidad de tal información. Los supervisores bancarios deben establecer en forma prudente y apropiada los requerimientos mínimos de capital para todos los bancos.

Es esencial para cualquier sistema de supervisión bancaria la evaluación de las políticas, prácticas y procedimientos de un banco. Además deben estar cómodos y satisfechos con las políticas, prácticas y procedimientos que establecen y rigen a los bancos para evaluar la calidad de activos, las provisiones y pérdidas.

Para prevenir abusos con los préstamos relacionados, los supervisores bancarios deben tener establecidos y asegurados los requerimientos básicos que los bancos deben cumplir. Deben estar satisfechos con las políticas y procedimientos de los bancos para identificar monitorear y controlar los riesgos del país, los riesgos del mercado y los riesgos a nivel administrativo. Deberán determinar que el control interno de los bancos se encuentre en orden acorde a la naturaleza y escala de sus negocios.

Deben determinar que los bancos tengan políticas prácticas y procedimientos adecuados, que incluya la estricta regla de (conoce a tu cliente), lo cual promueve altos estándares de ética y profesionalismo en el sector financiero. Estas medidas previenen que los bancos sean utilizados por elementos criminales en una forma voluntaria o involuntaria. 2

2 www.superban.gob.ec

1.2 Estructura del sistema financiero ecuatoriano

1.2.1 Banca Privada

Son las instituciones financieras de propiedad particular, que realizan funciones de captación y financiamiento de recursos, persiguiendo con ello una utilidad o beneficio como resultado del diferencial entre las tasas de interés activo y pasivo.

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.

1.2.1.1 Definiciones básicas

El Sistema Financiero Ecuatoriano es un conjunto de instituciones financieras (bancos, sociedades financieras, mutualistas y cooperativas) que realizan intermediación financiera con el público.

Ley orgánica de régimen monetario y banco del estado Art. 24.- El sistema financiero del Ecuador comprende el Banco Central del Ecuador, las instituciones financieras públicas, las instituciones financieras privadas y las demás instituciones controladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros.

El origen y evolución es maximizar el bienestar social y económico de la nación; el aumento de bienestar viene de la mano con el crecimiento y desarrollo económico. Principales factores que determinan el crecimiento económico y desarrollo del sistema financiero.

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

La oferta de servicios financieros en el Ecuador está compuesta por un conjunto de productos generados por entidades reguladas y supervisadas por la Superintendencia de Bancos y Seguros (SBS); otros ofrecidos por una amplia masa de entidades que no están sujetas a la regulación ni supervisión de la Superintendencia de Bancos y Seguros, entre los que se incluyen

básicamente cooperativas de ahorro y crédito, organizaciones no gubernamentales (ONGs), cajas de ahorro y otras organizaciones especializadas en microcrédito.

Además de las entidades reguladas por la SBS y de las no reguladas, pero que tienen una existencia legalmente reconocida, existen prestamistas informales que realizan préstamos con mayores facilidades que los otros intermediarios financieros, regulados y no regulados, pero que cobran tasas de interés de usura, que pueden superar incluso el 35% mensual, según lo han denunciado agricultores y pequeños comerciantes; llegando a registrarse tasas del 10% diario, en los mercados. Estos intermediarios informales, denominados “chulqueros”, conceden pequeños créditos de US \$200 a los comerciantes informales en la mañana y en la tarde recuperan US\$ 220. Especialmente en el sector agropecuario, estos intermediarios informales conceden crédito en forma de insumos que se entregan en el momento de la siembra, con la condición de que se les venda la cosecha, en condiciones desfavorables para el agricultor. En teoría este tipo de operaciones están prohibidas por la Ley pero se realizan sin embargo en forma masiva.

En primer lugar analizaremos la información provista por la SBS que se refiere a las entidades que regula y supervisa. La información de las entidades que no están reguladas ni supervisadas por la SBS no se encuentran centralizadas en ninguna institución, más aún no existe ni siquiera un censo de dichas instituciones, a pesar de su enorme importancia como entidades que han impulsado la profundización financiera en la última década, en particular del microcrédito, a regiones normalmente aisladas de las redes de financiamiento reguladas por la SBS.

El Sistema financiero sujeto a regulación y control de la SBS se encuentra integrado por 113 entidades:

- 25 bancos privados, de los cuales 1 es de capital estatal (Banco del Pacífico) y 2 son extranjeros (Lloyds Bank y City Bank);
- 10 sociedades financieras;

- 42 cooperativas de ahorro y crédito, de las cuales una se encuentra en proceso de incorporación al control de la Superintendencia de Bancos y Seguros;
- 4 mutualistas;
- 7 instituciones financieras públicas, de las cuales 5 son bancos: Banco Central del Ecuador, Banco del Estado, Banco Nacional de Fomento, Corporación Financiera Nacional y Banco Ecuatoriano de la Vivienda; y dos no son entidades bancarias: el Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas y el Fondo de Solidaridad; y,
- 25 otras instituciones, de las cuales:
 - 3 off-Shore.
 - 6 oficinas de representación de bancos extranjeros.
 - 4 almaceneras.
 - 2 tarjetas de crédito.
 - 2 casas de cambio
 - 1 compañía de titularización hipotecaria y
 - 7 entidades operativas de bancos nacionales en el exterior.

En mayo del 2009, se expidió la Ley de creación del Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, cuya apertura está prevista para fines del primer semestre del 2010. Con su incorporación, el sistema financiero ecuatoriano regulado contará con 114 entidades.

El buen funcionamiento de los mercados financieros es un factor clave para tener un alto crecimiento económico, pero un pobre desempeño de dichos mercados es una de las razones por las que muchos países aún permanecen sumamente pobres. En los países desarrollados las actividades de los mercados financieros tienen impactos directos sobre la riqueza de las personas, sobre el comportamiento de las empresas y de los consumidores y sobre el desempeño cíclico de toda la economía.

Instituciones financieras como bancos, compañías de seguros y administradoras de fondos, entre otras, son las que hacen que los mercados financieros realmente funcionen. Sin ellos, los mercados financieros no serían capaces de mover fondos desde la gente que ahorra sus excedentes hacia la gente que usa los fondos en oportunidades productivas de inversión.

Por tanto, un sistema financiero nacional desarrollado y eficiente constituye un importante dinamizador del desarrollo económico nacional. De hecho, desde el punto de vista social es fundamental que el sistema financiero, en su conjunto, no sólo sea eficiente sino que no sea frágil. Por ambas razones es necesario que el sistema sea fuertemente regulado por el Estado.

1.2.1.3 Productos y servicios financieros

En Quito por ser una plaza grande contamos con una gran variedad de productos y servicios financieros, algunos de los cuales detallamos a continuación:

Banca Personal

- Cuenta de ahorros
- Cuenta corriente
- Tarjeta Efectiva
- Crédito personal
- Crédito hipotecario
- Crédito prendario

Banca Privada

- Póliza de acumulación
- Cuenta Corriente
- Venta de Acciones

- Cuenta Corriente internacional
- Certificado de depósito fijo fuera del país

Banca Transaccional

- Personas
- Recaudación de servicios básicos
- Recaudación de visa norteamericana
- Recaudación tarjetas de crédito
- Transferencias y canjes
- Remesas
- Pago de remesas automático
- Multiasistencia
- Tarjeta supermaxi
- Orden de Pago
- Consulta central de riesgo
- Empresas
- Cash management
- Pago de nómina con crédito en cuenta
- Pago de nómina - pago efectivo
- Pago de nómina a los servidores públicos
- Nómina plus
- Pago a terceros
- Débito automático

- Recaudación de pensiones
- Recaudación de servicios básicos
- Transporte de valores
- Recaudación en ventanilla / depósitos codificados
- Facturación de combustible
- Ventanillas extendidas
- Superintendencia de compañías
- Transferencias y canjes
- Autorizaciones corporativas
- Verificación de referencias
- Giros-pago de remesas

Tarjetas de Crédito

- American Express
- Diners
- Visa
- Mastercard
- Cuota fácil

Canales

- Cajeros automáticos
- Banca Virtual

- Banca Celular
- Banca Telefónica
- Ventanillas
- Débitos Automáticos

1.2.2 Cooperativismo

El Cooperativismo está presente en todos los países del mundo. Le da la oportunidad a los seres humanos de escasos recursos, tener una empresa de su propiedad junto a otras personas. Uno de los propósitos de este sistema es eliminar la explotación de las personas por los individuos o empresas dedicados a obtener ganancias.³

1.2.2.1 Definiciones básicas

Asociación autónoma de personas que tienen necesidades y aspiraciones económicas sociales y/o culturales comunes, que se satisfacen gestionando democráticamente una empresa que es propiedad del conjunto. El Cooperativismo es una doctrina socio-económica que promueve la Organización de las personas para satisfacer, de manera conjunta sus necesidades. ⁴

El cooperativismo se rige por valores y principios basados en el desarrollo integral del ser humano. Una cooperativa es una asociación autónoma de personas agrupadas voluntariamente para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales, comunes por medio de una empresa que se posee en conjunto y se controla democráticamente.

³ www.superban.gob.ec/bancaprivada

⁴ www.superban.gob.ec/bancaprivada

Las cooperativas se crean por necesidades económicas y sociales, operan sin fines de lucro. Su gobierno se establece sobre bases democráticas, es decir cada socio puede llegar a ser un director. No se especula con las acciones de los socios, las economías se devuelve a los socios a base del patrocinio de cada uno. En efecto, la identidad del sistema cooperativo se fundamenta en los principios y valores.

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

Las cooperativas de ahorro y crédito son Asociaciones autónomas de personas que se reúnen de forma voluntaria para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales mediante una empresa de propiedad conjunta y gestión democrática sin fines de lucro.

Es indiscutible, que el cooperativismo, es el movimiento socio- económico más grande de la humanidad; por ende, la Economía Solidaria es el sistema económico, social, político y cultural, que ha permitido ascender el nivel de vida de millones de personas fundamentalmente de clase media y baja, implementando en ellos valores y principios de solidaridad, equidad y justicia.

La economía solidaria se sustenta en cinco principios esenciales:

- Solidaridad, cooperación y democracia
- Predominio de trabajo sobre el capital
- Trabajo Asociado como base de la producción y la economía
- Propiedad social de los medios de producción
- Autogestión

Las cooperativas son sociedades de derecho privado, formadas por personas naturales o jurídicas que sin perseguir finalidad de lucro, realizan actividades o trabajo de beneficio social o colectivo.

Las cooperativas se han caracterizado por ser una fórmula a través de la cual se podría realizar cualquier actividad económica lícita en régimen de empresario en común, por lo tanto, tal actividad tiene siempre una finalidad de ayuda mutua y equitativa entre los miembros de la cooperativa. Su conformación jurídica de acuerdo a la Ley de Cooperativas, está dada en cuatro grandes grupos:

- De producción
- De consumo
- De crédito
- De servicio

1.2.2.3 Productos y servicios

Las cooperativas de ahorro y crédito tienen algunos productos y servicios de los cuales ponemos algunos ejemplos;

Cooperativa de ahorro y crédito "Alianza del Valle Ltda."

Productos:

Cuenta Efectiva

Cuenta Sueña

Cuenta Joven

Cuenta Metahorro

Créditos:

CrediConsumo

MicroCrédito

CrediVivienda

Inversiones

Servicios:

Seguro amigo

Tarjeta de Débito

Pago de Bono de Desarrollo Humano

Sistema de Remesas CREER Ecuador

Impuesto Predial

Sistema de Envíos Western Unión

Transferencias Interbancarias

Megared - Ventanillas Extendidas

Cpyline - Acreditaciones a Instituciones

Acreditaciones IESS⁵

Cooperativa de ahorro y crédito "23 de Julio"

Productos

Ahorro:

Ahorro Planificado

Cta. Ahorros a la Vista

Inversiones a Plazo Fijo

Mi Cuenta Mágica

Crédito:

Consumo

Microcrédito

Microproductivo

Comercial

Vivienda

Servicios:

Tarjeta de Débito

⁵ www.alianzadelvalle.fin.ec

Transferencias de Dinero

Manejo de Nómina

Pago de Pensiones⁶

Cooperativa de ahorro y crédito "29 de Octubre Ltda."

Productos

Ahorro:

Cuenta ahorro mundialista

Cuenta angelitos

Cuenta de ahorros

Cuenta cliente

Cuenta mejor futuro

Créditos:

Comerciales

Consumo

Microcréditos

Vivienda

Inversiones:

Inversiones a plazo fijo

Servicios:

Pagos institucionales

Pagos de Fondos de Reserva

Pago de Anticipo de Sueldos

Como podemos observar los productos y servicios que ofrecen las Cooperativas tienen como objetivo la captación de ahorros y concesión de Créditos a sus clientes; es decir el beneficio es mutuo.⁷

⁶ www.23dejulio.fin.ec

1.2.3 El Mutualismo

Las asociaciones Mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda son Instituciones financieras privadas, con finalidad social, cuya actividad principal es la captación de recursos del público para destinarlos al financiamiento de vivienda, construcción y bienestar familiar de sus asociados.

1.2.3.1 Definiciones básicas

El mutualismo está basado generalmente en la teoría del valor-trabajo que sostiene que cuando el trabajo o lo que este produce es vendido, en intercambio, este debe recibir bienes y servicios que abarquen "el monto de trabajo necesario para producir un artículo exactamente similar e igual utilidad". Recibir menos (o más) se consideraría explotación, robo de trabajo, o usura. El mutualismo también es crítico con la intervención del gobierno y con la propiedad privada de bienes naturales y se lo ha identificado muchas veces como una ideología económica a medio camino entre la economía clásica — liberal y el socialismo, con características de ambos.

Las mutualistas se oponen a la idea de individuos recibiendo alguna ganancia, renta o interés (por ejemplo a través de préstamos, inversiones o alquileres) que son considerados en uno u otro nivel acuerdos económicos "injustos" ya que creen que estos individuos no están trabajando.

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

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

Naturaleza y objetivo: “Las Aso. De Ahorro y Crédito para la Vivienda, son instituciones cuya principal actividad es la captación de recursos del público para destinarlos al financiamiento de la vivienda, la construcción y el bienestar social de sus asociados, que deberá evidenciarse en la composición de sus activos”

Limitaciones: Se prohíbe la especialización, tendrán que competir lo que coloca a las Mutualistas en desventaja, por las limitaciones naturales. Cuentas Corrientes, crédito comercial, productivo, etc. El 1ro de noviembre de 1961 se crea la Asociación Mutualista de Ahorro y Crédito para la Vivienda Pichincha, con el objeto de incentivar el ahorro en la población Ecuatoriana para la consecución de una vivienda, siendo la primera entidad mutual en el país. Fue creada como una entidad privada, bajo la ley del Banco Ecuatoriano de la Vivienda y Mutualistas, con sus propios reglamentos y estatutos. A partir del 12 de mayo de 1994, se rige por la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.

1.2.3.3 Productos y servicios

El plan estratégico de Mutualista Pichincha tiene como meta la producción estable de más de 1.500 unidades de vivienda al año. Para ello, ejecuta sus propios proyectos; además, promociona, comercializa, vende y financia planes de vivienda de otras entidades, previo un estricto control de calidad y precios. Conscientes de que no es factible construir en forma directa suficientes soluciones habitacionales, la institución busca asociarse con terceros para desarrollar proyectos en conjunto. Adicionalmente, toma bienes de terceros, seleccionados tras un severo análisis de calidad, y los comercializa y financia a través de su Departamento de Mandato Inmobiliario.

La Cuenta Constructiva es la primera y única libreta de ahorros del país que permite el ‘ahorro estructurado’. Dotada de variados atributos, este producto busca promover, incentivar y facilitar el ahorro dirigido de sus socios hacia la consecución de ‘sueños constructivos’.

Los Productos de Mutualista Pichincha cubren todas las variedades del crédito de vivienda, incluyendo el Leasing Inmobiliario y los créditos con Emisión de Cédulas. Dispone también de productos de crédito de consumo para el bienestar familiar de sus asociados.⁸

Ofrece servicios y modalidades de atención que igualan o superan a las mayores instituciones del sistema financiero nacional: tarjetas de débito y crédito; transferencias desde y hacia el exterior y a otras entidades financieras; servicios en línea a través de Call Center, IVR e Internet; seguros para sus afiliados, sus créditos y propiedades; horarios de servicio diferido y extendido, etc.⁹

1.2.4 La banca pública

La banca pública en el Ecuador está representada por el Banco Central del Ecuador que es una persona jurídica de derecho público, de duración indefinida, es responsable de su gestión técnica y administrativa y con patrimonio propio. Tendrá como funciones instrumentar, ejecutar, controlar y aplicar las políticas monetaria, financiera, crediticia y cambiaria del Estado y, como objetivo velar por la estabilidad de la moneda. Su organización, funciones y atribuciones, se rigen por la Constitución, las Leyes, su Estatuto y los reglamentos internos, así como por las regulaciones y resoluciones que dicte su Directorio, en materias correspondientes a política monetaria, financiera, crediticia y cambiaria del país. En su administración interna deberá aplicar las leyes y normas vigentes para el sector público.

1.2.4.1 Definiciones básicas

El banco central; persona jurídica de derecho público, con Autonomía y patrimonio propio, es el organismo ejecutor de la política monetaria, financiera, crediticia y cambiaria.

⁸ www.mutualistapichincha.com

⁹ www.mutualistapichincha.com

En este contexto, el BCE durante los últimos años ha venido aprobando los presupuestos de las mencionadas instituciones y de manera trimestral ha dado seguimiento a su ejecución, sobre la base de las políticas y lineamientos aprobados por su Directorio, las cuales, considerando la necesidad de dar consistencia y sostenibilidad a las finanzas públicas, se orientaron fundamentalmente a controlar el nivel y la tasa de crecimiento de los gastos administrativos (de operación y de personal) en los que incurren las entidades para su funcionamiento, poniendo, por ejemplo, un estricto límite al crecimiento del gasto corriente, a la optimización del recurso humano y a mejorar la administración de los activos improductivos de las entidades.

Actualmente el Banco Central está empeñado en ir más allá del control de los gastos administrativos de las instituciones financieras públicas. Así, el BCE, como entidad técnica independiente y con una visión integral de la situación económica del país, ha emitido a través de su Directorio una serie de políticas y lineamientos generales que buscan orientar de mejor manera el proceso de aprobación y seguimiento de los presupuestos de la banca pública por parte del Banco Central, en base a un mejor conocimiento de los objetivos y el rol que cumple cada banco público, en el proceso de desarrollo económico y social del país. En ese sentido, el BCE considera que la política de crédito y financiamiento de la banca de desarrollo debe orientarse a atenuar fallas de mercado, inherentes a los mercados crediticios, especialmente en países en desarrollo y que por lo tanto, el proceso de aprobación y seguimiento de los presupuestos de dichas entidades, debe estar ligado a contribuir a que los bancos públicos de desarrollo cumplan de mejor manera su rol y objetivos.¹⁰

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

La banca pública de desarrollo en el Ecuador está conformada principalmente por dos bancos: el Banco Nacional de Fomento (BNF) y el Banco Ecuatoriano de Desarrollo (BEDE) y por una financiera, la Corporación Financiera Nacional (CFN). El Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV) y el Instituto Ecuatoriano de

¹⁰ www.bce.fin.ec

Crédito Educativo y Becas, IECE, aportan con recursos bastante reducidos, como banca de segundo piso para el financiamiento de vivienda, el BEV y con crédito educativo y becas el IECE.

El Banco del Estado Persona jurídica autónoma de derecho privado con finalidad social y pública; financia programas, proyectos, obras y servicios del sector público, tales como Ministerios, Municipios, Consejos Provinciales, etc., que se relacionen con el desarrollo económico nacional.

El Banco Nacional de Fomento Impulsa el desarrollo intensivo de la economía, 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.

La Corporación Financiera Nacional es una institución financiera pública, autónoma, con personería jurídica, técnica, moderna, ágil y eficiente, estimula la modernización y el crecimiento de todos los sectores productivos y de servicios.

Banco Ecuatoriano de la Vivienda Banco de Desarrollo al servicio de la ejecución de proyectos habitacionales de interés social acorde al Plan Nacional del Buen Vivir, su misión es atender la demanda de vivienda y su financiamiento, con suficientes recursos y con la participación dinámica del sector privado.

En primer lugar la CFN ha registrado tanto un crecimiento positivo en la cartera de crédito (18.8% anual), como una continua disminución de las cuentas por cobrar correspondiente a inversiones vencidas. Todo esto ha hecho que por primera vez durante los últimos cuatro años la cartera de crédito se convierta en el principal activo institucional, frente a la tendencia anterior en la que predominaban las inversiones en papeles del sector público. Esta situación, sumada a la disminución de las provisiones producto de la mejora de la composición de los activos de riesgo, hizo que la entidad registre los mejores resultados financieros de los últimos tres años.

El BdE es la administración de fondos del Estado como fuente de recursos, lo cual sumado a la recuperación de cartera, le han permitido incrementar el rubro de crédito en los últimos años. Dentro de estos fondos de administración se encuentra el fondo de inversiones municipales (USD 89 millones) quien tiene mayor representatividad, junto también con los recursos entregados por el fondo de solidaridad por USD 30. millones.

Los resultados del BEV para el 2008 muestran la tendencia de recomposición de los activos que se vienen dando en los últimos tres años, producto de una cartera de crédito que continúa disminuyendo progresivamente frente al rubro de “derechos fiduciarios”, de tal manera que en este año ya se convirtieron en el principal activo institucional. Esta situación revela que el “fideicomiso inmobiliario integral” es el principal producto de la entidad financiera y con el que más ha trabajado esta institución y que genera la transparencia necesaria y la independencia suficiente para que previo al inicio de las obras de construcción, se pueda aglutinar a un número mínimo de compradores (potenciales beneficiarios del proyecto) que aseguren el flujo de caja que requiere el proyecto para su desarrollo exitoso. Finalmente el IECE, tal como ha sucedido en los últimos años continúa con incrementos en la cartera de crédito, que en el 2008 llegó a los USD 59 millones, con un crecimiento anual del 23.9%. Este incremento en la cartera de crédito a provocado un crecimiento en los intereses y descuentos ganados, que han permitido al IECE alcanzar por primera vez en los últimos cuatro años resultados positivos, con una utilidad del USD 0.2 millones.

En cuanto a la ejecución presupuestaria, los buenos resultados financieros de la banca pública también se vieron reflejados en un nivel de ejecución de sus programas de crédito y financiamiento acorde a lo presupuestado, excepción hecha por el BEV en vista de que la entidad programó ejecutar ciertos programas fiduciarios sobre la venta de bienes inmuebles, que por sus características particulares de tardía y difícil resolución, hicieron imposible ejecutar el programa dentro de los tiempos inicialmente acordados.¹¹

¹¹ www.superban.gov.ec/bancapublica

1.2.4.3 Productos y servicios

La Dirección de Inversiones se encarga de gestionar en los mercados financieros nacional e internacional los activos del Banco Central del Ecuador y los de aquellas entidades Públicas, que por mandato legal, entregan recursos para dicho cometido.

Asimismo, administra los flujos de liquidez de los activos internacionales de Inversión canalizando los ingresos a sus beneficiarios y provisionando los recursos requeridos para honrar los pagos que realizan las entidades del sector público, en el mercado internacional.

Complementariamente, analiza y tramita las solicitudes de inversión temporal de los excedentes temporales de caja, que las entidades del Sector Público cursan al directorio de la entidad.

La base legal que permite al Banco Central ofrecer este tipo de servicios, se encuentra en la Ley de Régimen Monetario y Banco del Estado (Art. 12 y13) **12**

1.3 Tendencias actuales de productos y servicios financieros

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

La web 2.0 y en fin la tecnología en los productos y servicios financieros son muy importantes y estas son las razones más relevantes:

- Disponibilidad de un nuevo instrumento para desarrollar servicios de valor agregado a sus clientes.
- Utilización de un sistema electrónico común y procedimientos estandarizados.
- Disposición de mayor información para controlar las operaciones interbancarias.

12 www.bce.fin.ec

- Administración de operaciones electrónicas en lugar de pagos basados en papel.
- Reducción de la cantidad de actores para gestionar una red de cobros y pagos.
- Disminución de transacciones por ventanilla (depósitos, pago de cheques, etc.)

Para los clientes:

- Disminución de los plazos de disposición de fondos
- Reducción del tiempo empleado en gestión de trámites bancarios.
- Eliminación del riesgo y fraudes por el manejo de efectivo.

El mercado financiero ha evolucionado recientemente de forma notable, llegando a niveles de capitalización y volúmenes de contratación, pero a pesar de este crecimiento y solvencia, la banca sigue teniendo importantes retos por delante como incorporación de innovaciones a su sistema financiero; hay que tener en cuenta que los productos financieros no son patentables por lo que su replicación no representa trabas legales, llegamos a la conclusión de que las entidades que apuesten por la innovación tecnológica y los controles de calidad serán las que salgan beneficiadas.

Una innovación tecnológica que permita a las entidades atender el reto de los nuevos productos financieros y de forma paralela, un sistema interno de calidad y auditoría que haga que este crecimiento e innovación sea sostenible y equilibrada.

La innovación financiera basada en la innovación tecnológica y la apuesta por la calidad serán los factores que determinarán qué entidades han pasado a un estado superior o cuales quedan atrapadas en un problema recurrente.

