



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

**La Universidad Técnica Particular de Loja**

**ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS**

**MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA**

Preferencias en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones del sistema financiero regulado ecuatoriano, año 2010, Plaza Quito

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

**Autores:**

Elizalde Robles Juan Diego

Fierro Vásquez María José

**Director:**

Ing. Peñarreta Quezada Miguel Angel

**QUITO-ECUADOR**

**2011**

**Certificación director tesis**

Ing. Miguel Angel Peñarreta

**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 María José Fierro Vásquez y Juan Diego Elizalde Robles, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

Loja, 05 de diciembre de 2011

f) .....

### **Declaración y cesión derechos**

“Yo, María José Fierro Vásquez y Juan Diego Elizalde Robles declaramos ser autores 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 declaramos 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”.

.....

AUTOR

.....

AUTOR

## **Autoría**

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

.....

María José Fierro V.

.....

Juan Diego Elizalde R.

## **Dedicatoria**

El presente trabajo va dedicado especialmente a mis padres Yolanda Magdalena y Juan Bautista, que con su amor supieron guiarme a lo largo de este gran camino del reto profesional y supieron formarme en base a sus valores y principios, a mis hermanos Rocío y Darwin por su verdadera amistad y su apoyo en mi vida estudiantil, a mis abuelos Carmen (+) y Manuel quienes supieron brindarme su conocimiento y sabiduría en el transcurso de mis años.

**Juan Diego Elizalde**

Este trabajo está dedicado a mis padres y hermanos por su incondicional apoyo y comprensión, especialmente a mi madre Sandra, porque gracias a ella tuve un gran ejemplo de superación y entrega, a Rebeca que es mi hermana y amiga y quien me ha apoyado pacientemente cada día. A mi novio Juan Carlos, quien ha creído en mí y me ha sabido brindar el impulso que necesitaba en los momentos más difíciles.

**María José Fierro**

## **Agradecimiento**

Agradecemos al Ing. Miguel Ángel Peñarreta por su valiosa guía y consejos para nuestra formación como investigadores.

A mis líderes del Unibanco por su apoyo y por la oportunidad que me brindaron para el comienzo y el desarrollo de mi vida profesional, y por brindarme la orientación necesaria para el desarrollo del presente estudio. A Eduardo mi líder y amigo que ha depositado su confianza en mi persona y por la motivación dada para la culminación del proyecto.

**Juan Diego Elizalde**

A Dios, por darme salud y vida, por su bendición al darme la fortaleza necesaria para seguir adelante ante cualquier adversidad, a mis padres quienes han sido un pilar fundamental en mi vida, a mi hermana y a mi novio quienes han estado a mi lado a lo largo de todo este tiempo alentándome para llegar a mi objetivo el cual está plasmado en este documento, el cual demuestra todos mis conocimientos adquiridos en esta etapa tan valiosa de mi vida.

A la Universidad Técnica Particular de Loja, por abrirme las puertas del conocimiento, y permitirme en base a mi esfuerzo y dedicación obtener mi Título Profesional.

**María José Fierro**

## Índice de contenidos

Certificación director tesis .....	2
Declaración y cesión derechos.....	3
Autoría .....	4
Dedicatoria .....	5
Agradecimiento .....	6
<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>7</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO I: EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO: BREVE DESCRIPCIÓN Y CARACTERIZACIÓN .....</b>	<b>13</b>
<b>Introducción:.....</b>	<b>13</b>
1.1 <i>Ley general de Instituciones Financieras</i> .....	14
1.1.1    Definición .....	14
1.1.2    Órganos rectores del sistema financiero.....	14
1.1.3    Alcance y regulaciones.....	15
1.2 <i>Estructura del sistema financiero ecuatoriano</i> .....	16
1.2.1    Banca privada.....	16
1.2.2    Cooperativismo.....	21
1.2.3    El Mutualismo .....	22
1.2.4    La Banca Pública.....	24
1.3 <i>Tendencias actuales de productos y servicios financieros</i> .....	25
1.3.1    La importancia de la web 2.0 y la tecnología en los productos y servicios financieros.....	26
1.3.2    Canales de provisión de servicios financieros .....	27
1.3.3    Los retos futuros de los productos y servicios financieros en el Ecuador. ....	28
<b>CAPITULO II: Análisis situacional del sistema financiero ecuatoriano. Una perspectiva desde la oferta por plaza.....</b>	<b>30</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>30</b>
2.1 <i>El sistema financiero local</i> .....	30
2.2.1    Por Tipo de Depósito.....	31
2.2.2    Por Subsistema .....	44
2.3.1    Por tipo de cartera.....	57
2.3.2    Por subsistema.....	76
2.4.1    Por Institución Financiera.....	85
<b>2.4.2 Por Subsistema</b> .....	<b>89</b>
<b>CAPÍTULO III: ACCESO Y PREFERENCIA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS. UNA PERSPECTIVA DESDE LA DEMANDA .....</b>	<b>91</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>91</b>

3.1	<i>Factores que influyen en la preferencia de productos y servicios financieros</i> .....	96
3.1.1	Estudio comparativo entre tipos de IFIS .....	102
3.1.2	Estudio comparativo entre productos y servicios .....	106
3.2	<i>La comunicación con el cliente y servicio al cliente</i> .....	115
3.2.1	Comunicación con el cliente.....	115
3.2.2	Servicio al cliente.....	121
	<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>129</b>
	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>131</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>134</b>
	<b>ANEXOS</b> .....	<b>135</b>
	<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS</b> .....	<b>142</b>



## **RESUMEN EJECUTIVO**

El sistema financiero ecuatoriano, en la última década se ha ido fortaleciendo y consolidando, por lo que el gobierno en su afán de mantener esta estabilidad a normado y regulado cada subsistema que lo integra enfocándose en el beneficio del consumidor, razón por la cual, conocer la percepción de los usuarios del sistema financiero en relación a los productos y servicios es el principal objetivo de esta investigación.