Canales de provisión de servicios financieros

Los bancos proveen servicios financieros mediante una variedad de mecanismos, incluyendo sucursales bancarias, ATMs, puntos de venta, banca

por Internet, banca telefónica, banca celular y corresponsales no bancarios. Aunque la gran mayoría de los países aún no cuentan con información agregada sobre la cobertura bancaria mediante la utilización de banca por Internet, telefónica y celular, existe información sobre sucursales, ATMs y, en algunos casos, POS.

Los datos revelan tres resultados importantes:

El primero es que aún queda un largo camino por recorrer en Latinoamérica con respecto a la bancarización mediante sucursales y ATMs. Los promedios latinoamericanos en el 2008 con respecto a la cobertura bancaria mediante sucursales y ATMs no alcanza ni un tercio de los indicadores correspondientes para el promedio del país.

El segundo resultado es que existen diferencias muy importantes entre los países de la región y esas diferencias se han acentuado.

En tercer lugar, es claro que la mayoría de los países de la región prefieren expandir la provisión de servicios financieros mediante ATMs que mediante sucursales.

Una información adicional importante es la que respecta a la provisión de servicios financieros en la banca privada versus la banca pública. La atención a las poblaciones rurales está altamente cubierta por la banca pública.

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

La generalización del uso de nuevas tecnologías ha constituido un factor clave para el desarrollo de nuevos servicios financieros y para la apertura de nuevas vías de contacto entre las entidades de crédito y sus clientes.

Entre los nuevos canales de distribución cabe destacar el desarrollo del canal internet que, sin llegar quizá a las expectativas que se generaron con el lanzamiento de los primeros portales transaccionales, se ha consolidado en los últimos años como un canal alternativo imprescindible en la configuración de

las estrategias de los grupos bancarios. La reducción de los gastos de explotación, tales como los costes de personal y los alquileres, es el principal argumento económico que subyace en la adopción de internet como canal de distribución de productos y servicios bancarios.

De esta forma, la incorporación de las tecnologías de la información parece estar reduciendo la importancia de las economías de escala en la provisión de determinados servicios financieros, como los préstamos hipotecarios y la gestión de carteras de los clientes.

De hecho, el desarrollo de infraestructuras que permiten a los clientes realizar directamente la prestación de servicios financieros *on-line* en el sistema bancario.

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

Introducción

El Sistema Financiero Nacional presentó un comportamiento sustentado en la tendencia positiva y continua tanto en la bancarización como en la profundización financiera donde se destacó el aporte de la banca privada y de la pública, evidenciándose cada vez más un mayor número de usuarios de los servicios financieros que ofrece la banca.

En efecto, el indicador de bancarización del Sistema Financiero Nacional que relaciona el número de depositantes frente a la población total entre Diciembre del 2008 (57.11%) y Junio del 2010 (67.52%) mostró una clara tendencia ascendente influenciada por un incremento más que proporcional del número de depositantes respecto al crecimiento de la población

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

A Dic/10, el número de clientes del Sistema Financiero Nacional llegó a 10,1 millones, de los cuales 5,6 millones le correspondieron al subsistema de Bancos Privados y 3,3 millones de clientes fueron del subsistema de Cooperativas de Ahorro y Crédito. Es importante destacar el incremento de clientes registrado en el último año que fue de 987 mil clientes, de los cuales 596 mil correspondieron a la Banca Privada y 457 mil a las Cooperativas; sin embargo en el caso de la Banca Pública el número de clientes disminuyó en 93 mil. La variación del número de clientes de depósitos del sistema financiero influye directamente en el índice de bancarización.¹³

¹³ www.superban.gov.ec/estadisticas

CLIENTES DEL SISTEMA FINANCIERO REGULADO

Cuadro # 1
(Expresado en USD y %)

TIPO DE INSTITUCIÓN	USD AÑO 2008	%	POSICION
sistema bancos	\$ 144.776.741	84,57%	1
sistema cooperativas	\$ 11.844.293	6,92%	2
sistema financieras	\$ 5.672.189	3,31%	3
sistema publicas	\$ 4.592.410	2,68%	4
sistema mutualistas	\$ 4.304.637	2,51%	5
TOTAL	\$ 171.190.270	100%	

Fuente: Superintendencia

Elaboración: Las Autoras

Cuadro # 2

TIPO DE INSTITUCIÓN	USD AÑO 2009	%	POSICION
sistema bancos	\$ 152.903.577	81,19%	1
sistema cooperativas	\$ 14.874.965	7,90%	2
sistema publicas	\$ 10.885.229	5,78%	3
sistema financieras	\$ 6.019.808	3,20%	4
sistema mutualistas	\$ 3.638.930	1,93%	5
TOTAL	\$ 188.322.509	100%	

Fuente: Superintendencia de bancos

Elaboración: Las Autoras

Cuadro # 3

TIPO DE INSTITUCION	USD AÑO 2010	%	POSICION
sistema bancos	\$ 178.502.269	77,73%	1
sistema publicas	\$ 20.527.702	8,94%	2
sistema cooperativas	\$ 20.055.788	8,73%	3
sistema financieras	\$ 6.398.975	2,79%	4
sistema mutualistas	\$ 4.150.387	1,81%	5
TOTAL	\$ 229.635.121	100%	

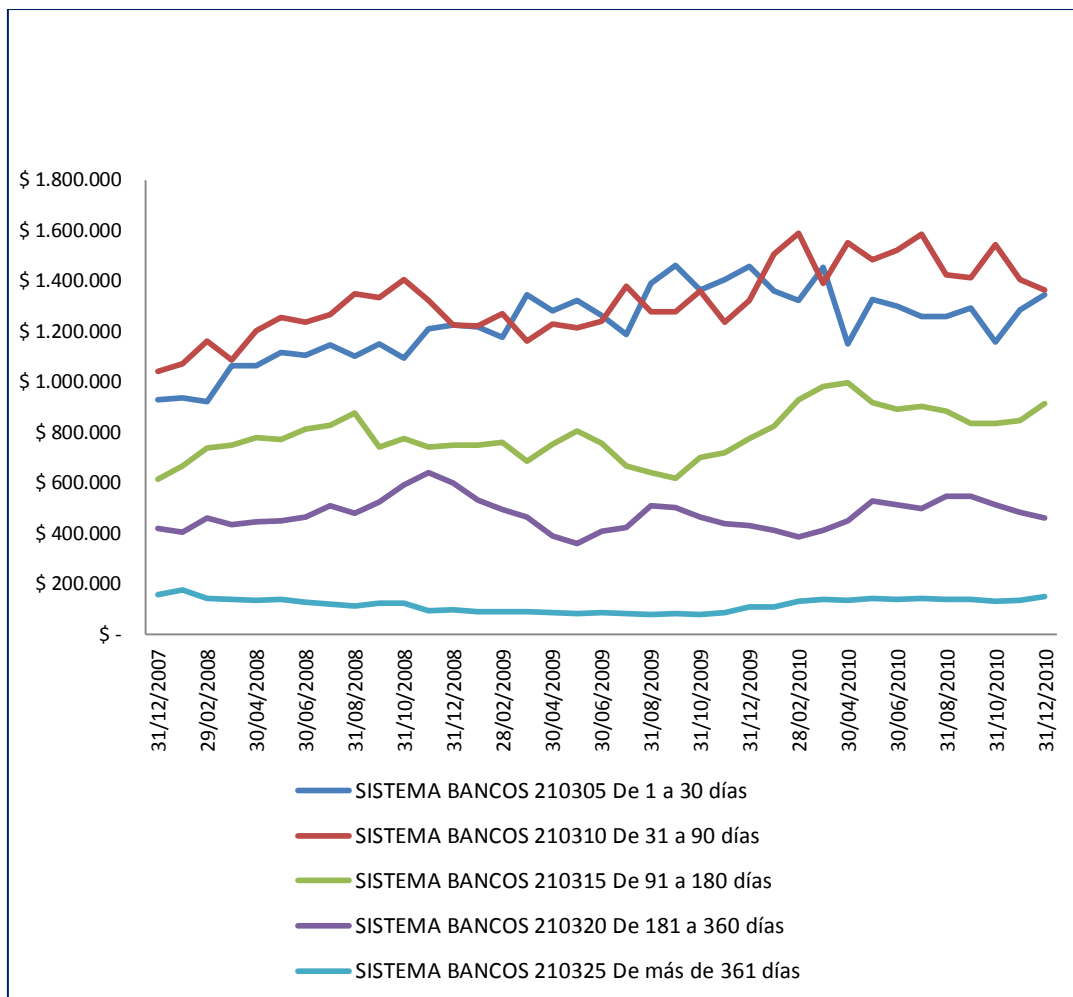
Fuente: Superintendencia de bancos

Elaborado: Las Autoras

Como podemos analizar en los cuadros anteriores, quien capta más y mejor es la banca privada llegando al 77.73% de captaciones a Diciembre del 2010, todo esto se debe a los servicios que prestan y a la solidez que han mantenido en los últimos años; podemos observar en los años 2008 y 2009 las cooperativas tenían la posición número 2 con el 6.9% y el 7.90% de participación, notando un cambio en las posiciones en el 2010 puesto que la banca pública ocupa ahora el segundo lugar con el 8.94%.

Gráfico 1: Depósitos a plazo del sistema bancario por bandas: 2007-2010

Expresados miles de dólares



Fuente: Superintendencia de bancos
Elaboración: Las Autoras

Como se observa en la gráfica, la mayor cantidad de depósitos se encuentra en el rango de 31 a 90 días ya que aún persiste la tendencia de invertir a corto plazo por la incertidumbre en la mayoría de los clientes, por lo general estos depósitos se van renovando al vencimiento aunque esto implique que generen menos rentabilidad ya que mientras menor es el plazo de la inversión menor será la tasa.

El año 2010 para la economía ecuatoriana, al igual que ha ocurrido con la economía mundial, ha sido un año de recuperación económica en comparación a lo vivido en el año 2009, en donde la economía ecuatoriana vio mermar su crecimiento a consecuencia de la crisis económica internacional que evidenció sus efectos tanto en el sector financiero como en el sector real. La crisis económica iniciada en los sectores financieros se transmitió al sector real de la economía al crear un clima de incertidumbre que afectó variables reales, como el consumo, provocando una contracción en la demanda de bienes y servicios que repercutió en menores niveles de producción; tal es así que el PIB en el año 2009 creció a una tasa del 0.36% en relación al año 2008. Para el año 2010, como ya se mencionó anteriormente, la economía ecuatoriana muestra una recuperación, lo cual se refleja en la mayor tasa de crecimiento del PIB que hasta el tercer trimestre del año 2010 fue del 3.96%.

En cuanto a los índices de inflación acumulada, se puede observar que el índice inflacionario anual para la economía ecuatoriana se redujo ya que fue de 4.31% para el año 2009, mientras que para el año 2010 la inflación anual fue de 3.33%. Por ello, se observa que el comportamiento del índice inflacionario durante el año 2010 disminuyó al ritmo que la economía se iba recuperando de los embates de la crisis internacional vivida durante el año 2009. El contexto económico poco alentador que atravesó la economía debido a la crisis financiera internacional vivida entre los años 2008 y 2009 generó, en su momento, la contracción de rubros importantes como el precio del petróleo y remesas, los cuales afectaron en primer lugar a la balanza comercial, y posteriormente desembocaron en la caída de los depósitos bancarios causada en parte por la salida de divisas.

Ante esta situación, el Gobierno optó por implementar medidas con la finalidad de inyectar mayor liquidez a la economía; como por ejemplo, la entrega mensual de los fondos de reserva, aranceles a las importaciones y salida de divisas, utilización de recursos de la Reserva de Libre Disponibilidad, acciones que junto a la recuperación del precio del petróleo ayudaron a la recuperación de la economía en el segundo semestre de 2009.

La implementación de dichas políticas, junto con la paulatina recuperación de la economía en el año 2010 después de la coyuntura adversa vivida, fueron factores determinantes de los mejores resultados económicos obtenidos durante dicho año, tanto para el sector real como para el sector financiero.¹⁴

2.2 Evolutivo de captaciones

La baja participación de los depósitos de la banca pública en el total de depósitos del sistema financiero, apenas del 8% en el año 2009, frente a la elevada participación de la banca privada (67,6%), muestra el enorme esfuerzo que tiene que realizar el Estado para contrarrestar tendencias recesivas en la banca privada. En efecto, en el año 2009, los depósitos en la banca privada aumentaron al menor ritmo de toda la década 6,7%, frente a 26,4% promedio de la década 2000-2009, pero el Estado inyectó 560 millones de dólares en la banca pública (crecimiento del 39% de sus depósitos), contrarrestando la disminución del ritmo de crecimiento de los depósitos en la banca privada, con la característica adicional de que todos esos recursos inyectados en la banca pública son a plazo, a diferencia de la mayoría de los depósitos de la banca privada que son a la vista.

2.2.1 Por tipo de depósito

Uno de los graves problemas del sistema financiero ecuatoriano es el hecho de que la mayor parte de los depósitos del sistema financiero es a la vista, lo cual incide sobre el plazo al que se conceden los créditos, que son básicamente de corto plazo. En el año 2009 el 62,4% de los depósitos del sistema financiero nacional, fueron a la vista; y el restante 37,6% fueron a plazo, registrándose sin

14 www.superban.gov.ec/estadisticas

embargo diferencias sustanciales entre los plazos de los depósitos por intermediario financiero.

Así, mientras en el caso de la banca privada, la proporción de depósitos a la vista supera el promedio del sistema financiero, ascendiendo al 69,1% en el año 2009, en el caso de las sociedades financieras, así como de la banca pública, la absoluta mayoría de sus depósitos son a plazo (el 98,3% y el 72,8%, respectivamente), lo que significa que una política gubernamental de apoyo y promoción de depósitos en las sociedades financieras o en la banca pública, permitiría aumentar el porcentaje de depósitos a plazo del sistema financiero y en consecuencia, su capacidad de conceder crédito a mayores plazos.

En el caso de las Cooperativas de Ahorro y Crédito y en el de las Mutualistas, los depósitos a la vista superan ligeramente a los depósitos a plazo 53,8 y 56,3% respectivamente.

Cuadro # 4

DEPOSITOS A PLAZO

INSTITUCION	TOTAL 2008	TOTAL 2009	TOTAL 2010
sistema bancos	\$44.907.910	\$46.230.956	\$ 51.498.563
sistema cooperativas	\$ 4.536.367	\$ 6.252.523	\$ 9.330.688
sistema financieras	\$ 5.613.569	\$ 5.950.160	\$ 6.330.692
sistema mutualistas	\$ 2.061.080	\$ 1.596.467	\$ 1.896.221
sistema publicas	\$ 874.882	\$ 6.826.528	\$ 15.277.268

Fuente: Superintendencia

Elaborado: Las Autoras

Cuadro # 5

DEPOSITOS A LA VISTA

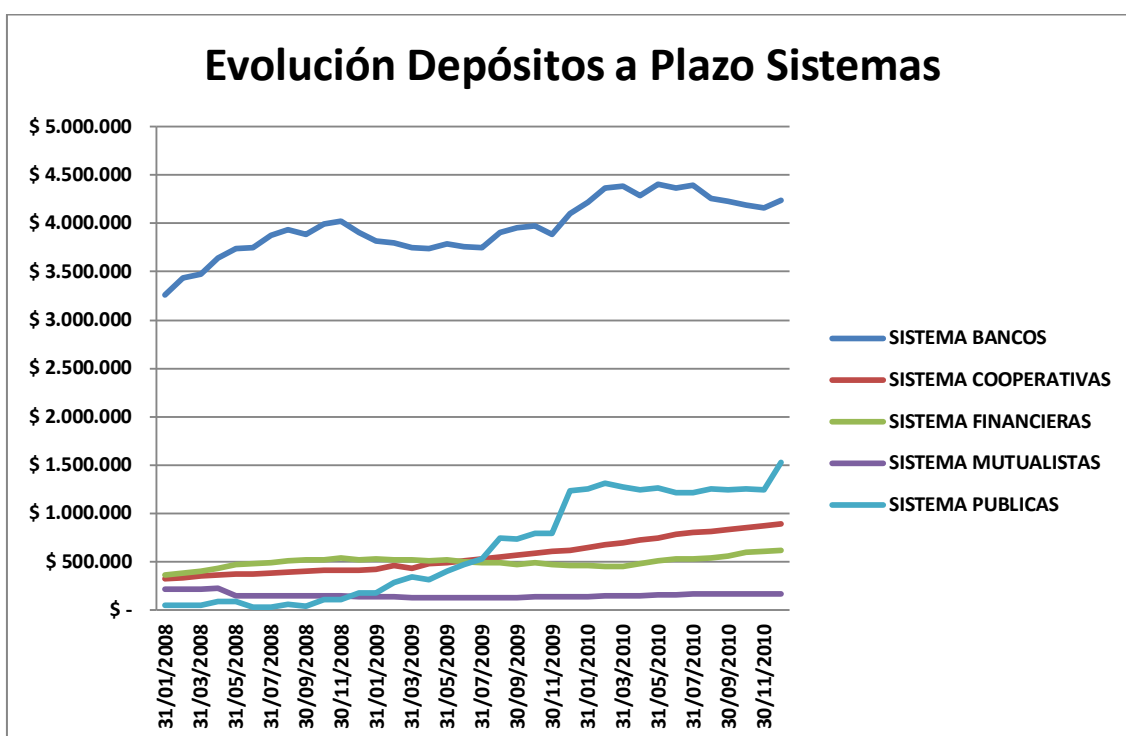
INSTITUCION	TOTAL 2008	TOTAL 2009	TOTAL 2010
sistema bancos	\$99.868.831	\$106.672.621	\$127.003.706
sistema cooperativas	\$ 7.307.926	\$ 8.622.442	\$ 10.725.100
sistema financieras	\$ 58.620	\$ 69.647	\$ 68.283
sistema mutualistas	\$ 2.243.557	\$ 2.042.463	\$ 2.254.165
sistema publicas	\$ 3.717.528	\$ 4.058.701	\$ 5.250.434

Fuente: Superintendencia de bancos

Elaboración: Las Autoras

Durante el año 2009, el sistema bancario ecuatoriano experimentó una reducción en sus colocaciones, consecuencia de factores coyunturales como la crisis financiera internacional que generó un clima de incertidumbre. El sistema bancario en general sufrió una desaceleración de sus captaciones en el año 2009, que consecuentemente frenó el ritmo de crecimiento que venían manteniendo las colocaciones de las instituciones financieras componentes del sistema hasta el año 2008. Los hechos mencionados determinaron un moderado crecimiento del sistema bancario en el año 2009; sin embargo, este ritmo de crecimiento denota una recuperación para el año 2010, en donde se observa que los depósitos totales del sistema de bancos privados en Quito pasaron de US\$ 17,525.59 millones en 2009 a US\$ 20,595.28 millones, lo cual muestra un importante crecimiento del 17.52%, reflejando la recuperación de los niveles de crecimiento en activos del sector.

Gráfica # 2

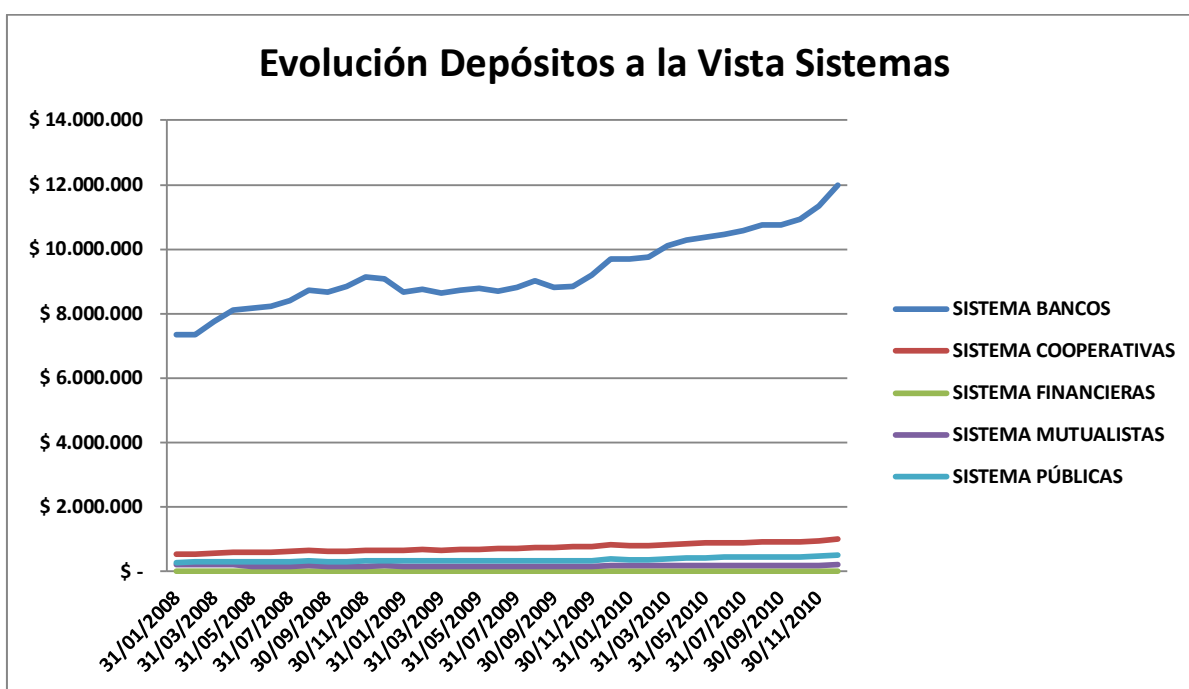


Fuente: Superintendencia de bancos

Elaboración: Las autoras

Los depósitos bancarios son una de las inversiones más seguras que existen; garantizan el reembolso del 100% del capital invertido y además están respaldados por la Corporación del Seguro de Depósitos (COSEDE) que cubre hasta \$ 28.000 por titular.

Gráfica # 3



Fuente: Superintendencia de bancos
Elaboración: Las Autoras

El sistema de banca privada es más eficiente en depósitos a la vista dentro del total del sistema financiero, se nota una creciente absoluta de 2 millones a dic/11.

2.2.2 Por subsistema

En efecto, la coyuntura económica experimentada en el año 2009 tuvo repercusiones en el sistema bancario ya que los depósitos arrastraron la tendencia decreciente que se presentó desde finales del año 2008; por lo tanto, ante este comportamiento la mayoría de las entidades bancarias tomaron una política conservadora que privilegió mantener sus posiciones de liquidez a

través de la desaceleración de las colocaciones y mayor eficiencia en la recuperación de los créditos.

Cuadro # 6

TOTALES ANUALES

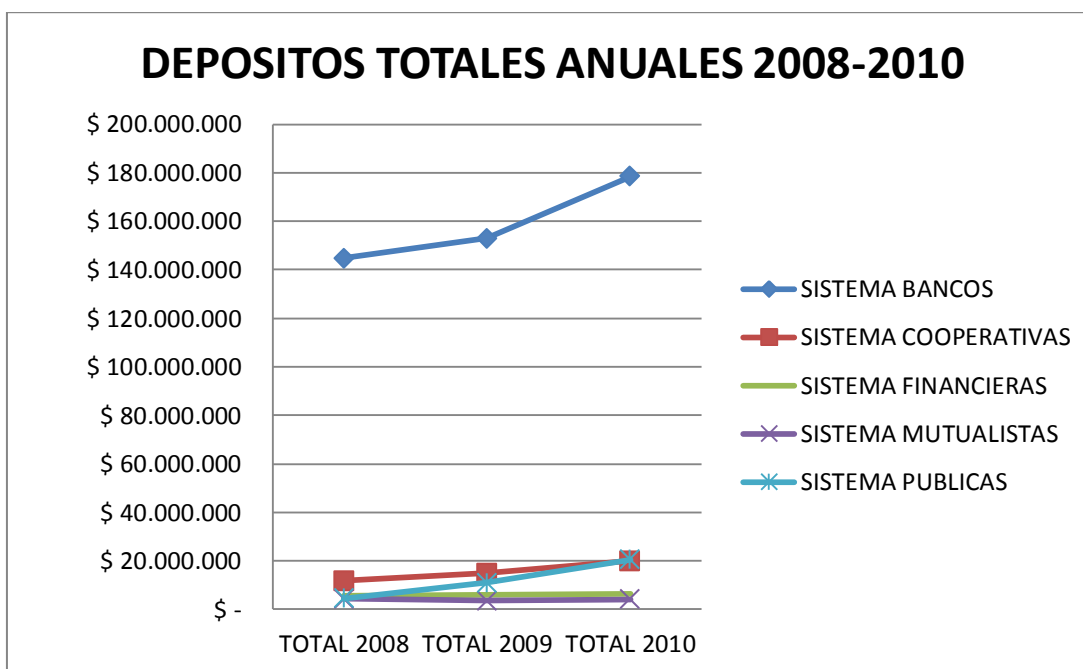
	TOTAL 2008	TOTAL 2009	TOTAL 2010
sistema bancos	\$144.776.741	\$152.903.577	\$178.502.269
sistema cooperativas	\$ 11.844.293	\$ 14.874.965	\$ 20.055.788
sistema financieras	\$ 5.672.189	\$ 6.019.808	\$ 6.398.975
sistema mutualistas	\$ 4.304.637	\$ 3.638.930	\$ 4.150.387
sistema publicas	\$ 4.592.410	\$ 10.885.229	\$ 20.527.702

Fuente: Superintendencia de bancos

Elaboración: Las Autoras

Dicho comportamiento se mantuvo principalmente durante el primer semestre del año, ya que con la recuperación de la liquidez de la economía ocurrida en el segundo semestre se dinamizaron nuevamente las operaciones. Para el año 2010, se mantuvo el comportamiento de finales del año 2009 y se acentuó la reactivación de las operaciones y consecuentemente, la recuperación de los resultados de los integrantes del sistema bancario en general.

Gráfica # 4



Fuente: Superintendencia de bancos

Elaboración: Las Autoras

Durante el año 2009, se evidenció una reducción de los depósitos en el sistema bancario que no sólo provino de parte de las personas naturales, sino también desde el Gobierno que, a través de la Regulación del BCE 197-2009 de agosto de 2009, dispuso que las instituciones públicas que forman parte del sector público no financiero solamente podrán invertir sus recursos en instituciones financieras públicas. Adicionalmente, se puede mencionar que durante el año 2009 se presentaron cambios normativos a través de la Resolución JB-2009-1315 y JB-2009-1316, en la que se estableció la reducción o eliminación de las tarifas de algunos servicios que prestaban las entidades financieras a los usuarios. De igual manera, por la Regulación No 178-2009, el Banco Central de Ecuador (BCE) decidió disminuir el encaje bancario de las instituciones privadas del 4.00% al 2.00%; en junio de 2009, se emitió la Resolución SBS-2009-247, mediante la cual se creó la cuenta 190286 a fin de considerar los aportes, los cuales se calculan mediante una tasa de 2.00% al fondo de liquidez en el balance, siendo esta cuenta considerada para el cálculo de activos rentables y activos productivos. Todas las regulaciones mencionadas

de una u otra manera tuvieron un efecto directo en los estados financieros de las entidades bancarias al reducir sus niveles de ingresos, motivo por el cual las instituciones, para compensar estos rubros, se vieron obligadas a implementar nuevas líneas de negocio y diversificar sus productos.

3.1 Evolutivo de colocaciones

Además de experimentar una importante recuperación, luego de la crisis financiera de 1998-1999, el sistema financiero nacional ha demostrado una enorme capacidad de diversificar su cartera por línea de negocio, reorientando sus créditos desde el comercio, hacia la microempresa y hacia la vivienda. La cartera de crédito concedida por el SFN hacia las microempresas ha crecido a una tasa promedio anual del 51,4% en el período comprendido entre el 31 de diciembre del 2002 y el 31 de diciembre del 2008, con lo cual el monto de dicha cartera ha pasado a representar del 1,75% de la cartera total del SFN en diciembre del 2002, al 11,3% en diciembre del 2008. La cartera de crédito para vivienda ha crecido al 19,2% anual, pasando a representar del 9,4% del total de la cartera del SFN en diciembre del 2002, al 12,2% en diciembre 2008.

La cartera de consumo ha crecido al 16,1% promedio anual, aumentando su participación del 26,7% en 2002, al 30,8% en 2008; mientras que la cartera comercial, ha disminuido su participación del 60,2% en el año 2002, al 45,7% en el año 2008, manteniéndose sin embargo el crédito comercial como el principal destino del crédito.

3.1.1 Por tipo de cartera

La estructura de las colocaciones del sistema determinó que la mayor parte de los créditos colocados en el sistema corresponde a la cartera comercial, que ascendió a US\$ 5,175.21 millones, los que representan el 45.55% de la cartera de créditos bruta. La cartera de consumo en términos reales mostró un crecimiento de US\$ 851.7 millones ya que pasó de US\$ 2,869.73 millones en 2009 a US\$3,721.43 millones en 2010, representando el 32.76% de la cartera bruta. Por otra parte, la cartera de vivienda mostró un ligero incremento, ya que pasó de US\$ 1,309.93 millones en 2009 a US\$ 1,466.20 millones en 2010, lo cual representa el 12.91%. Adicionalmente, se debe destacar el espacio que ha

ganado el segmento de crédito a la microempresa a partir del año 2005, cuando representó el 6.51% de la cartera bruta; durante este último periodo se observa un incremento pasando de US\$ 847.27 millones en 2009 a US\$ 998.18 millones en 2010, mostrando un crecimiento del 17.81%, y llegando a representar el 8.79% de la cartera bruta. Con ello se ratifica el crecimiento que ha venido manteniendo la línea de crédito dirigido para la microempresa durante este periodo de tiempo (2005-2010)

Luego de un período de crecimiento constante de las colocaciones del sistema comprendido entre los años 2005 y 2008, para el año 2009 la crisis económica internacional tuvo sus efectos en el sistema bancario local al reducir el ritmo de crecimiento de la cartera de créditos. Sin embargo, para el año 2010 se observa una recuperación paulatina de las colocaciones que se deriva del mejor contexto económico vivido durante dicho año, en el cual ante la menor incertidumbre del sistema se reactivó la demanda de crédito; así, la cartera de créditos del sistema de bancos privados creció de US\$ 8,847.70 millones en diciembre de 2009 a US\$ 10,717.68 millones en diciembre de 2010.

La estructura de las colocaciones del sistema determinó que la mayor parte de los créditos colocados en el sistema corresponde a la cartera comercial, que ascendió a US\$ 5,175.21 millones, los que representan el 45.55% de la cartera de créditos bruta. La cartera de consumo en términos reales mostró un crecimiento de US\$ 851.7 millones ya que pasó de US\$ 2,869.73 millones en 2009 a US\$3,721.43 millones en 2010, representando el 32.76% de la cartera bruta. Por otra parte, la cartera de vivienda mostró un ligero incremento, ya que pasó de US\$ 1,309.93 millones en 2009 a US\$ 1,466.20 millones en 2010, lo cual representa el 12.91%. Adicionalmente, se debe destacar el espacio que ha ganado el segmento de crédito a la microempresa a partir del año 2005, cuando representó el 6.51% de la cartera bruta; durante este último periodo se observa un incremento pasando de US\$ 847.27 millones en 2009 a US\$ 998.18 millones en 2010, mostrando un crecimiento del 17.81%, y llegando a representar el 8.79% de la cartera bruta. Con ello se ratifica el crecimiento que ha venido manteniendo la línea de crédito dirigido para la microempresa durante este periodo de tiempo (2005-2010), en el que se observa que esta cartera de crédito ha crecido a una tasa promedio anual de 23.80%.

Como se puede apreciar en el gráfico 7, el comportamiento que han mantenido los índices de morosidad del sistema es diferente para cada uno de los segmentos de crédito a los que se dirigen. Cabe mencionar que la evolución que muestra la morosidad del sistema, marca una clara tendencia decreciente durante el periodo de análisis ya que el índice empieza en 4.89% en el año 2005 y desde entonces muestra una constante reducción hasta el año 2008, cuando se ubicó en 2.50%. Sin embargo, para el año 2009 se rompió esta tendencia que se venía manteniendo, en gran medida como consecuencia del contexto económico desfavorable. La crisis financiera internacional tuvo repercusiones en el sector real de la economía dentro del cual también se registró un incremento del índice de desempleo, factor que a su vez fue determinante de una pérdida de capacidad de pago de los individuos que provocó mayores niveles de mora para el año 2009, cuando el índice se elevó a 2.88%.

Sin embargo, el mejor contexto económico del año 2010 fue fundamental para el sistema ya que los índices de mora volvieron a marcar un decremento tal como sucedió hasta el año 2008, de esta manera la morosidad del sistema se ubicó en 2.25% a Diciembre de 2010, lo cual es un índice incluso inferior al registrado en el año 2008.¹⁵

Cabe resaltar que tanto la cartera de créditos de vivienda como la de consumo muestran un comportamiento prácticamente estable, presentando ligeras variaciones que hacen que su morosidad fluctúe durante este periodo dentro de una pequeña brecha, en donde a Diciembre de 2010 la mora de la cartera de vivienda fue del 1.48%. Por su parte, la cartera de consumo pasó de 4.39% en 2005 a 3.79% en 2008 y producto de la crisis económica del año 2009, creció en dicho año, ubicándose en 4.18%. Posteriormente, se observa una reducción del índice en el año 2010, ubicándose en 3.44%.

Por otra parte la cartera comercial mostró un marcado descenso entre 2005 y 2006, periodo en el que pasó de 5.52% a 2.79%. Luego de ello, mantuvo este comportamiento durante los periodos posteriores hasta el año 2008, cuando

15 www.superban.gov.ec/estadisticas

llegó a registrar una morosidad de 1.76%, un índice bastante inferior al registrado en 2005, evidenciando una adecuada gestión de recuperación. A pesar de ello, la crisis internacional afectó este comportamiento y provocó que para el año 2009 se registre un incremento del índice llegando a 2.25%, luego de lo cual, a medida que se iba superando la crisis, el índice volvía a los niveles previos, ubicándose en 1.53% a diciembre de 2010.

Finalmente, la cartera de microempresa muestra un comportamiento singular ya que se constituye en el único segmento que, a pesar de la crisis económica vivida durante el año 2009, no mostró un crecimiento de su morosidad en ese año, manteniendo más bien una marcada tendencia decreciente desde el año 2005. La morosidad de esta cartera pasó de 7.43% en 2005 a 4.42% en el año 2008, 3.82% para el año 2009 y a diciembre de 2010 se ubicó en 2.63%, lo cual muestra un adecuado manejo de los créditos dirigidos a este segmento.

En el mes de Diciembre del 2010, el volumen de crédito disminuyó en 2 de los 8 segmentos de crédito: en el segmento Microcrédito Minorista (-2%) y acumulación simple (-9%).

Los segmentos que incrementaron en sus volúmenes de crédito fueron:

Productivo Corporativo (38%), Empresarial (32%), Vivienda (27%), PYMES (23%), Consumo (12%) y Microcrédito Acumulación Ampliada (1%).

Cartera de consumo.- Los factores que determinaron el aumento de las captaciones y colocaciones fueron la alta liquidez por el gasto público y el consumo de hogares.

Es así como las captaciones bancarias se incrementaron en un total de USD 2 351 millones mientras que el crédito creció en USD 3 722 millones, respecto a lo ocurrido en el 2009.

Según Joaquín Morillo, vicepresidente de Riesgo de Produbanco, el crédito relacionado con la producción (comercial, microcrédito y vivienda) mantuvo una participación cercana al 70%, mientras que el crédito de consumo representó aproximadamente el 30% del total.

Morillo destacó que en una economía caracterizada por un fuerte gasto público, el consumo privado ha crecido notablemente. Por lo mismo, el crédito de consumo es el que más se ha expandido durante el 2010. “Pero esta tasa de crecimiento es insostenible en el tiempo. Pienso que la tendencia será a la desaceleración”. 16

Cartera microempresa.- Es todo crédito concedido a un prestatario sea persona natural o jurídica o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria, destinado a financiar actividades de micro empresas de producción, comercialización o servicios, cuya fuente principal de pago constituye el producto de las ventas o ingresos generados por dichas actividades, adecuadamente verificadas por la Cooperativa en su calidad de prestamista. Para tal fin, se definen como microempresas a aquellas que alcanzan ventas anuales de hasta USD\$100,000.

Cartera vivienda.- Quito (Pichincha).- El Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV) en su último Directorio, desarrollado hoy en Quito, otorgó créditos por USD 7´305.000 para la construcción de cinco programas habitacionales, lo que representa una inversión global de USD 17´160.010,52. Tres proyectos se desarrollaran en Pichincha, uno en Cotopaxi y uno en Imbabura; en total son 507 nuevas viviendas que beneficiarán a igual número de familias ecuatorianas

Cartera comercial- Es aquél que extiende una organización a otra empresa de negocios. Puede ocurrir en forma explícita por medio de la emisión de una letra de cambio o es posible que surja de retrasos en los recibos y pagos por servicios realizados. Puede tener una influencia importante sobre la política económica, porque es una fuente importante de recursos de financiamiento, comparable por ejemplo con los créditos bancarios; aunque a diferencia de éstos, los créditos comerciales no entran bajo el control directo de las autoridades. Entrega de bienes o servicios a una persona o empresa, cuyo pago se realiza con posterioridad en un plazo previamente convenido. El crédito comercial sirve para facilitar y adecuar la producción a la circulación de mercancías. Facilita las ventas, la producción, el desarrollo del capital y el

16 www.bce.fin.ec

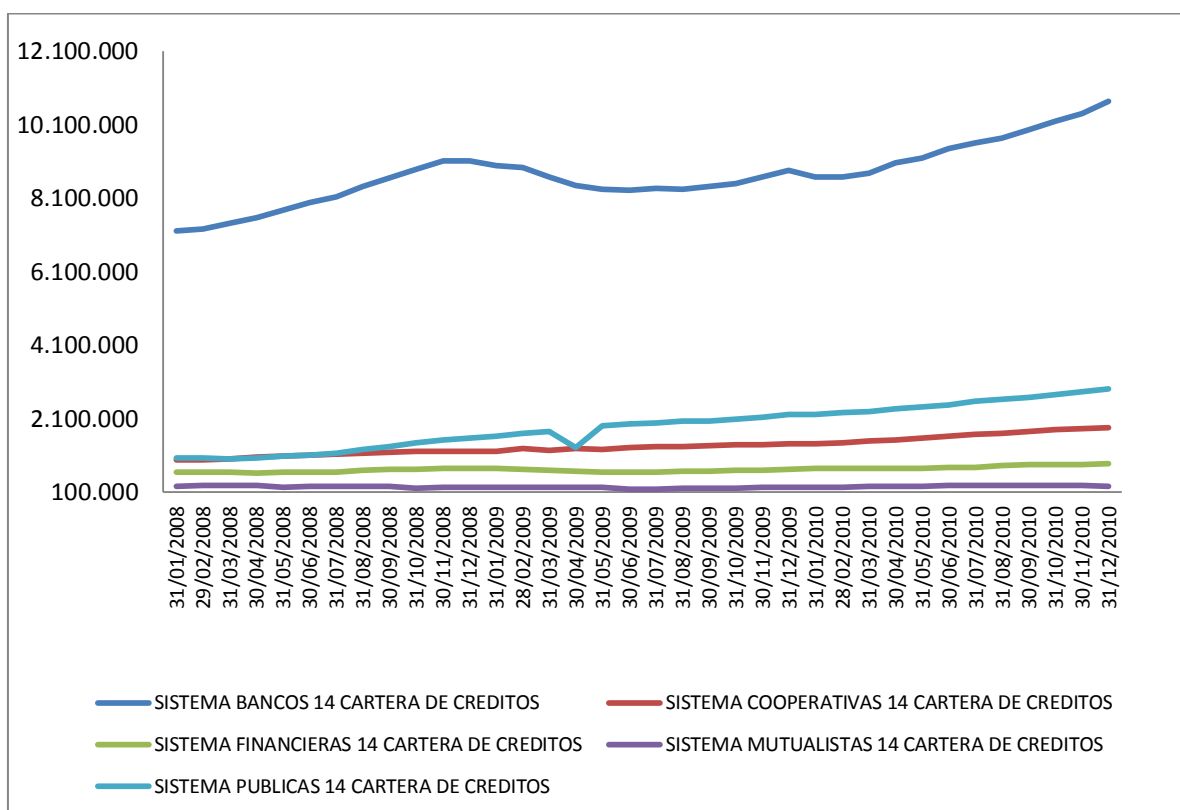
incremento de ganancias. El crédito comercial es generalmente de corto plazo: 30, 60 y 90 días; y es convencional en tiempos de alta inflación.

3.1.2 Por subsistema

Se registran diferencias sustanciales entre los diferentes tipos de intermediarios financieros, según la línea de negocio a la que atienden. Así, mientras la banca privada concentra la mayor parte del crédito en comercio y consumo (46,8% y 30,4% en el año 2009, respectivamente, que sumados ascienden al 77,2% de la cartera de crédito), las cooperativas destinan la mayor parte de su crédito a consumo y a microempresas (45,1% y 42,8%, respectivamente en 2009, que sumados ascienden a 87,9% de la cartera de crédito); las sociedades financieras se han especializado en crédito de consumo (85,9% de su cartera en 2009); las Mutualistas se han especializado en crédito para vivienda (62,2%), seguido a mucha distancia del crédito para consumo (20,9%); y la banca pública se ha especializado en el crédito comercial (91,7% del total de su cartera en el año 2009).

Gráfica # 5

EVOLUTIVO DE COLOCACIONES



Fuente: Superintendencia de bancos

Elaboración: Las Autoras

Al igual que sucede con los montos y condiciones financieras de los créditos, se registran importantes diferencias en los plazos a los que los diferentes intermediarios financieros conceden sus créditos, destacándose la banca privada por el plazo cada vez menor de sus operaciones. En efecto, mientras en el 2003 el 67,6% de sus operaciones de crédito las concedió a plazos inferiores a 90 días, en el 2009, dicho porcentaje aumentó al 78,4%.

Como ya lo manifestamos, las condiciones financieras a las que se conceden los microcréditos son mucho más onerosas que las condiciones financieras del resto de créditos. Así, en diciembre 2009, mientras la tasa de interés máxima referencial establecida por el Banco Central del Ecuador para el crédito productivo corporativo era del 9,33%, la tasa de interés máxima del consumo

minorista ascendía al 21,24% (esto es más del doble que la tasa del crédito corporativo); pero la tasa de interés máxima del microcrédito minorista era del 33,9%, esto es 3,6 veces la tasa del crédito corporativo.

Considerando que esas condiciones financieras rigen en un país dolarizado, esto es que utiliza el dólar norteamericano como moneda para las transacciones locales, se puede apreciar el enorme peso que tiene la elevada tasa de interés sobre la competitividad de los usuarios del microcrédito, que tienen que pagar una tasa de interés de 33,9%, equivalente a 10,4 veces la tasa prime de 3,25%¹³ y equivalente a 121 veces la tasa Libor a 90 días de 0,28%, tasas que se utilizan como referenciales en operaciones financieras internacionales.

Además de experimentar una importante recuperación, luego de la crisis financiera de 1998-1999, el sistema financiero nacional ha demostrado una enorme capacidad de diversificar su cartera por línea de negocio, reorientando sus créditos desde el comercio, hacia la microempresa y hacia la vivienda. La cartera de crédito concedida por el SFN hacia las microempresas ha crecido a una tasa promedio anual del 51,4% en el período comprendido entre el 31 de diciembre del 2002 y el 31 de diciembre del 2008, con lo cual el monto de dicha cartera ha pasado de representar el 1,75% de la cartera total del SFN en diciembre del 2002, al 11,3% en diciembre del 2008. La cartera de crédito para vivienda ha crecido al 19,2% anual, pasando de representar el 9,4% del total de la cartera del SFN en diciembre del 2002, al 12,2% en diciembre 2008. La cartera de consumo ha crecido al 16,1% promedio anual, aumentando su participación del 26,7% en 2002, al 30,8% en 2008; mientras que la cartera comercial, ha disminuido su participación del 60,2% en el año 2002, al 45,7% en el año 2008, manteniéndose sin embargo el crédito comercial como el principal destino del crédito

4.1 Productos y servicios financieros. Tipos y costos

La banca nos ofrece una diversidad de productos y servicios financieros en la ciudad de Quito, tenemos un La Superintendencia de Bancos y Seguros validará las características, beneficios, servicios adicionales prestados y tarifas

de afiliación y renovación de tarjeta de crédito y todos los servicios prestados, con aquellas definidas en el artículo “De las tarifas por servicios”, “De la transparencia de la información”, “Normas generales para la aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero” de la Codificación de Resoluciones de la Superintendencia de Bancos y Seguros y de la Junta Bancaria, con el fin de ubicarlas en el segmento correspondiente.

Cuadro # 7

	Captación	Ahorro e Inversiones	<ul style="list-style-type: none"> - Cuentas corrientes - Cuentas de ahorros - Depósitos a Plazo.
PRODUCTOS FINANCIEROS	Colocación	<p style="text-align: center;">Créditos</p> <p style="text-align: center;">Tarjetas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Crédito de Consumo - Crédito de Vehículo - Crédito de vivienda - Crédito de Microempresa - Crédito de Corporativo - Créditos Productivos - Cartas de Garantía - Cartas de Crédito Domésticas - Crédito de Vivienda <p> Visa American express Diners Club Master card </p>
		Otros	<ul style="list-style-type: none"> - Transferencias internas y al exterior - Casilleros de seguridad - Servicios transaccionales

Fuente: Bancos

Elaboración: Las autoras

En caso de que una institución del sistema financiero genere un nuevo servicio que no se encuentre contemplada en los segmentos establecidos en esta resolución, en forma previa a su utilización serán sometidas al análisis por parte del organismo de control para asignar un nuevo grupo dentro de la

segmentación. Ningún servicio podrá ser ofertado, si es que no ha sido validado por la Superintendencia de Bancos y Seguros.

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

Las tarifas máximas para el período trimestral que comprende los meses de julio, agosto y septiembre de 2011, dentro de la cuales las instituciones del sistema financiero podrán efectuar cobros por la prestación efectiva de los servicios financieros que constan en los siguientes cuadros:

Cuadro # 8

SERVICIO GENÉRICO	NOMBRE DEL SERVICIO	EN DÓLARES
COSTOS DE SERVICIOS	Costo por un cheque	0.30
	Cheque devuelto nacional	2.79
	Cheque devuelto del exterior	3,24
	Cheque certificado	2,00
	Cheque de gerencia	2,50
	Cheques consideración cámara de compensación	3,00
	Oposición al pago de cheques	3,00
	Abstención de pago de cheques	3,00
	Revocatoria de cheques	3,00

Fuente: Bancos

Elaboración: Las Autoras

Ver anexo 3

Cabe destacar que el gobierno nacional reformó el cobro de algunos servicios bancarios como el mantenimiento de cuentas, débitos, renovación de tarjetas de crédito; motivando de esta manera a los clientes para seguir perteneciendo a determinada entidad financiera.

El sistema de pagos interbancarios posibilita a la ciudadanía y empresas, a realizar transferencias de dinero entre cuentas corrientes o de ahorros de clientes de las instituciones financieras, por cualquier concepto (pago de

servicios básicos, sueldos, pagos a proveedores, consumos de tarjetas de crédito, etc.) El uso de este sistema, como un mecanismo electrónico de pago, genera los siguientes beneficios:

- Evita el manejo de efectivo reduciendo el riesgo de inseguridad.
- Reduce el tiempo de acreditación comparado con depósitos en cheques
- Bajo costo.

El servicio del sistema de pagos interbancarios está a disposición de la ciudadanía a través del sistema financiero, para lo cual se debe acudir a una institución financiera (bancos, cooperativas, financieras, mutualistas) en donde tenga aperturada su cuenta corriente o de ahorro y solicitar el servicio de transferencias interbancarias a través de las páginas web o del hall de atención al cliente. En el año 2008, se procesaron 19 millones de transacciones en el sistema de pago interbancario, por un valor de USD 22 mil millones, principalmente para el pago de nómina, proveedores y servicios básicos como luz, agua y teléfono.

El sistema de cobros interbancarios permite canalizar las órdenes de cobro instruidas por un cliente cobrador a una institución cobradora, para que ordene el débito de la cuenta que un cliente pagador mantiene en una institución pagadora. Para tal efecto el cliente pagador debe haber autorizado previamente los débitos por las órdenes de cobro emitidas por el cliente cobrador. Con este mecanismo se busca dinamizar las transacciones comerciales y financieras, a través de medios electrónicos, con menores costos operacionales en un marco adecuado de seguridad. Durante el cuarto trimestre de 2008 se procesaron 114.782 operaciones en el Sistema de Cobros Interbancarios SCI, por un valor de USD 122 millones, por concepto de Cobro Aportes Patronales del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, dividendos de los créditos por operaciones de banca de segundo piso de la Corporación Financiera Nacional y cobro por préstamos quirografarios del ISSPOL.¹⁷

17 www.superban.gov.ec

El sistema de pago en línea posibilita efectuar transferencias electrónicas de dinero en tiempo real, entre entidades que mantienen cuentas corrientes en el Banco Central del Ecuador. Durante el año 2008 se procesaron 382,467 transferencias por un valor de USD 23 millones. Transferencia segura (Remesas de emigrantes) El Banco Central del Ecuador, a través de convenios de corresponsalía bancaria, ha vinculado electrónicamente a entidades financieras nacionales con entidades financieras de otros países. Bajo este esquema se posibilita a los emigrantes ecuatorianos, efectuar transferencias de dinero desde una cuenta de ahorros o corriente de una institución financiera ubicada en España a una cuenta de ahorros o corriente en una institución financiera ubicada en Ecuador. Durante el año 2008, se procesaron 14,674 transferencias por un valor de USD 9 millones.

Adicionalmente, a través del Sistema Nacional de Pagos se procesaron las siguientes operaciones:

Cuentas de distribución: 197,490 operaciones del sector público por USD 2 mil millones,

Transferencias vía disquete: 1 millón de transferencias por un valor de USD 83 mil millones,

Recaudación de impuestos arancelarios: 31,327 operaciones por un valor de USD 2,822 millones.

Recaudación de impuestos fiscales: 7,455 operaciones de recaudación por un valor de USD 4,495 millones.

Transferencias por Ventanilla: 181 mil transferencias por un valor de USD 56 mil millones.