Se ha notado que el volumen de captaciones y cartera se ha incrementado lo que refleja un mayor grado de bancarización, demostrando que cada vez es más fácil el acceso a los servicios financieros por parte de la población.

Como resultado de este incremento, se ha podido conocer que la población joven entre 20 y 39 años, son usuarios de productos de ahorro y tarjetahabientes de los bancos, lo que les ha permitido ser mejores sujetos de crédito en el mercado financiero.

Una de las principales razones que se ha podido determinar para que los clientes escojan una entidad financiera es la solidez, sus productos y servicios financieros y la recomendación que tengan de la entidad; por lo que es importante que las instituciones financieras se enfoquen en fidelizar este grupo de clientes.

## **INTRODUCCIÓN**

El acceso a los servicios financieros a cobrado gran importancia en el país y América Latina en los últimos años. En forma creciente, tanto gobiernos como bancos y otras instituciones financieras privadas, vienen planteando y desarrollando iniciativas que buscan profundizar el acceso de la población a los servicios financieros.

Las razones del enorme interés sobre este tema son básicamente las siguientes: En primer lugar, después de las profundas crisis financieras de los 1990s y 2000 el sistema financiero se ha fortalecido significativamente. La mayor estabilidad financiera ha permitido dirigir la atención hacia nuevos instrumentos y prácticas que, sin incurrir en riesgos excesivos, permiten una mayor inclusión de la población a los servicios financieros.

En segundo lugar, los análisis recientes sobre la relación entre desarrollo de mercados financieros y desarrollo económico a nivel mundial han incrementado el énfasis en el concepto de acceso a servicios financieros, por el cual se entiende la capacidad de la población de utilizar estos servicios sin que existan obstáculos que lo prevengan. Este fenómeno ha generado una creciente actividad de las micro finanzas.

Finalmente y aunque aún se sienten los estragos de la crisis financiera mundial la economía ecuatoriana al igual que otras economías de la región se proyectan a cifras macro estables, lo que permitiría que la bancarización siga creciendo. El efecto seguramente que se va a ver reflejado en la demanda de las medianas, pequeñas y micro empresas para financiar sus inversiones productivas como de las familias que requieren vehículos financieros seguros para canalizar sus ahorros, realizar transacciones en forma más eficiente, financiar la compra de bienes inmobiliarios y adquirir seguros contra eventos catastróficos, entre otros.

Sin embargo, se carecen de análisis que evalúen la preferencia y la calidad de los actuales servicios y productos financieros en el Ecuador ¿por qué la gente prefiere ir a un banco, cooperativa, mutualista o determinada tarjeta de crédito o chequera? por ejemplo. La Superintendencia de Bancos y la Junta Bancaria ha obligado a las IFIS a ser transparentes con los costos y a través de ciertas disposiciones han logrado

que 16 servicios financieros no tengan costos y han rebajado casi 30 servicios al mínimo. En este contexto la presente investigación pretende conocer el criterio del cliente a la hora de escoger una determinada institución financiera, un portafolio de productos y servicios, y su percepción frente al servicio al cliente y la comunicación que reciben de su banco, cooperativa, etc.

Para dar respuesta a las anteriores preguntas se aplicará una encuesta a los clientes de las instituciones financieras reguladas del país con el objeto de conocer sus respuestas a las inquietudes anteriormente mencionadas. Se espera que los principales hallazgos y recomendaciones a presentarse en el estudio, puedan ayudar a los directivos de las IFIS a mejorar y a innovar sus servicios y productos financieros. Adicionalmente a las autoridades de control propiciar estrategias que mejoren el nivel de bancarización y profundización en el país, especialmente en el área rural.

El presente estudio se ha dividido en tres capítulos: En el primer capítulo se realiza una breve revisión de las definiciones básicas del sistema financiero Ecuatoriano, los entes reguladores y los subsistemas que tienen presencia en el mercado financiero. También se analiza la relación de los productos financieros con las nuevas tecnologías de información y comunicación, este aspecto es fundamental para el desarrollo del mercado financiero a la par con el desarrollo tecnológico que permite mejorar los canales de comunicación y atención al cliente, así como generar alianzas entre instituciones para mejorar el beneficio de los productos y servicios financieros.

Desde el segundo capítulo el estudio se ubica geográficamente en la plaza de Quito dentro del mercado financiero Ecuatoriano, aquí se analiza la evolución de las captaciones y colocaciones de las entidades que integran los diferentes subsistemas financieros, este análisis se lo realiza por la perspectiva de cada subsistema y por producto, esto es el punto de vista de la oferta.

El tercer capítulo es desarrollado en base a la información obtenida de la investigación de campo, con ella se pudo obtener datos sobre las preferencias en productos y servicios, que factores influyen para seleccionar una entidad financiera y los canales de comunicación y atención al cliente, desde el punto de vista de la demanda.