Transferencias vía Swift: 216 mil transferencias nacionales e internacionales.18

Cuadro # 9

TASAS DE INTERÉS AGOSTO 2011 (*)

1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.37	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.54	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.27	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.99	Consumo	16.30
Vivienda	10.38	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.97	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.24	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.97	Microcrédito Minorista	30.50
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.58	Depósitos de Ahorro	1.43
Depósitos monetarios	0.81	Depósitos de Tarjetahabientes	0.61
Operaciones de Reporto	0.22		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.85	Plazo 121-180	5.00
Plazo 61-90	3.89	Plazo 181-360	5.70
Plazo 91-120	4.83	Plazo 361 y más	6.69
4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO (según regulación No. 009-2010)			
5. TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR			
6. OTRAS TASAS REFERENCIALES			
Tasa Pasiva Referencial	4.58	Tasa Legal	8.37
Tasa Activa Referencial	8.37	Tasa Máxima Convencional	9.33

Fuente: Banco Central

4.1.1 Por institución financiera

Del análisis de los productos y servicios por institución financiera, a continuación presentamos un cuadro con los principales productos y servicios de la banca en la ciudad de Quito; cabe destacar que los mismo son muy diversos.

Cuadro # 10

	Productos	Servicios
Productos y Servicios	Cuentas corrientes Cuentas de ahorros Inversiones Créditos Tarjeta de crédito Financiamiento Comercio Exterior Cash management Garantías bancarias	Banca electrónica Bienes raíces Pagos Remesas Pichincha Compras en USA Plan de novios e-key banca electrónica empresa Tarjeta de débito

Fuente: Bancos

Elaborado: Autores

(Ver anexo 4)

4.1.2 Por subsistema

En toda la banca privada existen similares productos y servicios mientras que las cooperativas están más enfocadas en los créditos y ahorros programados. Cuando las sociedades financieras se dedican al crédito, en la banca pública disminuye la cantidad de créditos.

Cuadro # 11

	Transferencias	Transferencias bancarias Giros	Transferencias bancarias transferencias interbancarias Giros Nacionales Giros internacionales
SERVICIOS FINANCIEROS	Pago a terceros	Varios	Pago servicios básicos Pago Matriculas colegios Interbancarios Aporte patronales Impuestos Matricula vehicular Bono de desarrollo humano Pago nómina empleados Cheques exterior Cheques de gerencia Cheques certificados Referencia bancaria Servipagos
		Otros	Casilleros de seguridad Garantías y avales locales Servicios transaccionales Transporte de valores

Fuente: Bancos

Elaboración: Las Autoras

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

Introducción

En el presente capítulo se pretende analizar al desarrollo de la banca con respecto a los productos y servicios financieros desde la perspectiva de la demanda en la ciudad de Quito específicamente en los Bancos: Solidario, Procredit, Promerica, y Sudamericano.

En primer lugar se analiza la progresiva transformación de la banca a través de la generación de productos con el uso de nueva tecnología.

En segundo lugar nos centramos en la actividad bancaria con respecto a los servicios financieros que se realizan en la ciudad de Quito, para seguir con un estudio a profundidad del nivel de servicio y de oferta de productos bancarios ofrecidos por las entidades bancarias y las estrategias de estos para el posicionamiento y mantenimiento de los clientes.

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

Los factores que influyen directamente en el cliente para decidir ser cliente de una determinada institución financiera son algunos como la solidez, tradición, prestigio, recomendación, cobertura, productos y servicios financieros, costos, servicio al cliente, ubicación, etc.

Actualmente las empresas e instituciones que componen el sistema financiero requieren tener una avanzada infraestructura tecnológica para poder llevar a cabo todos sus servicios. Estos servicios están compuestos principalmente por tarjetas de crédito, estados de cuenta, cotizaciones en la bolsa de valores, manejo de cuentas, pago de servicios básicos, tarjeta de débito, entre otros.

Entre los principales productos tenemos cuentas de ahorro, cuentas corrientes, créditos, tarjetas de crédito, inversiones, de esta manera las instituciones financieras requieren hacer frente a las demandas de sus clientes de manera satisfactoria, para poder brindar un servicio confiable de tal manera que el cliente deje su dinero en manos de alguna institución.

CUADRO # 12
Primera razón cliente banco uno

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 1	111	48,7	48,7	48,7
2	10	4,4	4,4	53,1
3	13	5,7	5,7	58,8
4	24	10,5	10,5	69,3
5	18	7,9	7,9	77,2
6	5	2,2	2,2	79,4
7	11	4,8	4,8	84,2
8	18	7,9	7,9	92,1
9	16	7,0	7,0	99,1
10	1	,4	,4	99,6
11	1	,4	,4	100,0
Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

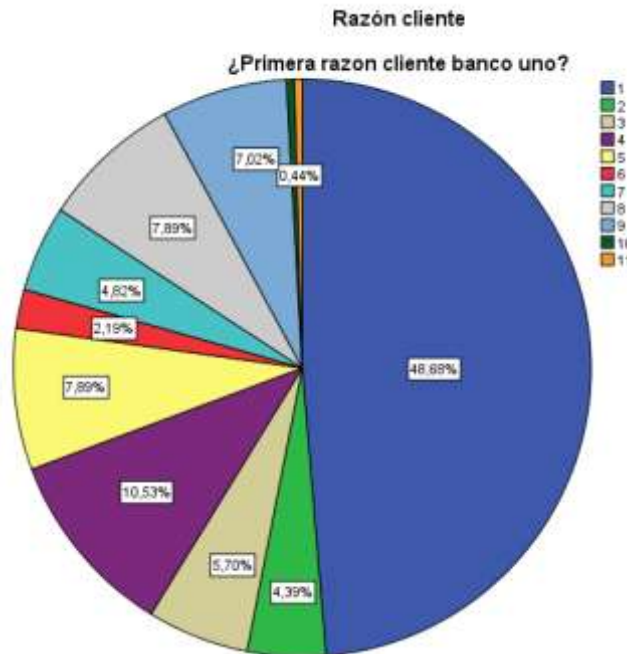
Elaborado: Las Autoras

En la primera razón para ser cliente del banco como se demuestra en el cuadro anterior es predominante la solidez con un 48.7% le sigue con el 10.5% la recomendación.

Actualmente los clientes de los diferentes bancos, están muy atentos a los resultado que cada trimestre obtienen las instituciones financieras ya que en la actualidad se puede obtener con mucha facilidad los índices financieros, esto es una de las razones de mayor importancia para seguir siendo clientes de alguna institución en particular, según el estudio realizado por medio de las

encuestas el 48,7% están pendientes de la solidez de su institución financiera preferida.

Gráfica # 6



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaboración: Las Autoras

En esta gráfica demostramos con mayor claridad las principales razones por las que los clientes deciden hacer uso de dichas instituciones financieras, donde las opciones son:

- 1= solidez
- 2= tradición
- 3= prestigio
- 4= recomendación
- 5= cobertura
- 6= productos y servicios financieros
- 7= costos
- 8= servicio al cliente
- 9= ubicación

10= fácil tramitología

11= otros

CUADRO # 13

Segunda razón cliente banco uno

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0	1	,4	,4	,4
1	18	7,9	7,9	8,3
2	42	18,4	18,4	26,8
3	26	11,4	11,4	38,2
4	55	24,1	24,1	62,3
5	23	10,1	10,1	72,4
6	7	3,1	3,1	75,4
7	15	6,6	6,6	82,0
8	32	14,0	14,0	96,1
9	9	3,9	3,9	100,0
Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

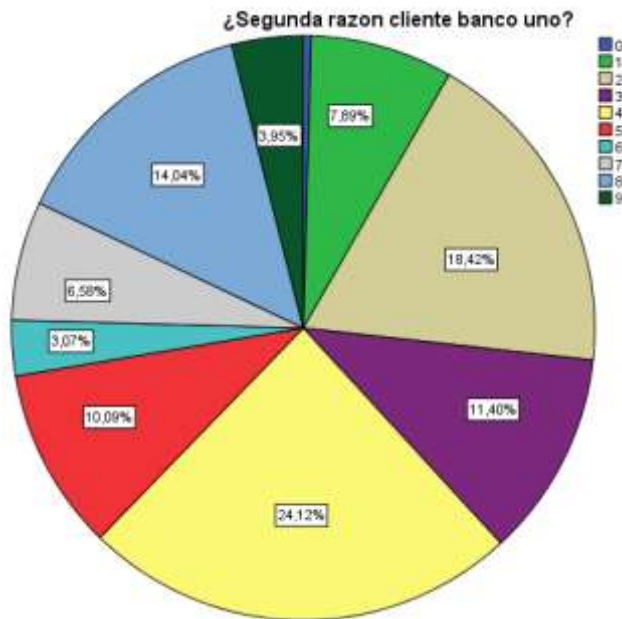
Elaborado: Las Autoras

La segunda razón para ser cliente es por recomendación con el 24.1% seguido por la tradición con el 18.4%.

La recomendación para un cliente es muy importante hay un dicho muy conocido y cierto es “cliente satisfecho atrae diez clientes más” por lo tanto es necesario la dinámica del sector financiero que se distingue por su marcada competitividad. Para permanecer en este mercado se requiere proveer el mejor servicio y al mejor costo.

Este servicio debe ofrecer confiabilidad, disponibilidad, agilidad y calidad de la información. Se requieren tecnologías de información altamente eficientes y capaces de evolucionar de manera flexible y rápida.

Gráfica # 7



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

En esta gráfica se puede observar con toda claridad la segunda razón para ser clientes, la primordial es por recomendación, seguido por la tradición.

1= solidez

2= tradición

3= prestigio

4= recomendación

5= cobertura

6= productos y servicios financieros

7= costos

8= servicio al cliente

9= ubicación

10= fácil tramitología

11= otros

La cultura es un factor importante para la banca. Las razones son únicas en muchos niveles, desde las preferencias de compra y las preocupaciones por la

seguridad hasta la infraestructura de telecomunicaciones nacional y las medidas regulatorias destinadas a proteger el país.

Las razones más importantes de los bancos son sus clientes por lo tanto mantenerlos es muy importante, los errores al estar realizando transacciones sin tomar en cuenta en primer lugar al cliente, es la falta de conocimiento de la importancia del uso del servicio y renuencia a cambiar la manera actual de hacer trato entre el cliente y los bancos.

CUADRO # 14

Tercera razón cliente banco uno

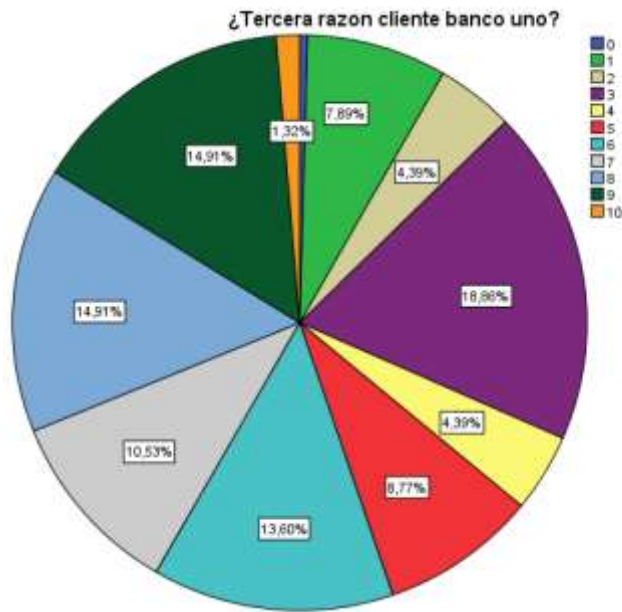
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0	1	,4	,4	,4
1	18	7,9	7,9	8,3
2	10	4,4	4,4	12,7
3	43	18,9	18,9	31,6
4	10	4,4	4,4	36,0
5	20	8,8	8,8	44,7
6	31	13,6	13,6	58,3
7	24	10,5	10,5	68,9
8	34	14,9	14,9	83,8
9	34	14,9	14,9	98,7
10	3	1,3	1,3	100,0
Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

La razón número tres la principal razón de ser cliente es el prestigio con el 18.90% seguido por empate del 14.9% de servicio al cliente y ubicación.

Gráfica # 8



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

En esta gráfica se demuestra que el prestigio es la primera alternativa en la tercera razón emitida por el cliente seguida por el servicio al cliente y la ubicación del banco.

1= solidez

2= tradición

3= prestigio

4= recomendación

5= cobertura

6= productos y servicios financieros

7= costos

8= servicio al cliente

9= ubicación

10= fácil tramitología

11= otros

CUADRO # 15

Primera razón cliente banco dos

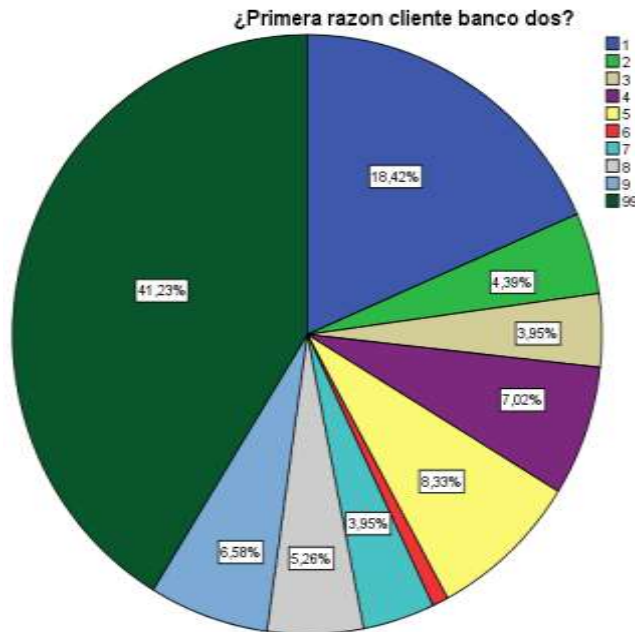
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 1	42	18,4	18,4	18,4
2	10	4,4	4,4	22,8
3	9	3,9	3,9	26,8
4	16	7,0	7,0	33,8
5	19	8,3	8,3	42,1
6	2	,9	,9	43,0
7	9	3,9	3,9	46,9
8	12	5,3	5,3	52,2
9	15	6,6	6,6	58,8
99	94	41,2	41,2	100,0
Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

Hay clientes que tienen sus fondos en más de una institución financiera, en este caso el 18.4% de los clientes encuestados dicen que su razón principal es la solidez.

Gráfica # 9



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

En este caso nos damos cuenta que 94 encuestados no tienen otra institución financiera preferida, la solidez es la preferencia número uno de 42 clientes representando un 18.4%.

Es necesario poner atención en lo que están pendientes los clientes, en lo que comprarían, en los productos financieros que están comprando en otras compañías, el segmento de mercado en el que se encuentran, la mejor manera de acercarse a ellos, la manera de medir sus reacciones, la manera en asegurar su satisfacción, las habilidades requeridas por el equipo de trabajo, cómo motivarlos, qué sistemas son requeridos para apoyarlos.

CUADRO # 16

Segunda razón cliente banco dos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0	1	,4	,4	,4
1	5	2,2	2,2	2,6
2	38	16,7	16,7	19,3
3	10	4,4	4,4	23,7
4	21	9,2	9,2	32,9
5	9	3,9	3,9	36,8
6	4	1,8	1,8	38,6
7	10	4,4	4,4	43,0
8	28	12,3	12,3	55,3
9	7	3,1	3,1	58,3
99	95	41,7	41,7	100,0
Total	228	100,0	100,0	

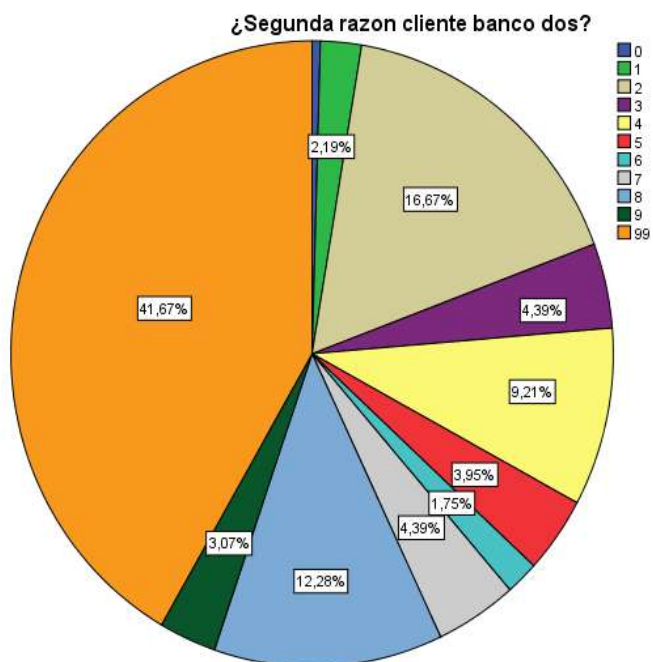
Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

En la segunda razón para ser cliente del banco dos la preferencia se inclina por la tradición con el 16.7% seguido por el servicio al cliente con el 12.3% además aclarando que el 41.7% de los encuestados no tenían un banco dos.

El objetivo que la información esté integrada es tener un perfil personal y financiero. Los datos que deben estar integrados incluyen: satisfacción de clientes, necesidades del cliente, quejas de los clientes, lealtad de los clientes, perfil personal y financiero del cliente, valores en cartera de los clientes, historial de los contactos hechos con el cliente, segmentación de los clientes y las utilidades generadas por cada cliente.

Gráfica # 10



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

El naranja indica el gran porcentaje de clientes que no mantiene relación con otra entidad financiera, la razón más importante número dos del banco dos es por tradición y servicio al cliente.

CUADRO # 17

Tercera razón cliente banco dos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0	2	,9	,9	,9
1	6	2,6	2,6	3,5
2	5	2,2	2,2	5,7
3	45	19,7	19,7	25,4
4	8	3,5	3,5	28,9
5	9	3,9	3,9	32,9
6	13	5,7	5,7	38,6
7	19	8,3	8,3	46,9
8	6	2,6	2,6	49,6
9	19	8,3	8,3	57,9
10	1	,4	,4	58,3
99	95	41,7	41,7	100,0
Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

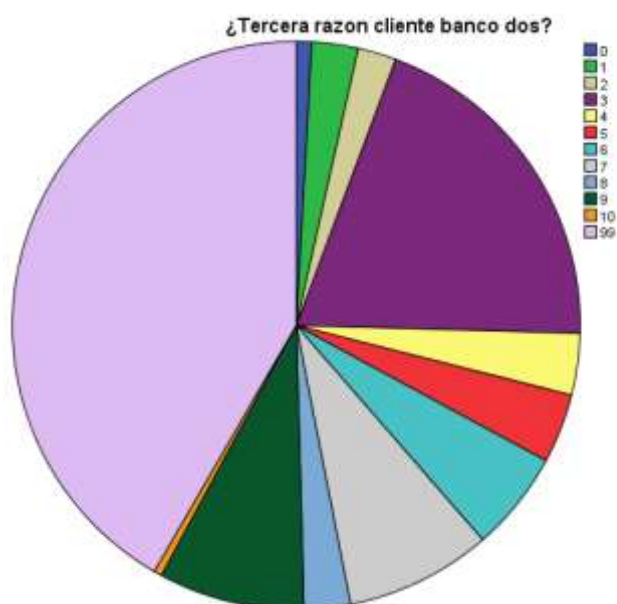
En esta tercera razón para ser cliente del banco dos fuera de los 95 cliente que contestaron que no tienen una segunda relación financiera, está en primer lugar el prestigio con el 19.7% seguido por el costo y ubicación cada una con 8.3%.

Los productos financieros como las cuentas, y las tarjetas de crédito y débito tienen poca diferencia en cuanto a costos.

Las instituciones financieras tratan de que estos productos tengan una diferenciación en cuanto al valor agregado de sus servicios.

Esto es posible a través de las cuentas basadas en transacciones en línea en donde puede haber una oportunidad para los proveedores del servicio para otorgar al cliente mensajes y para personalizar el uso de su interface.

Gráfica # 11



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

El código 99 son los clientes que no tienen una segunda institución financiera en preferencia, el prestigio es la tercera razón de mantener una relación con el banco dos seguida por el costo y la ubicación de dicha institución.

3.1.1 Estudio comparativo entre tipos de IFIS.

Para comparar las condiciones que ofrecen los bancos en productos y servicios como son el banco Solidario, Procredit, Promerica, y Sudamericano podemos consultar sus características en los siguientes cuadros comparativos, profundizamos en la información que es otorgada por los clientes y analizamos las características que más se adapten a las necesidades para este estudio.

CUADRO # 18

Preferencia banco 1

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 11	8	3,5	3,5	3,5
12	1	,4	,4	3,9
17	2	,9	,9	4,8
18	24	10,5	10,5	15,4
19	109	47,8	47,8	63,2
20	2	,9	,9	64,0
21	56	24,6	24,6	88,6
22	25	11,0	11,0	99,6
24	1	,4	,4	100,0
Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

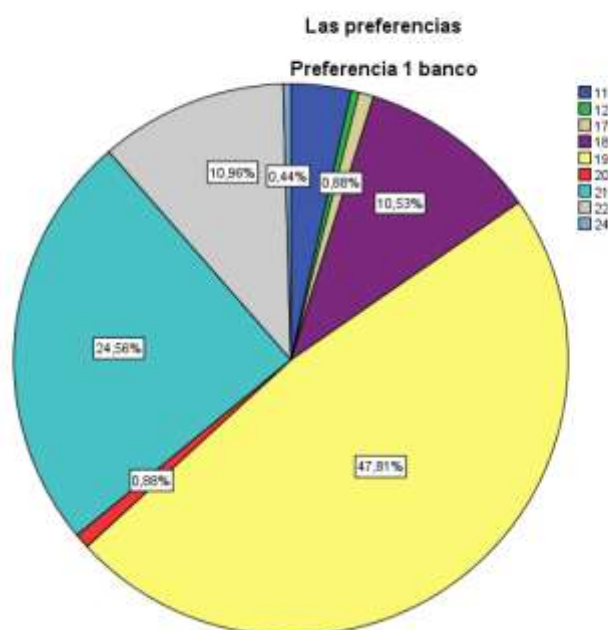
Elaborado: Las Autoras

Podemos observar que del total de la muestra que son 228 clientes, 109 clientes tienen como preferencia uno al Banco Procredit con el 47.8%; seguido por 56 clientes banco Promerica con el 24.60% y 25 clientes tienen como su banco número uno al Solidario con un 11%.

Además de tratarse de un sector que utiliza intensivamente la información y que precisa de la entrega física de sus productos y servicios; la banca puede aprovecharse en gran medida de las ventajas de la venta cruzada como canal de venta, entre las que se encuentran la reducción de diversas fuentes de costos, la ampliación de mercados, la eliminación de barreras de entrada a otros mercados, el incremento del valor añadido de los productos ofertados, el suministro de información sobre el comportamiento de los clientes.

El interés de las grandes instituciones financieras por implantar nuevos sistemas tecnológicos, ha logrado garantizar simultáneamente una mejora de la gestión interna, facilitando los procesos y por otra parte, la capacidad de ofrecer nuevos servicios asociados a los productos bancarios tradicionales.

Gráfica # 12



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

Evaluando cada uno de los bancos, respecto de la preferencia uno, acorde con la muestra tenemos el siguiente informe:

Solidario con una muestra de 38 encuestados de los cuales 25 clientes lo tienen como prioridad uno.

Promerica con una muestra de 79 encuestados de los cuales 56 clientes lo tienen como prioridad uno.

Procredit con una muestra de 110 encuestados de los cuales 109 clientes lo tienen como prioridad uno.

CUADRO # 19
Preferencia banco 2

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0	4	1,8	1,8	1,8
1	5	2,2	2,2	3,9
2	4	1,8	1,8	5,7
3	4	1,8	1,8	7,5
4	2	,9	,9	8,3
10	5	2,2	2,2	10,5
11	11	4,8	4,8	15,4
12	2	,9	,9	16,2
16	1	,4	,4	16,7
17	5	2,2	2,2	18,9
18	34	14,9	14,9	33,8
19	1	,4	,4	34,2
20	13	5,7	5,7	39,9
21	22	9,6	9,6	49,6
22	19	8,3	8,3	57,9
23	1	,4	,4	58,3
24	4	1,8	1,8	60,1
99	90	39,5	39,5	99,6
119	1	,4	,4	100,0
Total	228	100,0	100,0	

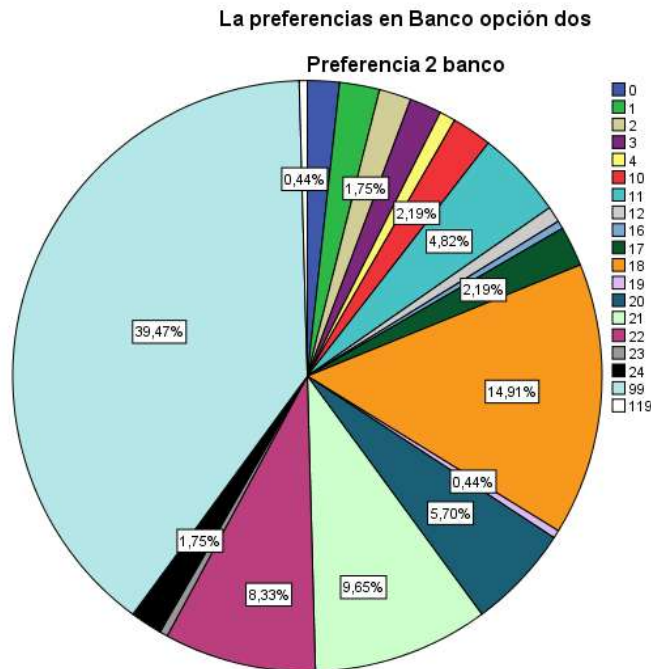
Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

Sudamericano con una muestra de 1 encuestado, no tiene como banco dos en preferencia. Es importante mencionar del banco Procredit de la muestra de 110 clientes 90 de ellos no tienen un banco de preferencia dos.

La banca se limita al uso de un protocolo de comunicaciones que permite el acceso a la información en tiempo real, sin embargo, teniendo en cuenta un enfoque más estratégico, la banca tiene implicaciones en el sector de la banca comercial que trascienden la idea de que esta solo está asociada a un nuevo canal de distribución.

Gráfica # 13



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

Aquí cabe destacar que el banco de preferencia dos es variado con algunos picos como es el caso de banco pichincha con el 14.9%, seguido por Promerica con el 9.6% y solidario con 8.3% de participación.

3.1.2 Estudio comparativo entre productos y servicios.

Es importante mencionar que algunas instituciones bancarias otorgan una gran variedad de productos y servicios dependiendo de la zona geográfica donde se realice el estudio en nuestro caso Quito.

El ambiente que se vive dentro del sector financiero es de alta competencia, es por eso que las instituciones financieras deben buscar los mecanismos adecuados para acercarse a los clientes y generarles la confianza requerida para que ellos elijan los servicios

Por lo tanto día a día, estas instituciones implementan sus tecnologías de información con las herramientas más adecuadas para conservar la lealtad de

los clientes. Actualmente los clientes buscan seguridad al momento de realizar sus transacciones.

A través de canales de comunicación más eficientes con el flujo ágil de la información, las instituciones financieras han ido adoptando una nueva manera de trabajar y de asegurar los activos de sus clientes.

Con estas herramientas cada vez más clientes utilizarán estos productos y servicios, en sus operaciones y conservarán el servicio que más se adapte a sus necesidades.

CUADRO # 20

Prioridad producto financiero banco 1

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 1	101	44,3	44,3	44,3
2	38	16,7	16,7	61,0
3	28	12,3	12,3	73,2
4	5	2,2	2,2	75,4
7	29	12,7	12,7	88,2
8	13	5,7	5,7	93,9
9	3	1,3	1,3	95,2
10	10	4,4	4,4	99,6
11	1	,4	,4	100,0
Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

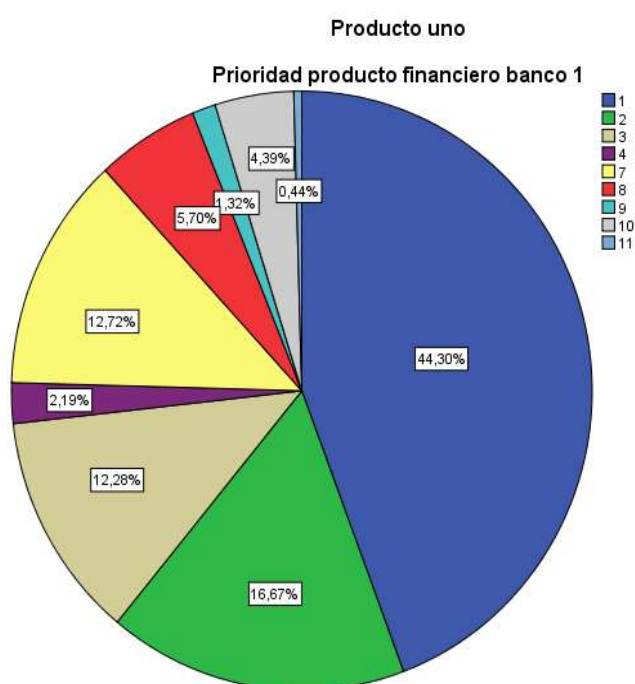
Elaborado: Las Autoras

Como se puede analizar en este cuadro el producto de preferencia número uno en el banco uno es la cuenta de ahorro con un 44.3% en la muestra de 228 clientes le sigue la cuenta corriente con un 16.7% y casi de la mano están el microcrédito con un 12.7% y pólizas de acumulación con en 12.7%.

La ventaja del producto de mayor preferencia que es la cuenta de ahorros; es, que en los bancos no tiene ningún costo, ni comisiones de administración ni mantenimiento de la cuenta, además podremos disponer de efectivo y servicio de transferencias nacionales de forma totalmente gratuita.

No obstante, la mejor ventaja de todas y la razón por la que se distancia de otros productos es que la entidad no nos condiciona la contratación de ningún producto adicional. Es decir, una cuenta que actúa como un depósito pero con todas las ventajas de la cuenta de ahorro de toda la vida. Podremos disponer del dinero que queramos de la cuenta en cualquier momento. Lo único malo, quizás, es que no permite ganar rentabilidad como en una póliza de acumulación.

Gráfica # 14



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

Aquí se observa con mucha más claridad la preferencia de los productos financieros en los bancos estudiados, número uno ahorros, dos cuenta corriente, y en el tercero están dos con muy poca diferencia; el microcrédito y las pólizas de acumulación.

Cabe destacar que tanto banco Solidario como banco Procredit están creciendo con respecto al microcrédito que otorgan, actúan siempre con ética honradez, integridad y transparencia. Tienen solidaridad respetan y valoran a los demás con sus necesidades, intereses y responsabilidades para alcanzar

juntos crecimiento y desarrollo. Además mantienen una responsabilidad social trabajan por el país para generar crecimiento de manera sustentable, promoviendo la conservación de los recursos ambientales, respetando la diversidad y contribuyendo a la reducción de las desigualdades sociales. Actúan con prudencia y con sensatez para proteger los intereses de sus clientes. Con calidad dirigen sus acciones con la convicción de satisfacer las necesidades de sus clientes a través de un servicio oportuno, eficiente y personalizado.

CUADRO # 21

Prioridad producto financiero banco 2

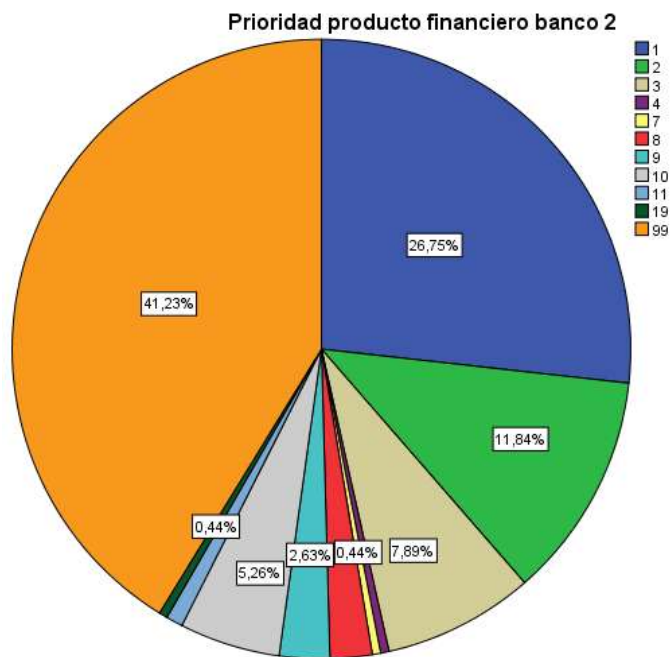
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 1	61	26,8	26,8	26,8
2	27	11,8	11,8	38,6
3	18	7,9	7,9	46,5
4	1	,4	,4	46,9
7	1	,4	,4	47,4
8	5	2,2	2,2	49,6
9	6	2,6	2,6	52,2
10	12	5,3	5,3	57,5
11	2	,9	,9	58,3
19	1	,4	,4	58,8
99	94	41,2	41,2	100,0
Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

En el banco de preferencia dos el producto de preferencia uno es la cuenta de ahorros con una participación del 26.8%, la cuenta corriente con 11.8% y las pólizas de acumulación con un 7.9%; por supuesto que cabe mencionar que el 41.2% de los encuestados en este caso no tenían un segundo banco de preferencia.

Gráfica # 15



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

De la muestra de 228 clientes, 94 no tienen un banco dos de preferencia, los productos de preferencia de los 134 clientes que si mantenían un banco de preferencia dos tenemos la preferencia en productos la cuenta de ahorros como número uno con un total de 61 clientes que representa el 26.8%, la cuenta corriente con 27 clientes y las pólizas de acumulación con 18 clientes.

CUADRO # 22

Prioridad servicio financiero banco 1

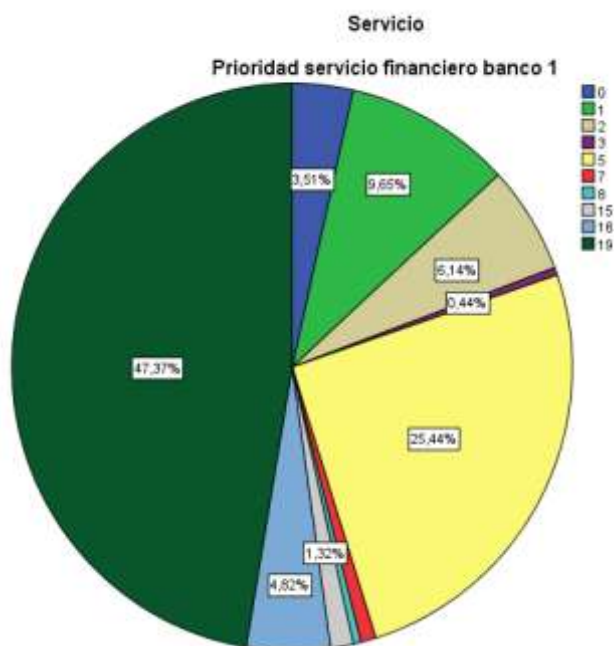
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0	8	3,5	3,5	3,5
	1	22	9,6	9,6	13,2
	2	14	6,1	6,1	19,3
	3	1	,4	,4	19,7
	5	58	25,4	25,4	45,2
	7	2	,9	,9	46,1
	8	1	,4	,4	46,5
	15	3	1,3	1,3	47,8
	16	11	4,8	4,8	52,6
	19	108	47,4	47,4	100,0
	Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

La prioridad en los servicios de banco uno, con el 47.4% la tarjeta de débito, seguido por el pago de servicios básicos con el 25.4% y en tercer lugar las transferencias bancarias.

Gráfica # 16



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

Aquí se denota la preferencia por la tarjeta de débito con 108 clientes que dicen es su servicio preferido de una muestra de 228 clientes.

El motivo de esta preferencia de servicio financiero es que con su tarjeta de débito, el titular está facultado para retirar una cantidad de dinero en efectivo, en números redondos, de un cajero automático o en ventanilla menor o igual a la de su saldo disponible. En la cuenta permanecerá la cantidad de saldo que haya quedado disponible si se sacó menos del saldo que se tenía o estará en cero si se retiró todo el saldo que se tenía disponible, además en el cajero automático las 24 horas el servicio está disponible.

CUADRO # 23

Prioridad servicio financiero banco 2

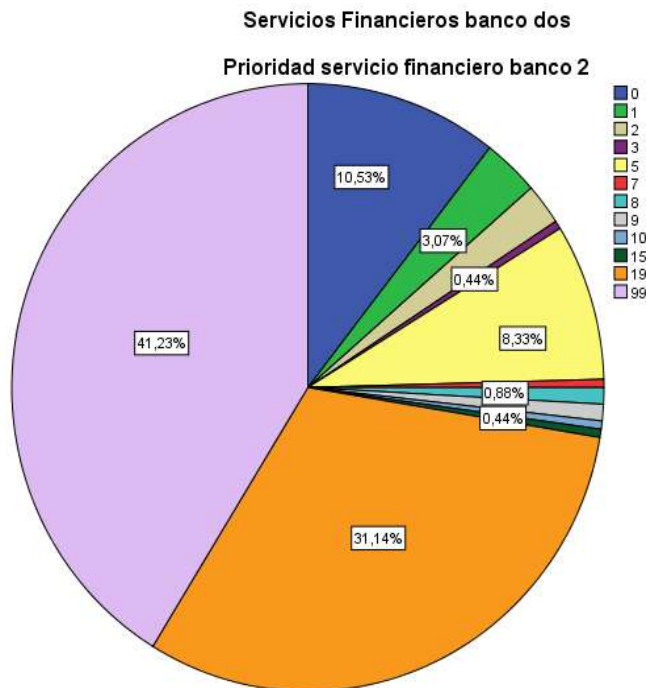
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0	24	10,5	10,5	10,5
1	7	3,1	3,1	13,6
2	5	2,2	2,2	15,8
3	1	,4	,4	16,2
5	19	8,3	8,3	24,6
7	1	,4	,4	25,0
8	2	,9	,9	25,9
9	2	,9	,9	26,8
10	1	,4	,4	27,2
15	1	,4	,4	27,6
19	71	31,1	31,1	58,8
99	94	41,2	41,2	100,0
Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

En el banco dos la preferencia sigue igual solo que aquí si tenemos que tomar en cuenta que de los 228 encuestados el 41.2% no tienen un banco de preferencia dos por lo tanto no tienen un servicio financiero de preferencia dos, en este caso el servicio financiero de preferencia uno es la tarjeta de débito con el 31.10% en segundo lugar está el pago de servicios básicos con el 8.3%, tomando en cuenta además que el 10.50% no contestaron esta pregunta.

Gráfica # 17



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas
Elaborado: Las Autoras

Tenemos la información en la gráfica correspondiente de que el servicio financiero de mayor preferencia es la tarjeta de débito seguido por el pago servicios básicos.

3.2 La comunicación con el cliente y servicio al cliente.

La comunicación con los clientes es muy importante, existen algunos canales de comunicación como la personal, el teléfono, e-mail o la web. Todos y cada uno de los canales de comunicación tienen sus propias características.

En cuanto a las oportunidades con los canales de comunicación, es posible encontrar las siguientes oportunidades:

Funcionalidad ATM (Modo de transferencia asincrónica). La funcionalidad ATM puede ser desarrollada para permitir a los clientes completar aplicaciones para préstamos, tarjetas de crédito, hipotecas, etc.

Las tecnologías basadas en Internet han traído rápidamente servicios de voz basados en la Web, que ha sido utilizado por las entidades bancarias para

llevar a cabo reuniones corporativas, conferencias y seminarios. Esta tecnología puede ser utilizada en la distribución de productos financieros.

La conveniencia y el confort se están volviendo más importantes al mismo tiempo en que las instituciones financieras tratan de incrementar su participación en la cartera del cliente.

Presentación de la factura electrónica y el pago. A través de este sistema, las transacciones de dinero pueden ser sostenidas electrónicamente a través de Internet, desde emitir la factura hasta recolectar el pago.

Comunicaciones móviles. Las instituciones financieras buscan migrar las transacciones, productos y servicios al cliente a canales más baratos.

Con canales de comunicación más eficientes, es posible realizar un gran número de operaciones y transacciones en el menor tiempo.

CUADRO # 24

¿Cómo valora servicio cliente banco uno?

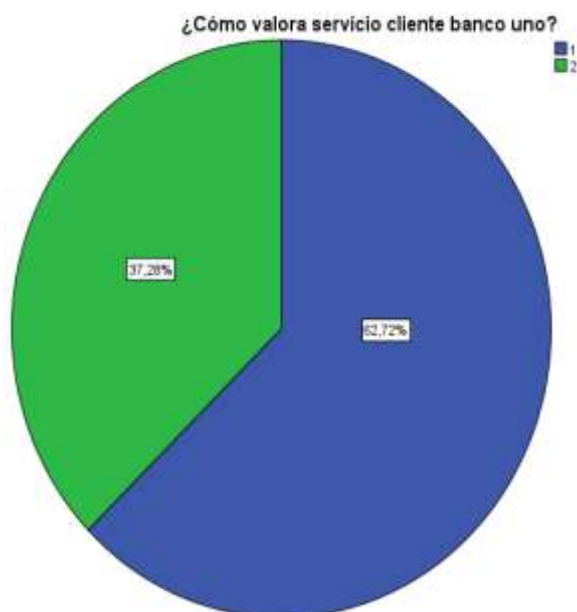
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 1	143	62,7	62,7	62,7
2	85	37,3	37,3	100,0
Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

El servicio en el banco uno está valorado con un 62.7% como muy bueno y el 37.3% como bueno.

Gráfica # 18



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

Aquí podemos distinguir con mucha claridad la calificación del servicio financiero donde 143 clientes de una muestra de 228 dicen que la atención es muy buena y los 85 clientes restantes dicen que el servicio al cliente es bueno.

CUADRO # 25

¿Cómo valora servicio cliente banco dos?

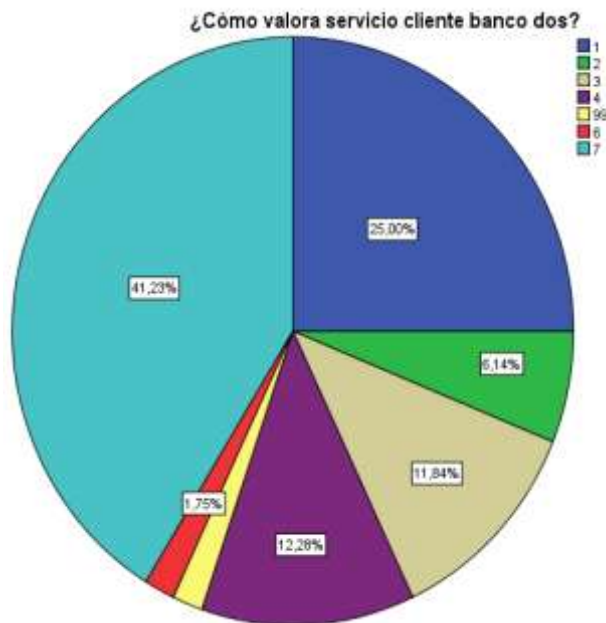
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	75	32,9	32,9	32,9
	2	56	24,6	24,6	57,5
	3	2	,9	,9	58,3
	4	1	,4	,4	58,8
	99	94	41,2	41,2	100,0
	Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

En este cuadro de la calificación al banco de opción número dos la calificación de servicio al cliente como muy bueno con el 32.9%, como bueno el 24.6%, malo el 0.9% y muy malo el 0.4% tomando en cuenta también en este cuadro que el 41.2% no tenía banco dos de preferencia.

Gráfica # 19



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

Tenemos la gráfica donde nos indica claramente que la mayoría de clientes califica el servicio al cliente del banco de preferencia dos como muy buena.

1= muy buena

2= buena

3= malo

4= muy malo

99= no aplica

3.2.1 Comunicación con el cliente.

Los canales de comunicación con el cliente son algunos, entre los principales están los siguientes:

- 1= físico (el cliente va al banco)
- 2= Un funcionario del banco me visita
- 3= a través del teléfono
- 4= a través de la banca virtual
- 5= a través de la web 2.0
- 6= a través de medios impresos
- 7= otros

CUADRO # 26

Primer canal con banco uno

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 1	62	27,2	27,2	27,2
2	55	24,1	24,1	51,3
3	64	28,1	28,1	79,4
4	30	13,2	13,2	92,5
5	3	1,3	1,3	93,9
6	13	5,7	5,7	99,6
7	1	,4	,4	100,0
Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

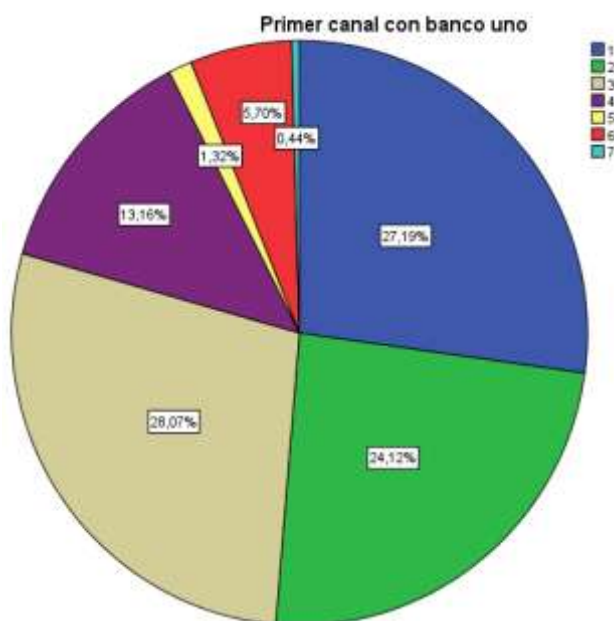
El primer canal de comunicación de la muestra de 228 clientes es a través del teléfono con el 28.1%, en segundo lugar está el físico con el 27.2% y en tercer lugar las visitas del oficial al cliente con el 24.1%, en cuarto puesto está a través de la banca virtual con el 13.20%.

El contacto telefónico representa un factor trascendental en el servicio que se ofrece al cliente. No importa si una compañía está diseñando cualquier sistema

de servicio al cliente; los planificadores deben abordar los aspectos clave, desde el modo de atención por teléfono hasta el tiempo en el que se debe establecer la comunicación, especialmente si se trata sobre el tiempo que se tarda en atender una llamada, así como en la cuestión de recibir llamadas telefónicas sin presencia física; tal el caso de los mensajes telefónicos, que deben ser recibidos conforme a todas las actitudes positivas de "servir al cliente", para que el individuo que recibe o emite un mensaje, quede consiente que fue comprendido.

Se asegura que un cliente al otro lado del teléfono, puede darse cuenta con cuanta disposición es atendido por el empleado o telefonista del banco y se enfatiza en el temor por parte de éste, al momento de hacer una llamada después de que el teléfono timbra más de lo debido.

Gráfica # 20



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

El primer canal de comunicación del banco uno es el medio telefónico con un total de 64 clientes, en segundo lugar está en el que el cliente se acerca personalmente al banco con un número de 62 clientes, en tercer lugar que un

oficial del banco visita al cliente son 55, en cuarto lugar esta 30 clientes que lo hace a través de la banca virtual.

Servicio adaptado al Cliente: Los menús son generados por la aplicación para cada usuario, dependiendo de los productos que tiene adquiridos y de los servicios que el Banco ofrece para esos productos, con lo que cada usuario ve sólo las operaciones que puede realizar en un menú hecho para él.

Servicio flexible al usuario: El usuario puede recibir un subconjunto de todas las opciones disponibles dependiendo de las autorizaciones que se le definan para una determinada cuenta. Esta opción de personalización es útil para los clientes empresa donde una misma cuenta de la empresa es administrada por varias personas. Cada usuario recibirá un menú diferente sobre una misma cuenta dependiendo de las operaciones a que se le haya concedido autorización.

Operaciones Personalizadas: Cada usuario puede elaborar su menú de operaciones, seleccionando de todas las operaciones que el usuario tenga disponibles, las que desee incluir en su menú personal; de tal manera que en un solo paso puede acceder a las operaciones que frecuentemente utiliza, sin dejar de tener acceso a la totalidad de sus operaciones disponibles.

Sin duda, a través de la personalización se refuerza la interacción entre el banco y el cliente, dentro de márgenes no alcanzados incluso a través de la atención personal. Las anteriores son solo algunas de las herramientas vigentes en las actuales aplicaciones de banca por Internet y su perfeccionamiento, orientado a la total satisfacción del cliente sigue siendo una de las tareas de las entidades financieras que hacen uso de las nuevas tecnologías.

CUADRO # 27

Segundo canal con banco uno

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0	5	2,2	2,2	2,2
1	18	7,9	7,9	10,1
2	12	5,3	5,3	15,4
3	116	50,9	50,9	66,2
4	31	13,6	13,6	79,8
5	10	4,4	4,4	84,2
6	35	15,4	15,4	99,6
99	1	,4	,4	100,0
Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

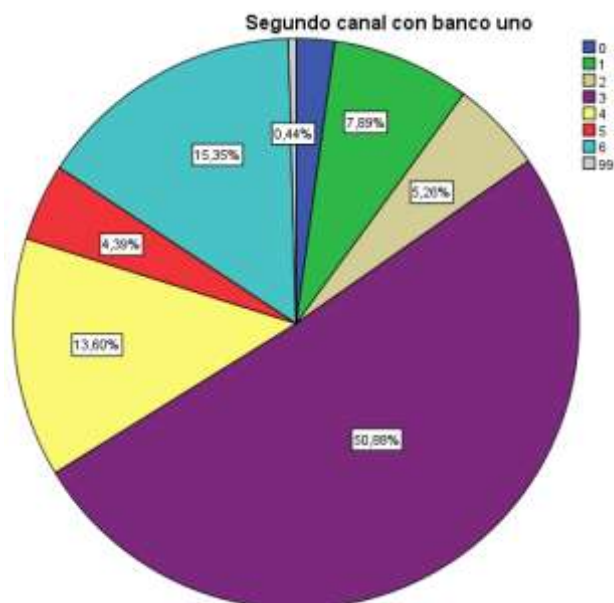
Elaborado: Las Autoras

Para el segundo canal de comunicación en la muestra de encuestados tenemos que el segundo canal de comunicación es a través del teléfono con el 50.9% de participación, en segundo lugar está la comunicación a través de medios impresos, en tercer lugar está la comunicación a través de la banca virtual con el 13.6%.