## **Objetivo General**

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

## **Objetivos Específicos**

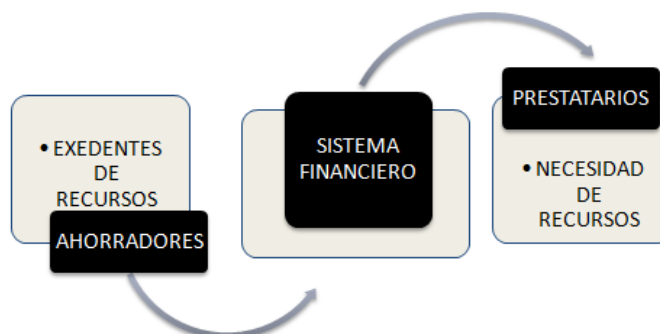
1. Identificar la composición del sistema financiero ecuatoriano
2. Determinar los factores que influyen en el cliente en el uso de productos/ servicios financieros que ofrecen las IFIS reguladas del país.
3. Evaluar la calidad de los servicios y productos financieros y el servicio al cliente.

## CAPÍTULO I: EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO: BREVE DESCRIPCIÓN Y CARACTERIZACIÓN

### Introducción:

El sistema financiero está integrado por la suma de varias instituciones, sistemas de pagos y mercados<sup>1</sup>, cuya finalidad es la de canalizar los excedentes monetarios que son generados por las unidades de gasto con superávit hacia aquellas unidades de gasto deficitarias. Las instituciones son bancos públicos o privados y otras entidades financieras que compran y venden activos y pasivos financieros. Los sistemas de pagos son medios por los cuales se transfieren fondos entre agentes. Otro elemento integrante del sistema financiero es la organización, regulación y supervisión de los mercados, intermediarios e instrumentos financieros por parte del Estado. En el presente capítulo encontraremos las características básicas de los subsistemas del mercado financiero, así como la ley reguladora de las instituciones financieras.

**Gráfico No. 1:** Esquema del sistema financiero



**Fuente:** Blog de aula de Virginia Lupiañez. Septiembre 2010.

**Elaboración:** Los Autores.

<sup>1</sup>El mercado financiero podría definirse como el conjunto de canales de interrelación entre la oferta y demanda de fondos. Se pueden distinguir entre mercados primarios y secundarios; de renta fija y de renta variable; organizados u overthecounter.

## 1.1 Ley general de Instituciones Financieras

La intervención/regulación del gobierno en el mercado financiero es uno de los elementos importantes dentro del sistema financiero, permite que las instituciones tengan una participación clara de su giro de negocio, y los productos que ofrecen sean sin información engañosa. Mantiene el control adecuado de la liquidez y financiamiento de las instituciones; y formula lineamientos adecuados que protegen los intereses de los usuarios financieros. La ley general de instituciones del sistema financiero engloba todo lo mencionado anteriormente, y es el principal instrumento con el que el gobierno cumple su intervención en el sistema financiero ecuatoriano.

### 1.1.1 Definición

La Ley general de instituciones financieras (IFIS) es aquella que regula las instituciones del sistema financiero privado en cuanto a su creación, organización, actividades de funcionamiento y extinción; aplica normas de prudencia y solvencia financiera, control y vigilancia dentro del marco legal que regula las instituciones financieras públicas, las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda, las cooperativas de ahorro y crédito y las instituciones de servicios financiero<sup>2</sup>, así como la organización y funciones de la superintendencia de bancos.

### 1.1.2 Órganos rectores del sistema financiero

La función de control del sistema financiero se rige por los siguientes organismos:

- *Superintendencia de Bancos*: es la entidad encargada de la supervisión y control del sistema financiero. Es el principal ente regulador del sistema financiero ecuatoriano.
- *La Junta Bancaria*: Mediante las resoluciones determinan la labor de supervisión y control de la superintendencia de Bancos y las reglamentaciones en general de las operaciones y servicios de las instituciones financieras privadas.

---

<sup>2</sup>Se entiende por instituciones de servicios financieros a los almacenes generales de depósito, compañías de arrendamiento mercantil, compañías emisoras o administradoras de tarjetas de crédito, casas de cambio, corporaciones de garantía y retrogarantía, corporaciones de desarrollo de mercado secundario de hipotecas, que deberán tener como objeto social exclusivo la realización de estas actividades.

El Estado ecuatoriano ha creado diferentes unidades de regulación con el objetivo primordial de proteger al usuario financiero, entre las que se encuentran:

- Banco Central del Ecuador: Es un organismo público autónomo que está encargado de que el sistema de pagos funcione adecuadamente además de establecer las tasas de interés legales para todo el país.
- Consejo de seguro de depósitos (COSEDE): es la entidad encargada de cumplir con el pago de los depósitos garantizados de los clientes en el sistema financiero ecuatoriano en caso de que la institución financiera no pudiera solventar los depósitos del público.
- Unidad de análisis financiero (UAF): es el órgano operativo del consejo nacional contra el lavado de activos, quien realiza el análisis y control de las transacciones y operaciones económicas inusuales e injustificadas que se presenten en el sistema financiero.
- Consejo nacional de sustancias estupefacientes y psicotrópicas (CONSEP): maneja una base de sindicados a nivel general de las IFIS para evitar que dinero ilegal se filtre en transacciones del sistema financiero.

### **1.1.3 Alcance y regulaciones**

El ámbito de la Ley general de instituciones financieras, busca siempre mantener un adecuado funcionamiento de las instituciones en el mercado y rige:

- En las instituciones del sistema financiero privado: regula la creación, organización, actividades, funcionamiento y extinción.
- En las instituciones financieras públicas, compañías de seguro y reaseguros: aunque se rigen por sus propias leyes, se someten a esta Ley en lo relacionado a la aplicación de normas de solvencia y prudencia financiera. Se aplicará las normas que esta Ley contiene sobre liquidación forzosa cuando existan causales que lo amerite.
- Las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda, las cooperativas de ahorro y crédito y las instituciones de servicios financieros, se someten a la aplicación de normas de solvencia y prudencia financiera así como al control que realizará la superintendencia de Bancos dentro del marco legal con

las que dichas instituciones son reguladas bajo las normas que expida para el efecto. Tomado de ley general de IFI's.