La automatización y personalización consisten en que la institución financiera al contar con un análisis del comportamiento del cliente le proporcione servicios únicos. Por ejemplo; notificar al cliente, por los diferentes canales de acceso, eventos importantes y avisos sobre sus operaciones, como que el saldo de su tarjeta de crédito es bajo, no tiene fondos su cuenta corriente, se venció su póliza de seguro, entre otros.

Por otro lado, las entidades deben aprovechar la versatilidad del sistema, el cual permite enviar mensajes proactivos para ofrecer y ampliar la gama de servicios vigentes.

Gráfica # 21



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

La comunicacién en el segundo canal del banco uno, tiene como resultado la preferéncia por la comunicacién a travérs del teléfoño con un número de 116 clientes del total de la muestra de 228, en segundo lugar está la comunicacién a travérs de medios escritos con un total de 35 clientes y en tercer lugar está la comunicacién a travérs de la banca virtual con un número de 31 clientes.

CUADRO # 28

Tercer canal con banco uno

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0	8	3,5	3,5	3,5
1	11	4,8	4,8	8,3
2	16	7,0	7,0	15,4
3	28	12,3	12,3	27,6
4	91	39,9	39,9	67,5
5	14	6,1	6,1	73,7
6	41	18,0	18,0	91,7
7	5	2,2	2,2	93,9
99	14	6,1	6,1	100,0
Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

En el tercer canal de comunicación en el banco uno, está en primer lugar la banca virtual con un 39.9%, en segundo lugar la comunicación a través de medios escritos con un total de 18%, y luego está la comunicación telefónica con el 12.3%.

En la actualidad, es difícil cuestionar que el Internet está cambiando la forma en que las compañías están haciendo negocios. Todo apunta a que quizás en el futuro, el Internet se convertirá en un núcleo central para realizar negocios; en nuestra forma de relacionarnos, como lo es en la actualidad el teléfono. Una de las transformaciones que está sufriendo este nuevo mundo es que las expectativas de los clientes han cambiado. Estos ahora demandan acceso 24 horas, 7 días a la semana, a los productos y servicios adaptados a sus necesidades y no basta con tener una presencia física como es el caso de una estructura de oficinas.

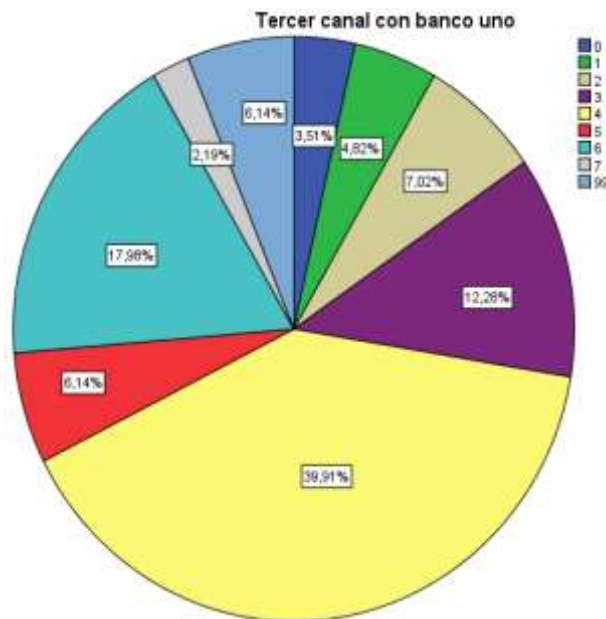
La banca no escapa de esta nueva realidad. Tradicionalmente ha desarrollado sus estrategias, que se centran en sus líneas de negocios. Esto está

evolucionando hacia un enfoque en la relación con el cliente, integrando los productos y los servicios.

Con la creciente competencia, las instituciones financieras deben proporcionar una nueva oferta de productos y servicios, además de ser capaces de operar más rápidamente en el mercado que sus competidores. Estas deben alcanzar el mayor número de clientes posibles, independientemente de dónde se encuentren (oficina, casa, hotel, aeropuerto) o como accedan a ellas (sucursales, teléfono fijo y móvil, computadoras). Para esto, las entidades financieras están utilizando nuevos canales que se adaptan a estas nuevas necesidades.

Estos canales aprovechan gran parte de la infraestructura de negocios actual y la adaptan a esta nueva forma de hacer negocios. Uno de estos canales es Internet. En cualquier caso, no se trata de Internet desde un punto de vista estrictamente tecnológico, sino de cómo utilizando Internet y las tecnologías asociadas, éstas pueden ayudar a adaptar el entorno bancario tradicional al nuevo entorno financiero virtual; el nuevo escenario de la economía.

Gráfica # 22



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

Como se puede observar en la gráfica anterior la preferencia como tercer canal de comunicación en primer lugar es a través de la banca virtual con un total de 91 clientes del total de la muestra de 228 encuestados, en segundo lugar está la comunicación a través de medios impresos con un total de 41 clientes.

CUADRO # 29
Primer canal con banco dos

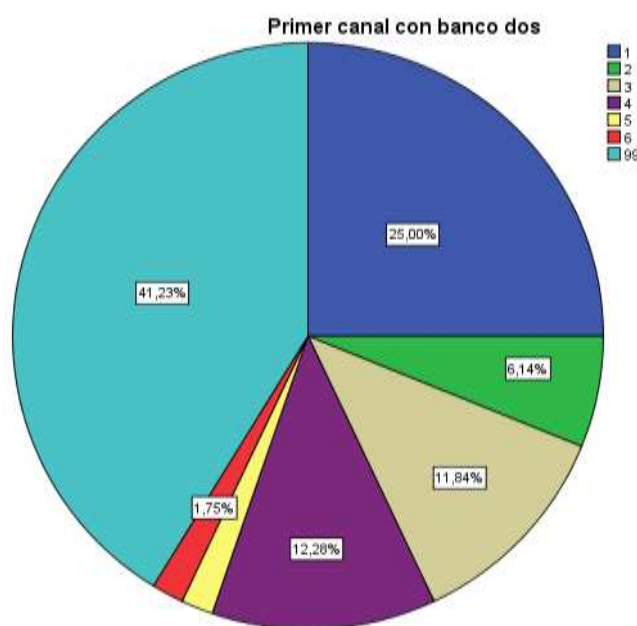
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 1	57	25,0	25,0	25,0
2	14	6,1	6,1	31,1
3	27	11,8	11,8	43,0
4	28	12,3	12,3	55,3
5	4	1,8	1,8	57,0
6	4	1,8	1,8	58,8
99	94	41,2	41,2	100,0
Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

El primer canal de comunicación del banco dos es el físico con un 25%, en segundo lugar se encuentra la comunicación a través de la banca virtual con un 12.3% y en tercer lugar la comunicación a través de la línea telefónica con el 11.8%, aclaramos por supuesto que el 41.2% de los encuestados no tenían banco de preferencia dos por lo tanto no tenemos una respuesta de aquellos clientes en esta variable.

Gráfica # 23



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

El 99 significa que no aplica y es por aquellos encuestados que no tienen banco de preferéncia dos; en este caso el primer canal de comunicacién del banco dos es el fíísico con un total de 57 clientes, en segundo lugar queda la comunicacién a travéés de la banca virtual con 28 clientes, como tercer canal de comunicacién se encuentra la línea telefónica con 27 clientes.

Estos dos últimos puntos son de especial importancia, ya que la misma tecnología que ha hecho posible la atención al cliente también ha facilitado su deserción. Cualquiera puede cambiar de banco sin necesidad de visitar sucursales por toda la ciudad, abrir una cuenta, sin estar presente físicamente y obtener una tarjeta de crédito sin llenar a mano un formulario. Hoy en día, retener clientes significa considerar sus percepciones y resolverles sus problemas rápidamente, en una sola interacción coordinada con todos los departamentos pertinentes de la empresa, con un sistema, humano y automatizado, que opera claramente y sin confusiones, que no les hace perder el tiempo repitiendo información a múltiples personajes impotentes dentro de la empresa.

CUADRO # 30

Segundo canal con banco dos

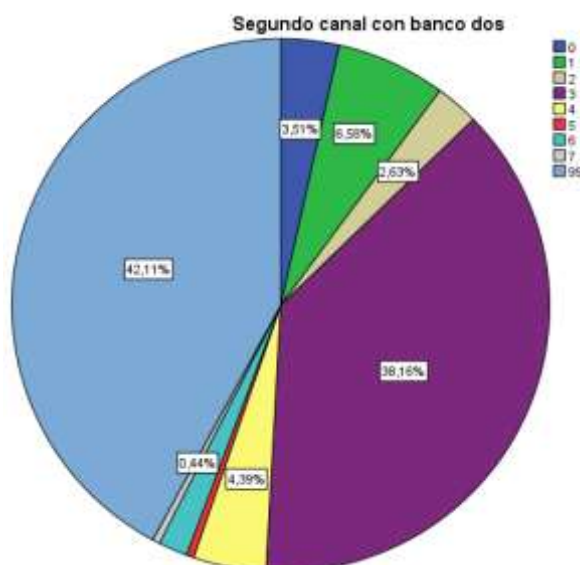
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0	8	3,5	3,5	3,5
1	15	6,6	6,6	10,1
2	6	2,6	2,6	12,7
3	87	38,2	38,2	50,9
4	10	4,4	4,4	55,3
5	1	,4	,4	55,7
6	4	1,8	1,8	57,5
7	1	,4	,4	57,9
99	96	42,1	42,1	100,0
Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

En el segundo canal del banco de preferencia dos en primer lugar está la comunicación a través del teléfono con un 38.2%, en segundo lugar se encuentra la comunicación física con un 6.6%, y en tercer lugar la comunicación virtual con el 4.4%.

Gráfica # 24



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

El código 99 significa que no aplica ya que el 42.1% no tiene un segundo banco de preferencia por lo tanto no respondieron a esta pregunta, la comunicación en primer lugar está la vía telefónica con 87 clientes, luego la comunicación física con un número de 15 clientes, y en tercer lugar está a comunicación a través de la banca virtual con un total de 10 clientes.

La figura tradicional del ejecutivo de oficina bancaria, que conocía la situación financiera, e incluso personal, de sus clientes tiende a desaparecer con la generalización de la banca electrónica. Ahora el cliente bancario se relaciona con su banco a través de un teclado y una pantalla y eso va acompañado de la sensación de frialdad e impersonalidad que transmite la red. Una correcta gestión de la atención al cliente puede hacer que el usuario sienta que hay alguien al otro lado. Por eso las guías generales de excelencia en la atención y servicio al cliente siguen vigentes.

Además una correcta atención al cliente en línea, personalizada y de calidad, ofrece la oportunidad de marcar diferencias con la competencia, crear ventajas competitivas, establecer barreras de salida a los clientes y en definitiva, posicionarse como líder.

La innovación es tema de todos los días en Internet, por lo que no es suficiente que la entidad bancaria se conforme con utilizar los canales de contacto ya tradicionales en la red, como el correo electrónico, aunque el mismo no pierde su vigencia, las empresas de tecnología siguen desarrollando nuevas aplicaciones que permiten una interacción con los clientes más efectiva y con alcance de retroalimentación cada vez más inmediato.

CUADRO # 31
Tercer canal con banco dos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0	10	4,4	4,4	4,4
	1	15	6,6	6,6	11,0
	2	3	1,3	1,3	12,3
	3	9	3,9	3,9	16,2
	4	74	32,5	32,5	48,7
	5	6	2,6	2,6	51,3
	6	10	4,4	4,4	55,7
	7	4	1,8	1,8	57,5
	99	97	42,5	42,5	100,0
	Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

El tercer canal de comunicación del banco dos en primer lugar es la banca virtual con un 32.5%, en segundo lugar está la comunicación física con el 6.6% y en tercer lugar comunicación por medios impresos con el 4.4%.

El banco tiene que aceptar comunicarse con el cliente por los canales que éste prefiera, a la hora y día que prefiera. Sea cual fuese esa preferencia, se debe tener acceso a una multiplicidad de información que permita dar paso a una solución racional, rápida y definitiva del tema, al mismo tiempo que se utiliza la interacción para vender, actualizar la base de datos y amarrar más fuerte que nunca al cliente.

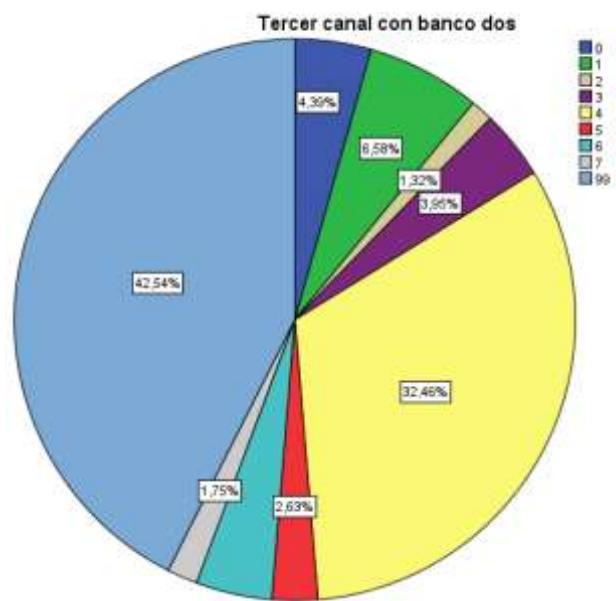
Una vez concluida la interacción, el sistema tiene que diseminar información sobre la transacción tan pronto como el cliente oprima la tecla que marca su aceptación. Transmisión inmediata tanto a la tarjeta de crédito donde se ha cargado la transacción, como al técnico de mercadeo que estudia las preferencias de los clientes y al analista que observa los niveles de satisfacción y requisitos del cliente.

El gran reto a que se enfrentan los bancos que tratan de implantar estas plataformas es evitar que el servicio real desaparezca y se convierta en servicio virtual.

El uso incorrecto de la tecnología en las relaciones con los clientes sin duda puede resultar en un descenso de los índices de satisfacción del cliente en todos los sectores.

La falta de visión puede conducir a algunas entidades financieras a dar prioridad al volumen, velocidad y capacidad en su relación con los clientes. Nada más lejos de lo que se debe buscar al desarrollar sus servicios de banca por Internet. Un buen servicio debe contar con poderosos programas y ágiles servidores electrónicos, pero tiene que incluir, por necesidad, una inversión en empleados adiestrados, motivados e incentivados que sepan utilizar, cada vez mejor, las difíciles e impredecibles artes de las relaciones humanas.

Gráfica # 25



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas
Elaborado: Las Autoras

El código 99 es que no aplica por lo tanto son 77 clientes que no mantienen banco prioridad dos; en primer lugar la comunicación es la banca virtual con un 32.5%, en segundo lugar está la comunicación física con un 6.6 %, y en tercer lugar la comunicación por medios impresos con el 4.4%.

"Se puede definir la banca por Internet como el conjunto de herramientas tecnológicas que ofrece una entidad financiera para que sus clientes realicen operaciones bancarias a través de la computadora utilizando su conexión a Internet."

En los servicios de banca por Internet se pueden realizar casi todas las operaciones que pueden hacerse en una oficina real, excepto ingresar o retirar dinero en metálico. No obstante, algunos bancos ya se encuentran trabajando en el diseño de alternativas, como el uso de tarjetas inteligentes que contarán con un microchip incorporado, para recargar fondos a través de dispositivos especiales en el computador y que podrían reemplazar el uso de billetes de baja denominación a través de su aceptación en el comercio.

3.2.2 Servicio al cliente.

En esencia la banca, por ser un negocio que ofrece una mezcla de productos tangibles e intangibles, entiende muy bien cómo deben equilibrarse lo virtual y lo real para ganar dinero. Un principio que está siendo redescubierto por la banca.com del mundo y que en parte explica el porqué el servicio al cliente es cada vez lo más importante.

CUADRO # 32

Primera mejora banco uno

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 1	14	6,1	6,1	6,1
2	9	3,9	3,9	10,1
3	33	14,5	14,5	24,6
4	27	11,8	11,8	36,4
5	27	11,8	11,8	48,2
6	17	7,5	7,5	55,7
7	16	7,0	7,0	62,7
8	85	37,3	37,3	100,0
Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

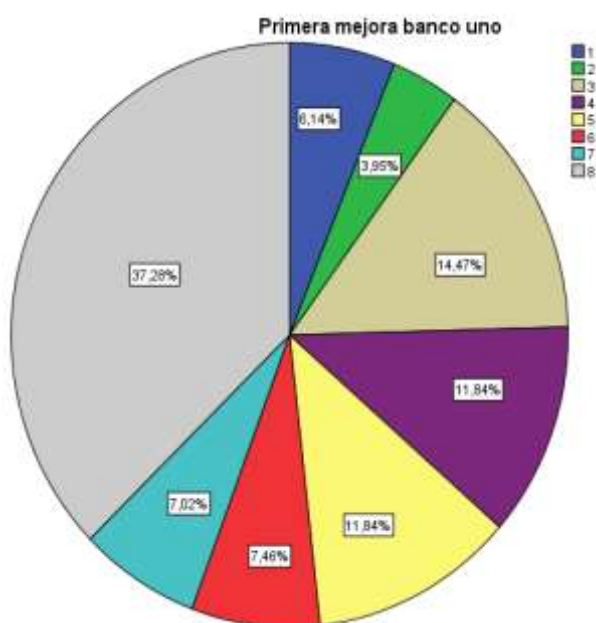
Elaborado: Las Autoras

En cuanto a las mejoras del banco uno, la primera mejora con el 37.3% son 85 clientes que opinan que todo está bien, en segundo lugar está la mejora del servicio con el 14.50%, y en tercer lugar está el mejorar el recurso humano y mejorar la tecnología con el 11.8%.

Sin duda, a través de la personalización se refuerza la interacción entre el banco y el cliente, dentro de márgenes no alcanzados incluso a través de la atención personal.

Las anteriores son solo algunas de las herramientas vigentes en las actuales aplicaciones de banca por Internet y su perfeccionamiento, orientado a la total satisfacción del cliente sigue siendo una de las tareas de las entidades financieras que hacen uso de las nuevas tecnologías.

Gráfica # 26



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

De la muestra de encuestados; 85 clientes declaran que todo está bien, en segundo lugar se encuentran 33 clientes que piden mejoras en el servicio y en tercer y cuarto lugar están quienes piden mejora en recurso humano y tramitología son 27 clientes.

CUADRO # 33

Segunda mejora banco uno

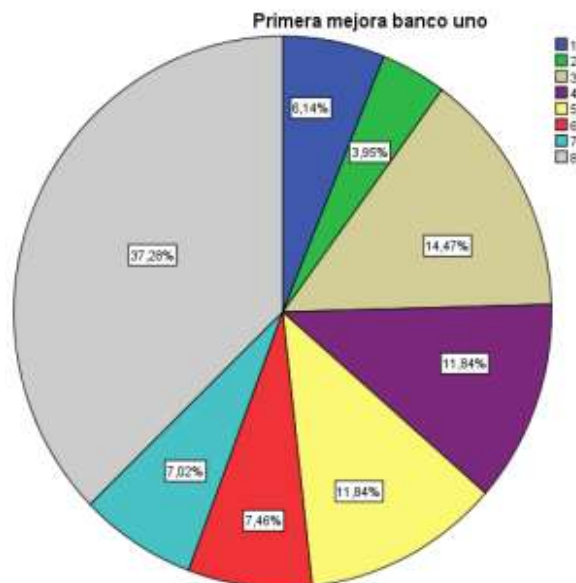
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0	37	16,2	16,2	16,2
2	3	1,3	1,3	17,5
3	21	9,2	9,2	26,8
4	26	11,4	11,4	38,2
5	20	8,8	8,8	46,9
6	33	14,5	14,5	61,4
7	4	1,8	1,8	63,2
8	55	24,1	24,1	87,3
99	29	12,7	12,7	100,0
Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

En la segunda mejora el 24.1% determina que todo está bien, el 14.5% opina que tiene que haber una mejora en la tramitología y en tercer lugar el 11.4% que debe mejorar el recurso humano.

Gráfica # 27



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

Se puede observar en la gráfica que 29 clientes no tienen un segundo banco de preferencia y 37 clientes dejan en blanco esta respuesta; en primer lugar hay 55 clientes que opinan que todo está bien, 33 clientes opinan que la tramitología tiene que mejorar, 26 clientes piden se mejore el recurso humano.

CUADRO # 34
Tercera mejora banco uno

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0	37	16,2	16,2	16,2
1	2	,9	,9	17,1
3	10	4,4	4,4	21,5
4	15	6,6	6,6	28,1
5	30	13,2	13,2	41,2
6	10	4,4	4,4	45,6
7	23	10,1	10,1	55,7
8	57	25,0	25,0	80,7
99	44	19,3	19,3	100,0
Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

En el cuadro anterior se observa que el 25% de los clientes opinan que todo está bien, seguido por el 13.2% que opinan que se debe mejorar la tramitología y en tercer lugar con el 10.1% que se mejore los costos.

Las expectativas de los clientes han cambiado drásticamente. El cliente reclama un servicio e interacción más rápida y personalizada, un mayor y más fácil acceso a información, mejores precios y más consideración a sus necesidades específicas. Nunca han estado más altos los estándares de atención al cliente ni han estado tantas otras empresas rivales dispuestos a satisfacerlos. Nunca ha lucido más inadecuado y simplista aquello de "mantener contacto visual, sonreír y dirigirse al cliente por su nombre".

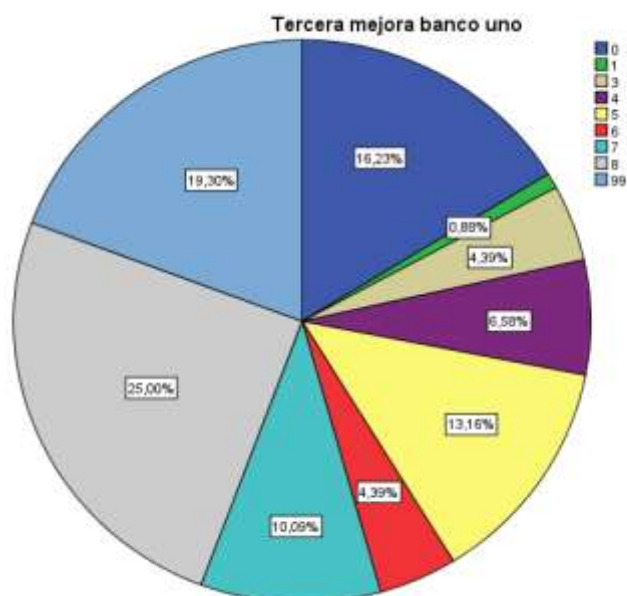
El poder está hace rato en manos de los clientes, que esperan ser atendidos a cualquier hora y día, sea cual sea su forma de comunicación.

Para atender esas expectativas, los bancos están recurriendo a plataformas de atención al cliente, que integran todos esos medios de comunicación con una tecnología informática de primera línea, una base de datos actualizada constantemente por los responsables de ventas, operaciones y distribución, crédito y finanzas, mercadeo y servicio al cliente y un esfuerzo constante de adiestramiento y formación por parte de recursos humanos. Tradicionalmente los bancos mantienen numerosos puntos de contacto con sus clientes, dependiendo de las necesidades de éstos. Distintos departamentos verifican el crédito, documentan las cobranzas, programan el servicio, ofrecen respaldo técnico, entre otros.

Las nuevas tendencias exigen sin embargo sistemas centralizados, que consoliden en un solo punto todas las funciones, áreas geográficas y canales de comunicación.

El escenario en que esto ocurre luce típicamente así: a iniciativa del cliente se produce un contacto virtual con el banco. El banco ya posee un perfil completo de su cliente. Por ser de interés para el área de ventas, en él aparece el historial personal o corporativo del cliente y sus preferencias. Con este formidable arsenal de información instantánea la empresa proyecta un compromiso de personalización que halaga al cliente y lo predispone a sentirse satisfecho.

Gráfica # 28



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

Cabe aclarar que 57 clientes opinan que todo está bien, 30 clientes opinan que debe mejorar la tramitología y en tercer lugar 23 clientes opinan que deben bajar los costos.

- 1 = Sobre productos y servicios financieros
- 2 = Sobre imagen institucional
- 3 = Servicio al cliente
- 4 = Recurso humano
- 5 = Tecnología
- 6 = Tramitología
- 7 = Costos
- 8 = Todo está bien
- 9 = no contesta

CUADRO # 35

Primera mejora banco dos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0	5	2,2	2,2	2,2
1	12	5,3	5,3	7,5
2	6	2,6	2,6	10,1
3	27	11,8	11,8	21,9
4	18	7,9	7,9	29,8
5	13	5,7	5,7	35,5
6	10	4,4	4,4	39,9
7	16	7,0	7,0	46,9
8	27	11,8	11,8	58,8
99	94	41,2	41,2	100,0
Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

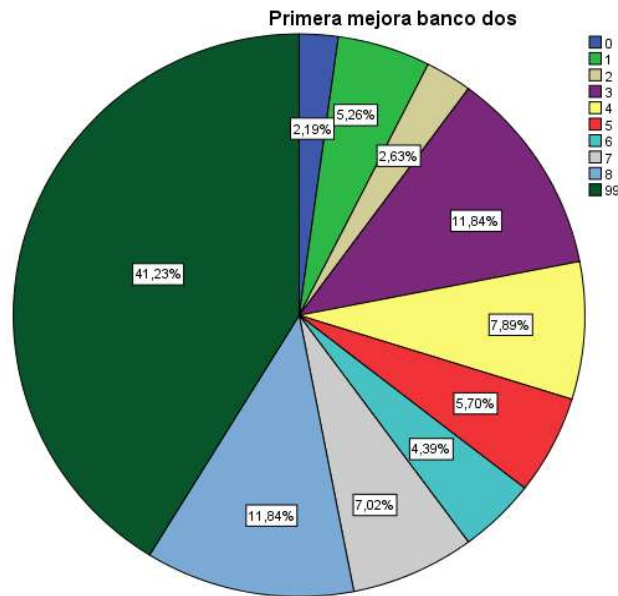
Elaborado: Las Autoras

Cabe destacar que el 41.2% no mantienen un banco de preferencia dos por lo tanto no hay una respuesta para esta pregunta; tenemos en primer lugar el 11.8% a los clientes que opinan que se debe mejorar en el servicio al cliente y en el mismo porcentaje 27 clientes opinan que todo está bien.