- En las instituciones de servicios auxiliares del sistema financiero<sup>3</sup> dictará normas de carácter general aplicables a las mismas.
- Dentro de la ley general de IFI's, la superintendencia de bancos controlará la sociedad controladora y las instituciones financieras integrantes de un grupo financiero y autoriza a las corporaciones de desarrollo de mercado secundario de hipotecas como las únicas para actuar como fiduciarias en procesos de titularización.

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

El nivel de desarrollo económico es uno de los principales factores que influyen en la forma de organización de los sistemas financieros, así como el tipo de regulaciones que se apliquen en cada país. En forma general existen dos tipos de organizaciones: el primero es el sistema con énfasis en el mercado de capitales; y, el segundo es el sistema de la banca universal.

El sistema financiero ecuatoriano es predominado por la banca universal, siendo el otro sistema bastante limitado. Dentro del sistema financiero del Ecuador existen las instituciones financieras propiamente dichas y las instituciones de servicios auxiliares del sistema financiero. Las instituciones financieras privadas comprenden: bancos, sociedades financieras, mutualistas y cooperativas de ahorro y crédito.

El presente estudio se enfoca a los subsistemas de la banca privada, banca pública, cooperativas de ahorro y crédito y mutualistas, los cuales se analizarán en los apartados siguientes.

### **1.2.1 Banca privada**

La banca privada en el sistema financiero Ecuatoriano es de tipo comercial, está compuesta por 25 instituciones cuya cobertura es a nivel nacional, en el cuadro

---

<sup>3</sup>Son instituciones de servicios auxiliares del sistema financiero: transporte de especies monetarias y valores, servicios de cobranzas, cajeros automáticos, servicios contables y de computación, fomento de exportaciones e inmobiliarias propietarias de bienes que son utilizados por una sociedad controladora o una institución financiera y otras calificadas por la Superintendencia de Bancos.



no. 1 se detallan bancos privados y su respectiva calificación de riesgo, el significado se detalla en el anexo 2. Su desempeño se refleja como la cuota principal dentro del mercado financiero.

**Cuadro No. 1:** Bancos Privados en el mercado financiero ecuatoriano. Año 2010.

<b>BANCOS PRIVADOS EN EL MERCADO Y SU CALIFICACIÓN DE RIESGO</b>				
Amazonas <b>AA-</b>	Machala <b>AA</b>	Cofiec <b>B+</b>	Promerica <b>AA+/AA+</b>	Internacional <b>AAA-</b>
Lloyds Bank <b>AAA -</b>	Capital <b>AA-</b>	Procredit <b>AAA-</b>	Finca <b>A-</b>	Sudamericano <b>B+</b>
Austro <b>A+</b>	Pacifico <b>AA+</b>	Comercial de Manabi <b>A-</b>	Rumiñahui <b>AA-</b>	Litoral <b>A+</b>
Loja <b>AA</b>	Citibank <b>AAA</b>	Produbanco <b>AAA-/ AAA-</b>	Guayaquil <b>AAA -</b>	Territorial <b>BBB-</b>
Bolivariano <b>AA+/ AAA-</b>	Pichincha <b>AAA-/AAA-</b>	Delbank <b>BBB</b>	Solidario <b>A+</b>	Unibanco S.A <b>AA+</b>

**Fuente:** Tomado de la Superintendencia de Bancos

### 1.2.1.1 Definiciones básicas

Los bancos privados son en nuestra legislación sociedades anónimas cuya característica principal es la de ser un intermediario del mercado financiero que mediante la captación y colocación de los recursos del público dinamizan la economía del país. Son instituciones que por un lado están encargadas de cuidar el dinero entregados a ellos por sus clientes y por el otro utiliza este dinero en préstamos cobrando una tasa de interés. (Guía didáctica Contabilidad Bancaria de la MAD UTPL. Nota técnica No. 48 tomada del BCE)

Dentro de la regulación al sistema financiero se detallan las operaciones que las instituciones pueden realizar. Ver cuadro No. 2.

## Cuadro No.2: De las operaciones y funcionamiento de las IFIS (2010)

Título V: De las operaciones y funcionamiento. Capítulo I: Operaciones Artículo 51: Operaciones que podrán efectuar los bancos en moneda nacional o extranjera:	
a)	Recibir recursos del público en depósitos a la vista
b)	Recibir depósitos a plazo
c)	Asumir obligaciones por cuenta de terceros mediante aceptaciones, endosos o avales de títulos de crédito. Otorgar garantías, fianzas y cartas de crédito internas y externas
d)	Emitir obligaciones y cédulas garantizadas con sus activos y patrimonio.
e)	Recibir préstamos y aceptar créditos de instituciones financieras del país y del exterior.
f)	Otorgar préstamos hipotecarios y prendarios, con o sin emisión de títulos. Otorgar préstamos quirografarios.
g)	Conceder créditos a cuenta corriente, contratados o no.
h)	Negociar letras de cambio, libranzas, pagarés, facturas y otros documentos que representen obligaciones de pago creados por ventas a crédito.
i)	Negociar documentos resultantes de operaciones de comercio exterior.
j)	Negociar títulos valores y descontar o hacer adelantos sobre letras documentarios sobre el exterior.
k)	Constituir depósitos en instituciones financieras del país y del exterior.
l)	Adquirir, conservar o enajenar, por cuenta propia, valores de renta fija de los previstos en la ley de Mercado de Valores. Y Otros títulos de crédito establecidos en el código de comercio. Contratos a término, opciones de compra o venta y futuros. Realizar operaciones propias del mercado de dinero. Participar directamente en el mercado de valores extrabursátil en operaciones propias y en los valores expresados en este literal.
m)	Efectuar por cuenta propia o de terceros operaciones con divisas. Contratar reportes o arbitrajes sobre divisas. Emitir o negociar cheques de viajeros.
n)	Efectuar servicios de caja y tesorería.
ñ)	Efectuar cobranzas, pagos y transferencias de fondos. Emitir giros sobre sus propias oficinas o las de instituciones financieras nacionales o extranjeras.
o)	Recibir y conservar objetos muebles, valores y documentos en depósito para su custodia. Arrendar casilleros o cajas de seguridad para el depósito de valores.
p)	Actuar como emisor u operador de tarjetas de crédito, de débito o tarjetas de pago.
q)	Efectuar operaciones de arrendamiento mercantil.
r)	Comprar, edificar y conservar bienes raíces para su funcionamiento y enajenarlos.
s)	Adquirir y conservar bienes muebles e intangibles para su servicio y enajenarlos.
t)	Comprar o vender minerales preciosos acuñados o en barra.
u)	Emitir obligaciones con respaldo de la cartera de crédito hipotecaria o prendario propia o adquirida.
v)	Garantizar la colocación de acciones u obligaciones.
w)	Efectuar inversiones en el capital social de las sociedades a las que se refiere el literal b) del art. 57 de la ley general de IFIS.
x)	Efectuar inversiones en el capital de otras instituciones financieras con las que hubieren suscrito convenios de asociación de conformidad con el cuarto inciso del art.17 de la ley general de IFIS.

**Fuente:** Tomado de la Ley General de IFIS

**Elaboración:** Los autores

Estas operaciones reguladas por parte del Gobierno determinan el giro de negocio de las instituciones del sistema financiero, y otorgan a los usuarios productos financieros de calidad, cumpliéndose así lo que en la constitución de la República del Ecuador dispone en su artículo 52: “las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de optimada calidad...” (Publicada en el Registro Oficial No. 449 de 20 de octubre del 2008) y creando una transacciones claras en el mercado sin información engañosa.

### 1.2.1.2 Caracterización de la banca privada

Los bancos privados se caracterizan principalmente por ser intermediarios en el mercado financiero, en el cual actúan captando<sup>4</sup> recursos del público para obtener fondos y los utiliza en forma total o parcial en operaciones de crédito e inversión.

**Cuadro No. 3:** De la participación de las IFIS en el sistema financiero nacional.

PARTICIPACIÓN DE LAS INSTITUCIONES EN EL SISTEMA FINANCIERO NACIONAL (en miles de dólares)										
	TOTAL ACTIVOS		TOTAL PASIVOS		TOTAL CAPTACIONES		TOTAL CARTERA BRUTA		TOTAL PATRIMONIO	
	2008	2010	2008	2010	2008	2010	2008	2010	2008	2010
BANCOS PRIVADOS	17.525.590	20.082.769	15.655.922	17.994.592	14.036.111	16.184.819	9.453.746	11.313.804	1.869.668	1.827.232
COOPERATIVAS	1.936.792	2.584.365	1.606.719	2.172.047	1.423.480	1.920.857	1.396.403	1.933.763	330.074	367.324
MUTUALISTAS	385.586	454.655	347.354	413.084	322.866	382.497	221.620	260.122	38.232	38.298
SOCIEDADES FINANCIERAS	963.596	1.226.288	706.791	1.020.061	466.230	625.161	792.218	961.066	176.805	163.894
<b>Total</b>	<b>20.811.564</b>	<b>24.348.077</b>	<b>18.316.786</b>	<b>21.599.784</b>	<b>16.248.687</b>	<b>19.113.334</b>	<b>11.863.987</b>	<b>14.468.755</b>	<b>2.414.779</b>	<b>2.396.748</b>
PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE LAS IFIS CORTE AL 22 DE DIC 2010										
BANCOS PRIVADOS	84,21%	82,48%	85,47%	83,31%	86,38%	84,68%	79,68%	78,19%	77,43%	76,24%
COOPERATIVAS	9,31%	10,61%	8,77%	10,06%	8,76%	10,05%	11,77%	13,37%	13,67%	15,33%
MUTUALISTAS	1,85%	1,87%	1,90%	1,91%	1,99%	2,00%	0,19%	1,80%	1,58%	1,60%
SOCIEDADES FINANCIERAS	4,63%	5,04%	3,86%	4,72%	0,29%	3,27%	6,68%	6,64%	7,32%	6,84%

**Fuente:** Superintendencia de Bancos, reporte gerencial por subsistema.

**Elaboración:** Los autores.

En el sistema financiero ecuatoriano, al cierre del año 2010, existen 22 bancos nacionales privados, uno con capital estatal y dos bancos extranjeros; su participación en el mercado financiero es la más grande, y representa el 77.77% de las captaciones y el 54.36% de la cartera bruta. Sus activos representan el 96.50% y sus pasivos el 86.46% del total del sistema financiero nacional. Para el 2010, en relación al 2008, su participación aumentó en 12.29% y 11.29%, respectivamente. Su patrimonio al 2010 disminuye al 8.78% del 8.98 que alcanzó en el 2008. Los valores y porcentajes se detallan en el cuadro no 3. Esto implica que el sistema financiero ecuatoriano es principalmente bancario, lo que proporciona un mayor acceso de los usuarios al mercado, siendo de preferencia por ellos los bancos privados que han logrado incrementar sus cuentas como se demuestra en líneas anteriores.