La banca por Internet también permite al cliente de servicios financieros poder evaluar las distintas ofertas disponibles en el mercado. El poder de decisión está desplazándose hacia los clientes en la medida que la accesibilidad a través de Internet ofrece fundamentalmente tres ventajas.

En primer lugar una elección instantánea a más de un proveedor distinto. En segundo lugar, una facilidad de comparar precios de cada una de las entidades financieras y por último, la supresión de barreras geográficas.

Gráfica # 29



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

El código 99 significa que no aplica por lo tanto 94 clientes no respondieron a esta pregunta; en el mismo porcentaje del 11.84% 27 clientes opinan que debe mejorar el servicio al cliente y los costos, 18 clientes responden que debe mejorar el recurso humano.

Pese a que la tecnología ha cambiado las reglas del juego, el cliente no cambia de lugar y continúa siendo el centro de atención. El lema de que el cliente es el rey parece ponerse de moda hoy más que nunca. Y es en este punto donde con entera seguridad estará el elemento diferenciador entre cada banco.

Lo que va hacer que una persona o una empresa busquen en un futuro a un banco no va a ser la cantidad de servicios en línea que ofrezca sino la capacidad que tenga para responder sus necesidades. La misión del sector bancario debe ser lograr entender y transformar las necesidades de un cliente en soluciones reales; en este sentido la banca no duda en aprovechar la tendencia y ofrecer el mayor valor agregado a sus clientes.

CUADRO # 36

Segunda mejora banco dos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0	38	16,7	16,7	16,7
2	3	1,3	1,3	18,0
3	15	6,6	6,6	24,6
4	13	5,7	5,7	30,3
5	17	7,5	7,5	37,7
6	27	11,8	11,8	49,6
7	4	1,8	1,8	51,3
8	2	,9	,9	52,2
99	109	47,8	47,8	100,0
Total	228	100,0	100,0	

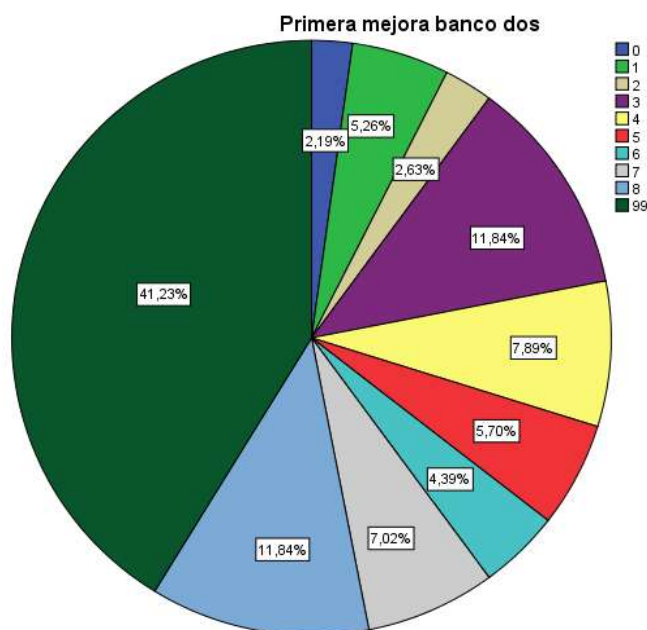
Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

En la segunda mejora del banco dos, 109 clientes no tienen un banco de preferencia dos por lo tanto no respondieron a la pregunta, 38 clientes dejaron esta pregunta en blanco; en primer lugar se encuentran los clientes que opinan que debe mejorar la tramitología con el 11.80%, luego se encuentran los clientes que creen se debe mejorar la tecnología con un 7.5% y con el 6.6% quienes opinan que debe mejorar el servicio al cliente.

Las medidas generales de seguridad que un banco adopta son un aspecto en el que no se deben escatimar esfuerzos, ni recursos, dada la especial naturaleza del negocio. Es un factor fundamental si se quiere cimentar una relación de confianza con los clientes, seriamente preocupados por su intimidad y la seguridad de su dinero.

Gráfica # 30



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

En la segunda mejora 27 clientes creen que debe mejorar la tramitología, 17 clientes opinan que mejore la tecnología y 15 clientes quieren que mejore el servicio al cliente.

La planeación de la estrategia de atención al cliente debe seguir los principios básicos del mercadeo, pero en el caso de la banca por estos adquieren un matiz diferente, especialmente en la definición del perfil del cliente potencial.

Los clientes actuales comprenden el primer grupo, lo que hace necesaria una campaña de promoción adecuada que produzca suficiente interés para motivarlos a usar los servicios, pero más importante aún son los nuevos clientes que se deseen captar.

Cada vez los clientes son más exigentes y menos leales, con acceso a mayor información y que buscan mejores condiciones y mayores beneficios. Para este grupo la innovación y una estrategia de atención cada vez más personalizada,

son las únicas herramientas con las que cuentan los bancos para sobrevivir a la competencia.

CUADRO # 37
Tercera mejora banco dos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0	39	17,1	17,1	17,1
1	1	,4	,4	17,5
2	1	,4	,4	18,0
3	10	4,4	4,4	22,4
4	9	3,9	3,9	26,3
5	26	11,4	11,4	37,7
6	9	3,9	3,9	41,7
7	19	8,3	8,3	50,0
8	4	1,8	1,8	51,8
99	110	48,2	48,2	100,0
Total	228	100,0	100,0	

Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

En la tercera mejora que piden los clientes está en primer lugar con 26 clientes la mejora en tecnología, 19 clientes opinan que bajen los costos y en tercer lugar están 10 clientes que quieren que mejore el servicio al cliente.

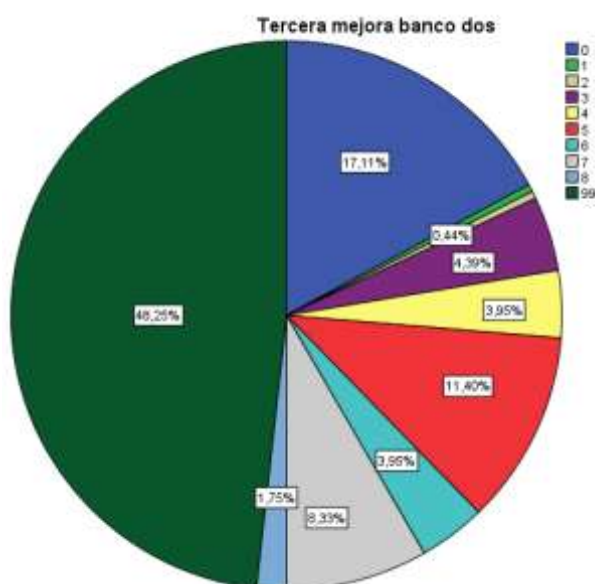
La confianza es un elemento básico en la relación del banco y su cliente, es la esencia de ésta, tomando en cuenta que el cliente le esta confiando al banco una de sus posesiones más preciadas: su dinero. Esta afirmación adquiere mayor valor en el caso de la banca, dado que los servicios financieros en línea dependen aún más de la confianza de los usuarios.

Ya no solo se trata de la credibilidad de las propias entidades y sus productos, sino las estrategias de comunicación que la entidad utilice para justificar al cliente su decisión de salir al mercado cada vez con más productos y servicios.

El éxito de cada banco dependerá de su estrategia particular; la publicidad y el valor de la marca son muy importantes, pero en un mercado con bancos compitiendo con productos similares, donde el cliente tiene acceso rápido, barato y fácil a cada uno de ellos, la confianza que imprima cada marca es uno de los elementos más importantes en el proceso de elección del cliente.

Lo anterior ha obligado a las instituciones financieras a realizar importantes inversiones para garantizar otro factor de impacto en esta nueva relación virtual: la seguridad.

Gráfica # 31



Fuente: Parrilla encuestas ejecutadas

Elaborado: Las Autoras

Los clientes piden mejora en la tecnología con un 11.4%, en segundo lugar que bajen los costos con un 8.3% y en tercer con el 4.4% piden que mejore el servicio.

La calidad de servicio con la globalización de la actividad económica ha traído una consecuencia inesperada, la cual es la disminución de la lealtad de los clientes, los que enfrentados a una enorme variedad de ofertas de productos y servicios que, a primera vista, no se diferencian entre ellos, se han

transformado en un mercado exigente que responde enérgicamente a la calidad del servicio recibido.

La banca por lo tanto no escapa de esta realidad y para enfrentar este problema, las entidades financieras deben descubrir nuevos métodos para atraer y retener clientes, entregándoles una alta calidad de servicio durante sus contactos individuales, proceso que se conoce como de fidelización a través del servicio al cliente.

En la banca por Internet la relación del banco con el cliente adquiere nuevos matices, especialmente en el aspecto del contacto con el mismo. La banca a distancia, a través de las nuevas tecnologías, como es el caso de los cajeros automáticos y los servicios de banca por teléfono e Internet, reemplaza el contacto personal, por lo que se deben observar las condiciones que involucran estos nuevos canales de relación con el cliente. No se trata de emular la atención personal a través de estos canales, sino más bien, hacer el mejor uso de estas herramientas tecnológicas para lograr satisfacer las necesidades del cliente, aún sin contar con su presencia.

Es necesario entonces establecer nuevas estrategias en la gestión de atención a los clientes a través estos canales, y estas deben desarrollarse a partir de la nueva gama de posibilidades que ofrecen, que en perspectiva en muchos casos, pueden ser incluso más convenientes para el cliente, que el tradicional contacto personal.

La utilización de este tipo de tecnología como canal de distribución de servicios tiene un impacto en la atención al cliente; se observa que el hecho de que el cliente sea atendido a través del computador puede tener como resultado una sensación de frialdad e impersonalidad. Esto va sumado a otros factores como la confianza, que va más allá de la credibilidad del propio banco y sus productos, involucrando las estrategias de comunicación que utilice el banco para justificar al cliente su decisión de prestar sus servicios a través de un medio tan público; la seguridad que hace necesario el uso de herramientas

como claves secretas, seguridad de los servidores y certificados digitales para disminuir la preocupación del usuario de hacer sus transacciones a través de Internet y la accesibilidad que ofrece al cliente mayor facilidad de comparar precios y servicios de los distintos bancos.

CONCLUSIONES

Al término de la presente investigación, creemos conveniente mostrar los siguientes resultados:

- La conclusión más importante en la investigación es que los clientes en la actualidad están muy pendientes de la liquidez de la banca y en general del resultado de todos sus índices financieros.
- Entre los productos y servicios que tienen los bancos en mención, hay una amplia gama de usos, ya que permite realizar operaciones tales como aperturas de cuentas, consulta de saldos y movimiento de transacciones, transferencia de fondos, pagos por transferencia electrónica, entre otros.
- El producto de preferencia es la cuenta de ahorros, ya que según la encuesta realizada, tiene gran aceptación, dada la propia estructura de este producto tiene una frecuencia de uso muy grande.
- El servicio de preferencia resultó ser la tarjeta de débito ya que permite la sustitución de los canales tradicionales para realizar ciertas operaciones bancarias, facilita la vida de los clientes de cierto nicho de mercado, satisface la demanda de servicio.
- Con respecto a la calificación de la atención al cliente la mayoría dice estar muy bien atendido, la banca cada día se desempeña de mejor manera teniendo estrategias de servicio y posicionamiento.
- El canal de comunicación más utilizado es el teléfono entre los encuestados, este canal de comunicación es muy bueno ya que mantiene la relación cliente y asesor, pudiendo de esta manera estar al tanto de toda la información.

- También encontramos una última estrategia, que consiste en utilizar internet como canal complementario a otros canales de comunicación y servicio.
- A pesar de toda la tecnología existente, hay un gran segmento de clientes que prefieren mantener su manera tradicional de ir personalmente a la institución financiera.

RECOMENDACIONES

- Finalizado el presente trabajo se debe recomendar a las entidades bancarias tomar en cuenta que la personalización de los servicios de atención al cliente a distancia constituye el único elemento que les permitirá enfrentar la competencia, que se torna incluso más agresiva en estos tiempos.
- Las entidades financieras deben poner principal atención al aspecto de satisfacer plenamente a sus clientes tanto presencial como en línea, para sobrevivir a aquellas que solo vean este canal como un medio de economizar costos, aumentar el alcance de sus operaciones y el volumen de sus clientes.
- Los bancos e instituciones financieras son los principales componentes del sistema económico. Estos organismos son el último elemento del sistema y son quienes deben llevar el trato más directo con el público en general. Es por eso que los bancos e instituciones financieras requieren de herramientas tecnológicas altamente eficientes con las cuales puedan llevar a cabo el día a día de las operaciones.
- Los bancos deben recordar que los estándares de calidad de servicio no pierden vigencia en ningún canal, ya que los mismos presentan mayores exigencias debido a su particular naturaleza. Se debe evitar repetir los errores cometidos en la adaptación de tecnologías anteriores, precursoras de los servicios de banca a distancia como lo son los cajeros automáticos y la banca por teléfono.
- Los bancos no deben olvidar que se está tratando con un segmento de clientes que entienden que la satisfacción de sus necesidades no está garantizada por obtener los servicios a través del contacto personal. Por esto los bancos deben hacer uso de todas las herramientas de comunicación que la tecnología ofrece y las nuevas a desarrollarse.

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico

1	Depósitos a plazo del Sistema Bancario por bandas	27
2	Evolución de depósitos a plazo por sistemas	31
3	Evolución de depósitos a la vista por sistemas	32
4	Depósitos totales anuales	34
5	Evolutivo de colocaciones	41
6	Primera razón cliente banco 1	53
7	Segunda razón cliente banco 1	55
8	Tercera razón cliente banco 1	57
9	Primera razón cliente banco 2	59
10	Segunda razón cliente banco 2	61
11	Tercera razón cliente banco 2	63
12	Preferencia banco 1	65
13	Preferencia banco 2	67
14	Prioridad producto financiero banco 1	69
15	Prioridad producto financiero banco 2	71
16	Prioridad servicio financiero banco 1	73
17	Prioridad servicio financiero banco 2	75
18	Valoración del servicio al cliente banco 1	77
19	Valoración del servicio al cliente banco 2	78
20	Primer canal con banco 1	80
21	Segundo canal con banco 1	83
22	Tercer canal con banco 1	85
23	Primer canal con banco 2	87
24	Segundo canal con banco 2	91
25	Tercer canal con banco 2	91

26	Primera mejora banco 1	94
27	Segunda mejora banco 1	95
28	Tercera mejora banco 1	98
29	Primera mejora banco 2	100
30	Segunda mejora banco 2	102
31	Tercera mejora banco 2	104

ÍNDICE DE CUADROS

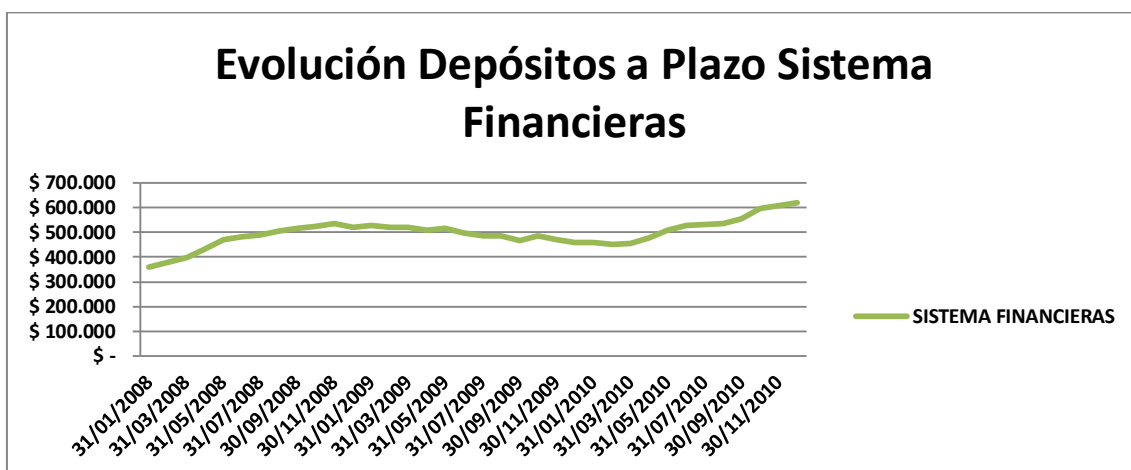
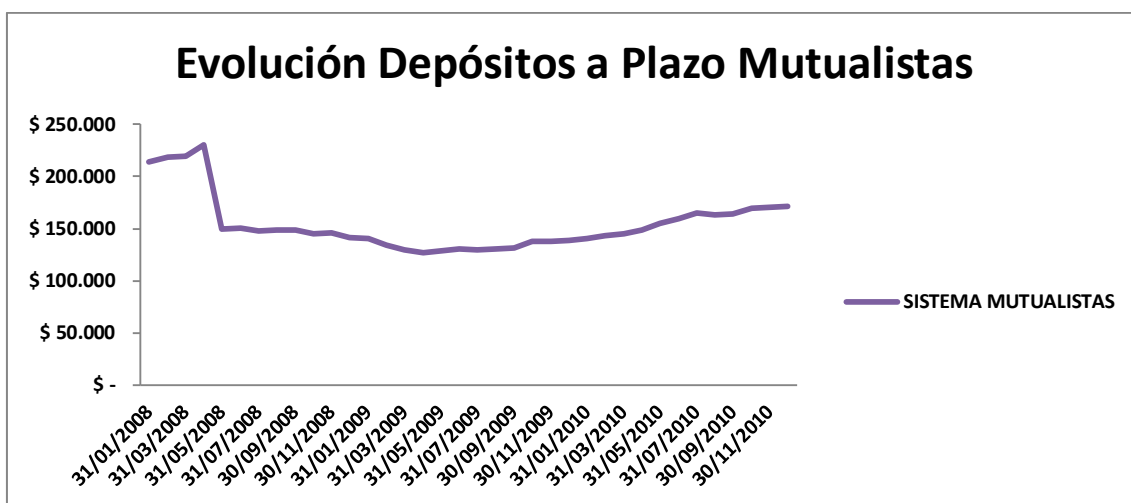
Cuadro

1	Clientes del Sistema Financiero Regulado 2008	25
2	Clientes del Sistema Financiero Regulado 2009	25
3	Clientes del Sistema Financiero Regulado 2010	25
4	Depósitos a plazo	30
5	Depósitos a la vista	30
6	Totales anuales	33
7	Productos financieros	43
8	Servicios financieros	45
9	Tasas de interés	48
10	Productos y servicios por Institución Financiera	49
11	Productos y servicios por subsistema	50
12	Primera razón para ser cliente del banco 1	52
13	Segunda razón para ser cliente del banco 1	54
14	Tercera razón para ser cliente del banco 1	56
15	Primera razón para ser cliente del banco 2	58
16	Segunda razón para ser cliente del banco 2	60
17	Tercera razón para ser cliente del banco 2	62
18	Preferencia banco 1	64
19	Preferencia banco 2	66
20	Prioridad producto financiero banco 1	68
21	Prioridad producto financiero banco 2	70
22	Prioridad servicio financiero banco 1	72
23	Prioridad servicio financiero banco 2	74
24	Valoración del servicio al cliente banco 1	76
25	Valoración del servicio al cliente banco 2	77

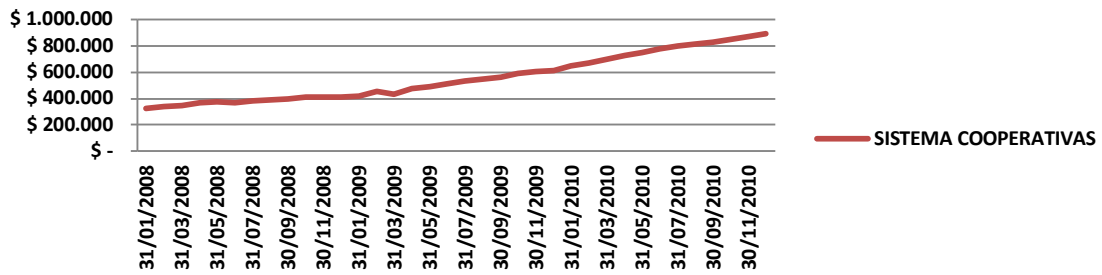
26	Primer canal con banco 1	79
27	Segundo canal con banco 1	82
28	Tercer canal con banco 1	84
29	Primer canal con banco 2	86
30	Segundo canal con banco 2	88
31	Tercer canal con banco 2	90
32	Primera mejora banco 1	93
33	Segunda mejora banco 1	95
34	Tercera mejora banco 1	96
35	Primera mejora banco 2	99
36	Segunda mejora banco 2	101
37	Tercera mejora banco 2	103

ANEXOS

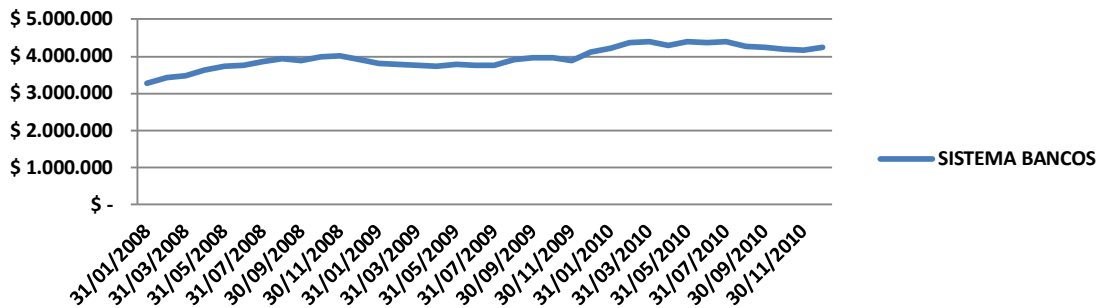
ANEXO 1. CAPTACIONES DEL SISTEMA BANCARIO



Evolución Depósitos a Plazo Sistema Cooperativas



Evolución Depósitos a Plazo Sistema Bancos



Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Las Autoras

ANEXO 2. COLOCACIONES DEL SISTEMA BANCARIO

BASE TOTAL

INSTITUCION	CUENTA	31/12/2008	31/12/2009	31/12/2010
SISTEMA BANCOS	CARTERA DE CREDITOS	91 14053,16	8847700,39	10717676,07
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos comercial por vencer	4545729,84	4277497,05	5049103,68
SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	709024,66	588151,09	634688,67
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	990135,66	954627,02	996645,67
SISTEMA BANCOS	De 91 a 180 días	780013,17	854302,96	1014300,62
SISTEMA BANCOS	De 181 a 360 días	631499,47	635647,95	759267,81
SISTEMA BANCOS	De más de 360 días	1435056,86	1244768,08	1644200,94
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos de consumo por vencer	2706182,14	2743512,85	3585495,53
SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	852410,55	942715,58	1075494,76
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	283859,54	277258,07	351609,51
SISTEMA BANCOS	De 91 a 180 días	305750,92	293965,58	386088,78
SISTEMA BANCOS	De 181 a 360 días	397375,54	366677,57	500404,11
SISTEMA BANCOS	De más de 360 días	866785,58	862896,04	1271898,37
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos de vivienda por vencer	1286975,6	1286319,13	1440012,94
SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	13706,07	13473,12	14973,84
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	24767,74	24524,86	26586,19
SISTEMA BANCOS	De 91 a 180 días	33289,63	34547,49	39577,92
SISTEMA BANCOS	De 181 a 360 días	61319,35	61929,95	73735,35
SISTEMA BANCOS	De más de 360 días	1153892,79	1151843,71	1285139,66
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos para la microempresa por vencer	794581,36	810306,51	968953,42
SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	74871,91	72227,29	76338,5
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	131588,15	134573,26	143507,64
SISTEMA BANCOS	De 91 a 180 días	148235,55	152548,98	177055,08
SISTEMA BANCOS	De 181 a 360 días	215828,62	226151,35	259594,41
SISTEMA BANCOS	De más de 360 días	224057,1	224805,63	312457,81
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos comercial reestructurada por vencer	48726,79	49740,22	46907,07
SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	5472,71	1297,58	2294,12
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	2135,99	3343,69	2175,34
SISTEMA BANCOS	De 91 a 180 días	2747,99	2676,31	3871,9
SISTEMA BANCOS	De 181 a 360 días	4109,75	6016,74	7562,69
SISTEMA BANCOS	De más de 360 días	34260,34	36405,91	31003,01
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos de consumo reestructurada por vencer	5117,31	6380,49	7939,49

SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	560,72	792,18	767,05
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	890,12	1002,47	949,88
SISTEMA BANCOS	De 91 a 180 días	1084,29	1228,8	1351,19
SISTEMA BANCOS	De 181 a 360 días	1357,37	1756,05	1879,27
SISTEMA BANCOS	De más de 360 días	1224,8	1600,95	2992,12
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos de vivienda reestructurada por vencer	3493,2	3356,57	4490,05
SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	47,37	53,92	102,64
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	63,66	291,9	183,26
SISTEMA BANCOS	De 91 a 180 días	139,02	370,95	116,09
SISTEMA BANCOS	De 181 a 360 días	328,99	343,12	449,07
SISTEMA BANCOS	De más de 360 días	2914,15	2296,69	3638,96
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos para la microempresa reestructurada por vencer	2752,17	4601,23	2962,18
SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	159,31	256,79	188,28
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	351,35	546,17	413,51
SISTEMA BANCOS	De 91 a 180 días	462,12	707,8	497,15
SISTEMA BANCOS	De 181 a 360 días	715,8	1151,72	762,03
SISTEMA BANCOS	De más de 360 días	1063,57	1938,73	1101,22
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos comercial que no devenga intereses	26135,31	35129,04	22807,25
SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	3074,61	3882,28	2804,28
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	1956,43	2131,66	1609
SISTEMA BANCOS	De 91 a 180 días	2614,2	3976,96	3232,5
SISTEMA BANCOS	De 181 a 360 días	4089,01	4110,51	3553,43
SISTEMA BANCOS	De más de 360 días	14401,04	21027,72	11608,04
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos de consumo que no devenga intereses	62118,31	67359,46	61957,27
SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	18190,39	22757,01	17260,56
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	13234,2	12200,7	12394,14
SISTEMA BANCOS	De 91 a 180 días	7337,86	9038	7625,56
SISTEMA BANCOS	De 181 a 360 días	9379,32	9013,07	10341,72
SISTEMA BANCOS	De más de 360 días	13976,53	14350,71	14335,28
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos de vivienda que no devenga intereses	11017,91	14386,01	14237,1
SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	299,84	425,7	428,51
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	246,61	331,86	328,5
SISTEMA BANCOS	De 91 a 180 días	342,23	473,04	499,61
SISTEMA BANCOS	De 181 a 360 días	619,73	853,3	877,17
SISTEMA BANCOS	De más de 360 días	9509,48	12302,1	12103,28
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos para la microempresa que no devenga intereses	27577,64	22035,43	17479,7
SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	4730,23	3975,14	2815,69

SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	6929,79	5761,3	4014,71
SISTEMA BANCOS	De 91 a 180 días	6169,34	4866,1	3937,67
SISTEMA BANCOS	De 181 a 360 días	6171,61	4495,17	4045,92
SISTEMA BANCOS	De más de 360 días	3576,66	2937,72	2665,73
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos comercial reestructurada que no devenga intereses	13810,93	13904,83	12730,54
SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	522,91	822,1	2180,5
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	448,12	625,54	599,82
SISTEMA BANCOS	De 91 a 180 días	936,31	1819,35	1063,42
SISTEMA BANCOS	De 181 a 360 días	1276,82	1469,46	1378,25
SISTEMA BANCOS	De más de 360 días	10626,75	9168,34	7508,57
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos de consumo reestructurada que no devenga intereses	2010,53	2140,79	2462,24
SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	280,12	287,4	319,42
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	394,91	388,3	389,24
SISTEMA BANCOS	De 91 a 180 días	496,56	485,52	484,91
SISTEMA BANCOS	De 181 a 360 días	545,3	613,01	670,43
SISTEMA BANCOS	De más de 360 días	293,63	366,58	598,25
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos de vivienda reestructurada que no devenga intereses	288,36	330,25	344,96
SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	6,53	7,35	6,26
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	4,55	71,86	5,46
SISTEMA BANCOS	De 91 a 180 días	4,35	6,09	7,66
SISTEMA BANCOS	De 181 a 360 días	8,84	11,71	16,33
SISTEMA BANCOS	De más de 360 días	264,08	233,25	309,25
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos para la microempresa reestructurada que no devenga intereses	1118,53	1511,8	907,87
SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	88,63	138,58	88,45
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	166,17	247,13	157,83
SISTEMA BANCOS	De 91 a 180 días	220,58	313,36	195,86
SISTEMA BANCOS	De 181 a 360 días	301,42	433,75	271,94
SISTEMA BANCOS	De más de 360 días	341,7	378,96	193,81
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos comercial vencida	40242,89	46776,39	39509,86
SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	1189,6	995,14	725,25
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	6629,48	7031,37	5478,9
SISTEMA BANCOS	De 91 a 180 días	6620	8659,52	3975,36
SISTEMA BANCOS	De 181 a 360 días	8314	11962,7	8925,17
SISTEMA BANCOS	De más de 360 días	17489,8	18127,64	20405,19
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos de consumo vencida	41959,9	49524,89	62548,64

SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	5577,51	8359,51	7031,33
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	10667,97	13165,51	14581,78
SISTEMA BANCOS	De 91 a 180 días	10443,89	11927,56	14275,47
SISTEMA BANCOS	De 181 a 270 días	4290,42	6581,15	9240,42
SISTEMA BANCOS	De más de 270 días	10980,09	9491,12	17419,69
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos de vivienda vencida	3812,78	5443,93	7083,51
SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	804,56	868,69	997,25
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	391,23	502,94	533,34
SISTEMA BANCOS	De 91 a 270 días	1023,33	1768,38	1994,93
SISTEMA BANCOS	De 271 a 360 días	399,91	755,67	720,21
SISTEMA BANCOS	De 361 a 720 días	771,73	1313,72	2297,99
SISTEMA BANCOS	De más de 720 días	422	234,51	539,78
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos para la microempresa vencida	8048,79	8598,25	7723,53
SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	4028,87	3037,68	2230,01
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	2770,54	3066,73	2239,79
SISTEMA BANCOS	De 91 a 180 días	864,24	1972,39	1693,88
SISTEMA BANCOS	De 181 a 360 días	158,85	296,86	1286,75
SISTEMA BANCOS	De más de 360 días	226,26	224,61	273,09
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos comercial reestructurada vencida	2127,99	3773,81	4151,22
SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	32,33	19,85	0,01
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	257,73	1142,78	439,66
SISTEMA BANCOS	De 91 a 180 días	576,07	695,54	767,54
SISTEMA BANCOS	De 181 a 360 días	864,04	1515,12	1504,5
SISTEMA BANCOS	De más de 360 días	397,8	400,54	1439,47
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos de consumo reestructurada vencida	655,75	812,77	1029,03
SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	83,81	109,7	125,07
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	284,49	272,51	273,43
SISTEMA BANCOS	De 91 a 180 días	100,91	185,36	232,3
SISTEMA BANCOS	De 181 a 270 días	81,79	98,91	203,42
SISTEMA BANCOS	De más de 270 días	104,73	146,29	194,8
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos de vivienda reestructurada vencida	90,41	89,42	27,04
SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	61,91	65,92	15,28
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	2,74	3,76	2,71
SISTEMA BANCOS	De 91 a 270 días	9,9	2,48	3,67
SISTEMA BANCOS	De 271 a 360 días	4,34	2,73	0

SISTEMA BANCOS	De 361 a 720 días	11,49	10,56	0
SISTEMA BANCOS	De más de 720 días	0,01	3,99	5,35
SISTEMA BANCOS	Cartera de créditos para la microempresa reestructurada vencida	137,42	214,84	156,97
SISTEMA BANCOS	De 1 a 30 días	76,53	110,94	76,38
SISTEMA BANCOS	De 31 a 90 días	56,28	95,21	66,53
SISTEMA BANCOS	De 91 a 180 días	3,03	3,61	1,03
SISTEMA BANCOS	De 181 a 360 días	0,03	0,01	4,43
SISTEMA BANCOS	De más de 360 días	1,53	5,07	8,6
SISTEMA BANCOS	(Provisiones para créditos incobrables)	-520658,79	-606045,58	-643344,98
SISTEMA BANCOS	(Cartera de créditos comercial)	-163073,8	-172614,76	-177310,12
SISTEMA BANCOS	(Cartera de créditos de consumo)	-106011,68	-128674,61	-143572,65
SISTEMA BANCOS	(Cartera de créditos de vivienda)	-34590,47	-41585,96	-47830,12
SISTEMA BANCOS	(Cartera de créditos para la microempresa)	-31584,98	-38137,47	-46951,95
SISTEMA BANCOS	(Cartera de créditos reestructurada)	-33515,29	-36613,95	-39451,37
SISTEMA BANCOS	(Provisión general para cartera de créditos)	-151882,54	-188418,89	-188228,81

Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Las Autoras

ANEXO 3. SERVICIOS DEL SISTEMA BANCARIO

SERVICIO GENERICO	NOMBRE DEL SERVICIO	EN DOLARES
Servicios con cuentas corrientes	Costo por un cheque	0.30
	Cheque devuelto nacional	2.79
	Cheque devuelto del exterior	3,24
	Cheque certificado	2,00
	Cheque de gerencia	2,50
	Cheques consideración cámara de compensación	3,00
	Oposición al pago de cheques	3,00
	Abstención de pago de cheques	3,00
	Revocatoria de cheques	3,00
Servicios de retiros	Retiro cajero automático clientes de la propia entidad en cajero de otra entidad	0,50
	Retiro cajero automático clientes de otra entidad en cajero de la entidad	0,50
	Retiro de efectivo en correspondientes no bancarios de la propia entidad	0,35
	Servicios de consultas	Consultas impresas en cajeros automáticos
Servicios de referencias	Emisión y entrega de referencias bancarias	2,65
	Cortes de estados de cuentas	1,83

Servicios de entrega	Entrega de estado de cuenta a domicilio	1,66
	Entrega de estado de cuenta en oficina de la entidad	0,30
Servicios de copias	Copias de voucher / vale nacional de consumos con tarjetas de crédito y/o tarjetas de débito	2,00
	Copias de voucher / vale del exterior de consumos con tarjetas de crédito y/o tarjetas de débito	10,00
	Copia de estados de cuenta de tarjetas de crédito	0,50
Servicios de transferencias	Transferencias interbancarias SPI recibidas	0,30
	Transferencias interbancarias SPI enviadas por internet	0,50
	Transferencias interbancarias SPI enviadas por internet	2,15
	Transferencias interbancarias SPI enviadas en oficina de la entidad	0,30
	Transferencias interbancarias SCI recibidas	0,28
	Transferencias interbancarias SCI enviadas por internet	1,93
	Transferencias interbancarias SCI enviadas por internet	55,49
	Transferencias interbancarias SCI enviadas en oficina de la entidad	10,00
	Transferencias enviadas al exterior en oficina de la entidad	2,00
	Transferencias recibidas desde el exterior	
Transferencias nacionales otras entidades oficina		

Servicios de consumos nacionales	Consumos en gasolineras con tarjetas de crédito y/o tarjeta de débito	0,26
Servicios de reposición	Reposición de libreta, cartola, estado de cuenta por perdida, robo o deterioro	1,00 4,94
	Reposición de tarjetas de débito	
Servicios de emisión	Emisión de tarjetas de débito	5,15
Servicios de renovación	Renovación de tarjetas de débito	1,85

Fuente: Bancos

Elaboración: Las Autoras

ANEXO 4. PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL SISTEMA BANCARIO

Institución Financiera	Productos	Servicios
PICHINCHA	Cuentas corrientes Cuentas de ahorros Inversiones Créditos Tarjeta de crédito Financiamiento Comercio Exterior Cash management Garantías bancarias	Banca electrónica Bienes raíces Pagos Remesas Pichincha Compras en USA Plan de novios e-key banca electrónica empresa Tarjeta de débito
AUSTRO	Cuentas corrientes Cuentas de ahorros Inversiones Prestamos Visa Mastercard Credi-agil Cobranzas Garantías Comercio exterior	Casillero de seguridad Giros y transferencias Austro-giros Tarjeta de débito Video conferencia Fondo de reserva Tarjeta supermaxi
AMAZONAS	Cuentas corrientes Cuentas de ahorros Visa banco Amazonas cuentas Activas auto plan Titularización Certificado acm Casa de valores Títulos bursátiles	Banca a distancia Centro de contacto Amazonas contigo

BOLIVARIANO	Bankard visa Bankard Mastercard Cuenta de ahorros Cuentas corrientes Cuenta kids Inversiones Usd/Euros Plan visión vivienda Plan visión automotriz Credi rol Garantías bancarias Fondos de inversión Casa de valores Seguros	Programa de premios Tarjeta de débito Pago IESS Pago colegios Adelanto efectivo
CAPITAL	Cuenta de ahorros Cuentas corrientes Inversiones Financiamiento Auto Crédito comercial Crédito de consumo Leasing Factoring Línea crédito CFN	Red servipagos Red cajeros
CITIBANK	Cash Management Comercio Exterior: Importación. Exportación. Garantías Aduaneras. Garantías Mandatarias. Garantías Bancarias. Carta de Intención. Emisión y descuento de Avals. Facilidad Comprometida	
COFIEC	Cuentas corrientes Cuenta de ahorros Crédito productivo Carta de garantía Carta de crédito	Transferencias Casillero de seguridad Servipagos 365 días

DEL BANK	Crédito consumo crédito vehículo crédito microempresa crédito corporativo crédito vivienda cuenta de ahorro cuenta corriente inversiones	
FINCA	Crédito a bancos comunales. Créditos a grupos comunales. Crédito individual cuentas de ahorros	
RUMIÑAHUI	BGR corriente, ahorros, rendidolar BGR crédito: consumo, fuerzas armadas, clientes civiles, tu casa, tu auto Inversiones Rentaplazos Credi flash Visa	BGR fono Pagos Net Pago tarjeta diners club Débitos automáticos Pago impuestos Recaudación de pensiones Matriculación vehicular
GUAYAQUIL	Cuenta corriente cuenta de ahorro Exportación Importación Carta de crédito carta de garantía Avales bancarios tarjeta efectiva depósito fijo Panamá venta de acciones póliza de acumulación	Servicios básicos Recaudación visa USA Recaudación visa España Transferencias y canjes Remesas y pagos Multiasistencias Tarjeta supermaxi Banco del barrio Banca virtual Banca telefónica Banca celular
INTERNA CIONAL	Visa / mastercard inversiones crédito de consumo Inter crédito crédito en marcha cash management	Casilleros Servicios electrónicos Pagos de servicios
LITORAL	Cuenta de ahorros cuenta corriente inversiones crédito vehículo crédito vivienda	SRI

LOJA	Cuenta de ahorros cuenta corriente inversiones crediconsumo credicarro microasesor visa	Transferencias Giros Pagos a terceros Cheques Casilleros Tarjeta de débito
-------------	---	---

Fuente: Bancos

Elaboración: Las Autoras

ANEXO 5. PRODUCTOS Y SERVICIOS OBTENIDOS POR INTERNET

Productos Banca Empresa:

- › Banca Electrónica Empresas
- › Desencriptador de Archivos
- › Cuenta corriente
- › Cuenta de ahorros
- › Inversiones
- › Créditos
- › Tarjeta de crédito
- › Financiamiento
- › Comercio Exterior
- › Cash Management
- › Garantías bancarias

BANCA PERSONAL austro

BANCA EMPRESARIAL

Cuenta Corriente
Cuenta de Ahorros
Garantías
Cobranzas
Comercio Exterior
Comercial Card
Inversiones
Giros y Transferencias
Casilleros de Seguridad
Cuenta AFS
Cuenta de Ahorros
Cuenta Corriente
Inversiones
AustroGiros
Giros y Transferencias
Prestamos
Tarjetas de Débito
Videoconferencia
Fondos de Reserva
CrediÁGIL

TARJETAS DE CRÉDITO

Visa
Mastercard
Supermaxi

BANCO BOLIVARIANO

Bankard

- Bankard Visa
- Bankard MasterCard
- Programa de premios

Cuentas

- Cuenta de Ahorros veinti4
- Cuenta corriente veinti4Cuenta Joven
- Cuenta Kids

Tarjetas de débito

- veinti4 Visa Electron
- Visa Electron Cuenta Joven
- Activa el uso internacional de tu Visa Electron
- Enviar dinero
- Recibir dinero
- Cobertura

Inversiones

- Certificados de depósito en dólares
- Certificados de depósito en euros
- Ver Todo

Canales de atención

- veinti4online
- Avisos veinti4

- Nuestras oficinas
- Nuestros cajeros automáticos

Otros servicios

- Paga al IESS en línea con Banco Bolivariano.
- Nuevo estado de cuenta
- Paga el colegio de tus hijos en Banco Bolivariano
- Adelanto Efectivo

Créditos

- Plan Visión Vivienda
- Plan Visión Automotriz
- Credi Rol
- Ver Todo

Comercio Exterior

- Garantías bancarias

Fondos de inversión

- Fondo Proactivo
- Fondo Milenio

Casa de Valores Bolivariano

- Administración de portafolio
- Corretajes de valores
- Finanzas Corporativas

Seguros

- Plan Seguro
- Plan Seguro Remesas

CAPITAL

Cuentas de Ahorros Cuentas Corrientes Inversiones Financiamiento Automotriz
Créditos Comerciales y de Consumo Compra de Cartera (Factoring)
Arrendamiento Mercantil (Leasing) Líneas de Crédito con la Corporación
Financiera Nacional Red Servipagos Red de Cajeros Automáticos

CITIBANK

Cash Management: cobros, cuenta corriente, pagos.

Comercio Exterior: Cobranzas de Importación. Cobranzas de Exportación.
Cartas de Crédito de Importación. Cartas de Crédito de Exportación. Cartas de
Crédito Stand-By. Carta de Crédito Doméstica. Financiamiento de Pre-
Embarque. Financiamiento de Post-Embarque. Financiamiento de Importación.
Garantías Aduaneras. Garantías Mandatarias. Garantías Bancarias. Carta de
Intención. Emisión y descuento de Avales. Facilidad Comprometida

COFIEC

Ahorro e Inversiones

- Cuentas corrientes
- Cuentas de ahorros
- Depósitos a Plazo.

Crédito

- Créditos Productivos
- Cartas de Garantía
- Cartas de Crédito Domésticas

Otros

- Transferencias internas y al exterior
- Casilleros de seguridad
- Servicios transaccionales a través de Servipagos los 365 días del año

DEL BANK

Créditos

- Crédito de Consumo
- Crédito de Vehículo
- Crédito de Microempresa

- Crédito de Corporativo
- Crédito de Vivienda

Cuentas

- Ahorro
- Corriente

Inversiones

- Depósitos a plazo

FINCA

El principal objetivo de Finca es atender a personas de bajos recursos económicos algunos de los cuales se encuentran bajo la línea de la pobreza y cuya principal fuente de pago es una actividad productiva. Los productos que ofrece Finca son los siguientes:

- Créditos a Bancos Comunales
- Créditos a Grupos Comunales en Desarrollo
- Crédito Individual
- Cuentas de Ahorros

GUAYAQUIL

Banca Corporativa

- Cuenta Corriente
- Financiamiento de Exportación
- Financiamiento de Importación
- Carta de Crédito
- Carta de Garantía/Avales Bancarios

Banca Personal

- Cuenta de Ahorros
- Cuenta Corriente Rentable
- Tarjeta Efectiva

- Multicrédito
- Autofácil
- Casafácil

Banca Privada

- Póliza de Acumulación BG
- Cuenta Corriente BG
- Venta de Acciones BG
- Cuenta Corriente BG Panamá
- Certificado de Deposito Fijo BG Panamá

Banca Transaccional

- Personas
 - Recaudación de servicios básicos
 - Recaudación de visa norteamericana
 - Recaudación Visa a España
 - Transferencias y canjes
 - Remesas
 - Pago de Remesas Automático
 - Multiasistencia
 - Tarjeta Supermaxi
 - Orden de Pago
 - Multiasistencia PC
 - Consulta Central de Riesgo
- **Empresas**
 - Cash Management
 - Pago de Nómina con Crédito en Cuenta
 - Pago de Nómina - Pago Efectivo

- Pago de Nómina a los servidores públicos
- Nómina Plus
- Pago a Terceros
- Débito automático
- Recaudación de pensiones
- Recaudación de servicios básicos
- Transporte de Valores
- Recaudación en ventanilla / depósitos codificados
- Facturación de Combustible
- Ventanillas Extendidas
- Superintendencia de Compañías
- Transferencias y canjes
- Autorizaciones Corporativas
- Verificación de Referencias
- Giros-Pago de Remesas
- Sistema Integrado de Atención a Distribuidores

Tarjetas de Crédito

- American Express
- Tarjeta American Express Business
- Tarjeta Blue de American Express
- Visa y Mastercard Banco de Guayaquil
- Compras en Internet con MyBox
- Membership Rewards
- Centro de Servicios a Comercios

Canales

- Cajeros automaticos
- Banca Virtual
- Banca Celular
- Banca Telefónica
- Ventanillas
- Débitos Automáticos
- Banco del Barrio

BANCO DE LOJA

Productos

Cuentas



- Cuenta Corriente
- Cuenta de Ahorros
- Cuenta Crecediario
- Cuenta AhorroMeta

Certificados



- Depósitos a Plazo

Créditos



- CrediConsumo
- CrediConvenio
- CrediCasa
- CrediCarro

- MicroAsesor

tarjeta de crédito



- Visa Banco de Loja

SERVICIOS

TRANSFERENCIAS



- Bancarias
- Interbancarias

GIROS



- Giros nacionales y exterior

PAGOS A TERCEROS



- Pago de Servicios Básicos
- Pago de Centros Educativos
- Sistema de Pagos Interbancarios
- Aportes Patronales del IESS
- Pago de Impuestos del SRI
- Matriculación Vehicular
- Bono de Desarrollo Humano

VaRIOS



- Cheque Binacional
- Cheques del Exterior
- Cheques de Gerencia
- Cheques Certificados
- Referencias Bancarias
- Casilleros de Seguridad
- Bloque Temporal de Cuentas
- Tarjeta de Débito

PACIFICO

Cuentas de Ahorros

Mayor seguridad y comodidad para conseguir el mejor rendimiento de tus ahorros.

- Cuenta de Ahorro
- Cuenta Segura
- Mi Ahorro Cuenta
- Eurocuenta

- Cuenta Remesas
- Contáctenos

Cuentas Corrientes

Cuenta con chequera nacional e internacional para realizar operaciones en oficinas de Ecuador y Panamá.

- Cuenta Corriente
- Cuenta Clave
- Contáctenos

Créditos

Las mejores facilidades del mercado para la obtención de un crédito.

- Crédito de Consumo
- Leasing
- Crédito Hipotecario
- Contáctenos
- Calculadora de Cuotas

Inversiones

Incrementa tu capital con las mejores alternativas de inversión.

- Depósitos a Plazo
- Certificados de Ahorros a plazo
- Casa de valores
- Custodia Física de Títulos Valores
- Contáctenos
- Calculadora de Inversiones

Servicios para el cliente

Preguntas frecuentes, Servicios Bancarios como Intermático, MasterCard Debit entre otros

- Guía de Trámites Bancarios
- MasterCard Debit
- Preguntas Frecuentes

Giros y Cambios

Recibe tus giros y negocia divisas a precios competitivos.

Créditos

Las mejores facilidades del mercado para la obtención de un crédito.

Para Personas

Créditos diseñados para tus necesidades

- Crédito Pacífico
- Plan Auto
- Cartas de Garantía
- Leasing
- Simulador de Crédito
- Hipotecario Común
- Hipoteca Pacífico
- Construye con el Pacífico
- Hipoteca Pacífico Mi Primera Casa

- Calculadora de Cuotas
- Contáctenos

Para Empresas

Créditos diseñados para las necesidades de su empresa

- Crédito Empresarial
- Cartas de Garantía
- Leasing
- Tarjeta Empresarial

Servicios

- Guía de Trámites Bancarios
- Seguridad
- Preguntas Frecuentes
- Cobertura
- Contáctenos

Servicios Bancarios

- Tarjeta Bancomático
- Puntomático
- Bolsa de Bienes
- Asistencia Pacífico
- Transferencias Interbancarias
- Casillero de Correspondencia
- Parqueos
- Transferencia automática de fondos (T.A.F.)
- Casilleros de Seguridad
- Orden de no Pago
- Orden Permanente de Pago (O.P.P.)
- Pago de servicios con débito a cuenta
- Impuestos fiscales
- Depósitos codificados

- Pago de aportes al IESS
- Banca Seguros

Giros y Cambios

- Pago de Remesas del Exterior
- Giros Enviados y Recibidos
- Negociación de Divisas

BIBLIOGRAFÍA

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

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

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

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

Banco Central del Ecuador sitio oficial con información estadística, económica de la institución. www.bce.fin.ec/ (Consulta Agosto 2011)

Cooperativa de ahorro y crédito 23 de Julio-Ecuador: inicio www.coop23dejulio.fin.ec/ (consulta Agosto 2011)

Cooperativa de ahorro y crédito "29 de octubre"-unicos: <https://www.29deoctubre.fin.ec/> (Consulta Agosto 2011)

Mutualista Pichincha:: Ecuador:: tiene un sueño. www.mutualistapichincha.com/
(Consulta Agosto 2011)

Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador (2011). Disponible en: <http://www.superban.gov.ec/practg/pindex> (consulta Agosto 2011)