<sup>4</sup>Las formas de captación de los bancos pueden ser mediante depósitos a la vista, certificados de depósito a plazos o cualquier otra forma de captación.

### 1.2.1.3 Productos y servicios financieros

La Ley General de IFIS en su título V: de las Operaciones y Funcionamiento, detalla el conjunto de operaciones que las instituciones pueden realizar en el mercado financiero. En base al artículo 51 de la mencionada Ley, enumeramos los siguientes productos y servicios financieros que la banca privada tiene a disposición:

**Cuadro No. 4:** De los productos y servicios financieros regulados:

Productos y servicios regulados		
PRODUCTOS		
	Productos de colocación	
1	Créditos de consumo	Créditos para la microempresa
	Créditos comerciales	Créditos hipotecarios
	Productos de captación	
2	Cuentas de ahorro	
	Cuentas corrientes	
	Certificados de Depósito a plazo	
3	Productos para el comercio exterior	
SERVICIOS		
1	Cheque certificado	19 Tarjeta de débito, reposición
2	Cheque de gerencia	20 Tarjeta de débito, renovación
3	Cheque devuelto nacional	21 Transferencias al exterior en oficina
4	Corte de estado de cuenta	22 Transferencias interbancarias enviadas, internet
5	Costo de reposición libreta/cartola/ estado de cuenta por pérdida, robo o deterioro	23 Transferencias interbancarias SPI enviadas oficina
6	Costo por un cheque	24 Transferencias interbancarias SPI recibidas
7	Entrega de estado de cuenta a domicilio	25 Transferencias nacionales otras entidades oficina
8	Entrega de estado de cuenta en oficina	26 Transferencias recibidas desde el exterior
9	Impresión Consulta por cajero automático	27 Cheque consideración cámara de compensación
10	Referencias bancarias	28 Oposición al pago de cheques
11	Retiro cajero automático clientes de la propia entidad en cajero de otra entidad	29 Abstención de pago de cheques
12	Retiro cajero automático clientes de otra entidad en cajero de la entidad	30 Revocatoria de cheques
13	Cheque devuelto del exterior	31 Transferencias SCI enviadas, oficina
14	Tarjeta de crédito y tarjeta de pago, consumo en gasolineras	32 Transferencias SCI enviadas, Internet
15	Tarjeta de crédito, copia de estado de cuenta	33 Transferencias SCI recibidas
16	Tarjeta de crédito y tarjeta de pago, copia de voucher/vale del exterior	34 Tarjeta de crédito, afiliación
17	Tarjeta de crédito y tarjeta de pago, copia de voucher/vale local	35 Tarjeta de crédito, renovación
18	Tarjeta de débito, emisión	

Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Los autores

La tabla nos muestra los productos y servicios regulados y sometidos a techos máximos autorizados a cobrar por la prestación de los mismos en las instituciones financieras, la Junta Bancaria publicará trimestralmente estas tarifas y las publicará para el conocimiento de los usuarios. Autoriza también a la Superintendencia de Bancos a analizar las actividades propias del giro del negocio que implican transacciones básicas del manejo de cuentas mismas que no tendrán cuentas.

### 1.2.2 Cooperativismo

Las cooperativas son instituciones que principalmente fomentan el ahorro y la producción, la constitución de la República del Ecuador impulsa la libertad de asociación tratando de crear un ambiente de regulación para que el capital financiero de las cooperativas pueda impulsar el desarrollo social. En este sentido la Superintendencia de bancos ahonda su esfuerzo para lograr regular las cooperativas constituidas, ya que representa un cuota de capital importante para el mercado financiero.

**Cuadro No. 5:** Cooperativas reguladas por la Superintendencia de bancos(2010)

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN	
11 DE JUNIO	EL SAGRARIO
23 DE JULIO	GUARANDA
29 DE OCTUBRE	JARDIN AZUAYO
9 DE OCTUBRE	JUVENTUD ECUATORIANA PROGRESISTA
ALIANZA DEL VALLE	LA DOLOROSA
ANDALUCIA	MEGO
ATUNTAQUI	NACIONAL
BIBLIAN	OSCUS
CACPE LOJA	PABLO MUÑOZ VEGA
CACPECO	PADRE JULIAN LORENTE
CALCETA	PASTAZA
CAMARA DE COMERCIO DE QUITO	QUINCE DE ABRIL
CHONE	RIOBAMBA
CODESARROLLO	SAN FRANCISCO
COMERCIO	SAN FRANCISCO DE ASIS
COOOPAD	SAN JOSE
COOPROGRESO	SANTA ANA
COTOCOLLAO	SANTA ROSA
TULCAN	

**Fuente:** Tomado de la Superintendencia de Bancos. Reportes entregados por las entidades controladas. Año 2010.

### **1.2.2.1 Definiciones básicas**

El Cooperativismo es la reunión de varias personas cuya la finalidad es la cooperar entre sí para alcanzar sus necesidades financieras. A diferencia de la banca privada que está integrada por clientes, la cooperativa está formada por socios, ya que cada persona posee una pequeña participación dentro de esta.

Las cooperativas de ahorro y crédito no podrán desarrollar las operaciones de los literales j), m), t), y v) del artículo 51 de la ley general de IFIS. (Cuadro No. 4)

### **1.2.2.2 Cooperativismo en el Ecuador**

La Ley general de IFIS no permite que las cooperativas realicen negociación de documentos de comercio exterior ni efectuar operaciones de arrendamiento mercantil, así como el invertir en proyectos de vivienda. Al cierre del año 2010 el en mercado financiero ecuatoriano se encuentra la presencia de 38 cooperativas de ahorro y crédito, su participación en captaciones y cartera bruta es de 9.23% y 9.29% respectivamente. En total de activos las cooperativas mantienen el 12.42%, de pasivos 10.44% y su patrimonio del 1.76% en relación al 9.31%, 7.72% y el 1.59% que alcanzaron al cierre del año 2008 respectivamente en estos 3 componentes.

### **1.2.2.3 Productos y servicios**

La Ley general de IFIS regula los productos y servicios financieros para el mercado financiero, bajo esta consideración definimos que las cooperativas pueden ofrecer a sus clientes productos de captación como depósitos en cuentas de ahorros y certificados de depósitos a plazo, en productos de colocación están créditos comerciales, de consumo, vivienda y para la microempresa. Los servicios financieros que ofrecen son los mismos detallados en cuadro no. 4

## **1.2.3 El Mutualismo**

Las sociedades mutualistas representan en el mercado el capital financiero o de financiamiento para el sector inmobiliario o de vivienda, en nuestro mercado podemos encontrar la presencia de 4 sociedades mutualistas, mismas que amparadas en la constitución cumplen su función de financiamiento de la vivienda orientada a la comunidad.

**Cuadro No. 6:** Sociedades mutualistas del mercado ecuatoriano. Año 2010.

MUTUALISTAS EN EL ECUADOR Y SU CALIFICACION DE RIESGO	
AMBATO	B
AZUAY	A-
IMBABURA	BB-
MUT.PICHINCHA	AA

**Fuente:** Tomado de la Superintendencia de Bancos.

### 1.2.3.1 Definiciones básicas

El mutualismo es la integración de varios socios con el fin de apoyarse entre sí para solventar sus necesidades financieras. Generalmente estas instituciones invierten en el mercado inmobiliario.

Las mutualistas son instituciones cuya principal función es destinar los recursos captados del público al financiamiento de la vivienda, construcción y al bienestar familiar de los asociados. No podrán desarrollar las operaciones de los literales j), m), t), y v) del artículo 51 de la ley general de IFIS. (Cuadro No.4)

### 1.2.3.2 El Mutualismo en el Ecuador

Las mutualistas que existen en el Ecuador son 4 cuya participación en el mercado se ve afectado por el sector de la construcción. En el año 2010 su participación en activos es de 2.18% del total del sistema financiero, sus pasivos corresponde 1.98%, su patrimonio es del 0.18%. El porcentaje de cartera bruta es del 1.25%, en relación al año 2008 las mutualistas han tenido un ligero crecimiento de participación, en ese año alcanzaron el 1.06 de cartera bruta, y su patrimonio es el mismo porcentaje que el actual.

### 1.2.3.3 Productos y servicios

En el mercado financiero ecuatoriano las mutualistas no pueden ofrecer cuentas corrientes. Básicamente manejan los mismos productos que las cooperativas de ahorro y crédito y en cuanto a los servicios se relacionan los mismos detallados en el cuadro no. 4 a excepción de aquellos que tengan relación con cuentas corrientes.

#### 1.2.4 La Banca Pública

La Banca Pública se constituye por el impulso del gobierno en llegar a los sectores no atendidos por el sector privado, promoviendo el ahorro y la producción. Mediante el eslogan de desarrollo integrado sostenido oferta financiamiento a mejores precios y con menos restricciones, cuyo fin es la mejora del sistema productivo del sector y de las familias.

**Cuadro No. 7:** Instituciones públicas del mercado ecuatoriano. Año 2010.

NOMBRE DE LA INSTITUCION
Corporación Financiera Nacional
Banco Ecuatoriano de la Vivienda
Banco Nacional de Fomento
Banco del Estado

**Fuente:** Tomado de la Superintendencia de Bancos.

##### 1.2.4.1 Definiciones básicas

La Banca Pública son instituciones financieras con autonomía técnica, administrativa y financiera. Su finalidad es social y para el servicio público.

Las instituciones financieras públicas forman parte de la banca de desarrollo integrado, proyecto que pretende brindar el acceso al crédito mediante la descentralización geográfica de la entrega de los recursos financieros y la utilización de la infraestructura física y tecnológica y capital humano de la banca pública.(Proyecto de integración de la banca de desarrollo. Ministerio de la coordinación de la política económica).

##### 1.2.4.2 La Banca Pública en el Ecuador

El Proyecto de la Banca Pública mediante la banca integrada de desarrollo busca el apoyo a la producción y a la inclusión de la población a los servicios financieros, así como brindar servicios de información y financiamiento a la población en áreas que no resultan rentables para la banca privada.

En el siguiente cuadro se detalla la participación de las cuatro instituciones públicas en miles de dólares.



**Cuadro No. 8:** De la participación de la banca pública en el mercado ecuatoriano.  
Año 2010.

NUMERO DE ENTIDADES	C.F.N.	B.E.V.	B.N.F.	BANCO DEL ESTADO
<b>ACTIVO</b>	1.344.108	299.219	1.268.542	1.137.818
<b>CARTERA BRUTA</b>	867.539	89.700	1.010.785	884.733
<b>PASIVO</b>	894.268	219.687	849.561	791.149
<b>OBLIGACIONES CON EL PUBLICO</b>	707.867	177.986	712.673	407.969
<b>PATRIMONIO</b>	449.840	79.533	419.693	346.669

Fuente: Superintendencia de Bancos, reporte gerencial por subsistema.

Elaboración: Los autores.

### 1.2.4.3 Productos y servicios

En el mercado financiero los bancos públicos se orientan a productos de carácter social mediante créditos comerciales, para la vivienda y para la microempresa. Los servicios financieros con objeto social hacen de la banca pública una banca de inversión<sup>5</sup>.

### 1.3 Tendencias actuales de productos y servicios financieros

Las instituciones financieras del mercado ecuatoriano han mejorado su capital tecnológico, lo que les ha permitido desarrollar productos que están acorde a esta línea en el mercado. La creación de la banca virtual es una de los principales puntos de atención de las entidades financieras ya que de esta forma sus clientes pueden realizar transacciones en línea desde la comodidad de sus hogares. En esta modalidad se diferencia la banca de empresas y la banca de personas, cuya transaccionalidad es diferente pero obtienen las mismas ventajas de la modalidad virtual, como acceder a sus entidades a costos bajos. La tendencia para que la acogida de los servicios en línea es mejorar la comunicación con los clientes y adherirles a una Red de valor que genere beneficio al cliente. Otra tendencia actual es el sistema de pagos controlado por el Banco Central del Ecuador, que permite mayor facilidad para las transferencias, lo que fortalece la red de cajeros automáticos de las entidades financieras, con las que se logra llegar a más sectores

<sup>5</sup><http://www.elmercurio.com.ec/250989-ministerio-coordinador-de-la-politica-economica-anuncio-inicio-del-proyecto-de-integracion-de-la-banca-de-desarrollo.html>

geográficamente hablando. Con las plataformas tecnológicas actuales y el desarrollo de las tecnologías de la información los escenarios para la oferta de productos y servicios es mejor, tal es el caso de los corresponsales no bancarios que permiten llegar a mayor sectores de la población, un ejemplo de los CNB son los banco del barrio, esta red ha logrado una marcada aceptación en el territorio ecuatoriano, actualmente una sola entidad lo ha implementado, lo que deja el reto para las demás instituciones financieras aprovechar las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación, para lograr mayor competitividad en el mercado.

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

La tecnología está haciendo posible que el concepto tradicional de banca evolucione hacia una banca virtual y a partir de esta a una red de valor con la cual los bancos pueden ofrecer en el mercado un valor añadido a sus productos y servicios. Las estructuras llamadas Redes de Valor se crean cuando los bancos y otras entidades financieras se unen para ofrecer paquetes de servicios financieros completos y los cuales son más asequibles para los usuarios financieros mediante las Tecnologías de Información y Comunicación.

La tecnología de información permite reforzar las relaciones con los clientes y de los canales de distribución financieros. Plataformas como: la Web 2.0 permiten que se creen entornos virtuales más amigables con los usuarios financieros.

Esta nueva forma de internet permite acceso a la banca virtual desde la comodidad de los hogares de los clientes que poseen este servicio en hogar. Las tecnologías de información y comunicación permiten que existe una mayor accesibilidad a los servicios financieros por parte de la población, permiten llegar a lugares geográficamente lejanos para la banca tradicional, por ejemplo: la red de cajeros automáticos que existe actualmente, o la red de corresponsales no bancarios.

Mediante las plataformas de telefonía móvil se pretende innovar en servicios financieros como el Pago Móvil que planea lanzar el BCE y que permitirá enviar dinero vía sms, pagar una factura o cualquier servicio por el celular.

### 1.3.2 Canales de provisión de servicios financieros

Los mecanismos de provisión que utilizan las instituciones del sistema financiero son muy diversos, partiendo desde una extensa red de sucursales bancarias, cajeros automáticos, POS (puntos de venta), kioscos de atención con pantalla, banca por internet, banca telefónica y banca celular.

Un indicador convencional de análisis de la provisión de servicios financieros es la densidad financiera. La densidad refleja la cobertura de servicios financieros al relacionar una población de referencia<sup>6</sup> con el total de puntos de atención incluyendo: matrices, sucursales, agencias, ventanillas de extensión y cajeros automáticos. El cuadro No. 9 muestra como la densidad financiera ha mejorado durante los últimos años en el país. Nótese que para el cierre del año 2008, la mayor participación de densidad financiera en el mercado es de la banca privada, lo que se refleja al año 2010 que tuvo aumento en 1.53 de cobertura del mercado.

**Cuadro No.9:** Densidad Financiera por subsistema

ENTIDAD	dic-08	dic-09	dic-10	Variación
<b>BANCA PÚBLICA</b>	0,26	0,29	0,30	-
<b>BANCA PRIVADOS</b>	5,41	6,36	7,79	1,53
<b>COOPERATIVAS</b>	0,64	0,72	0,78	0,12
<b>MUTUALISTAS</b>	0,16	0,11	0,11	-
<b>SOCIEDADES FINANCIERAS</b>	0,07	0,07	0,07	-

**Elaboración:** Tomado de la Superintendencia de Bancos y Seguros

Para el 2010, el número de puntos de atención del total del sistema financiero por cada 20,000 habitantes se ubicó en 10.70. Esto implica un crecimiento de 1.66 con respecto al 2009; es decir, una tasa de crecimiento del 18% lo que está dentro del rango del crecimiento de los anteriores años. El crecimiento de los puntos de atención está principalmente influido por los bancos privados y cooperativas, ya que el resto de instituciones financieras no han mejorado su densidad financiera, lo que implicaría que su expansión es coherente con el crecimiento poblacional mientras los bancos y cooperativas superan el crecimiento poblacional.

<sup>6</sup> La Superintendencia de Bancos y Seguros utiliza como población de referencia a 20,000 habitantes.

Es importante además distinguir que al considerar solamente sucursales, matrices y agencias la densidad presenta un descenso continuo durante los últimos 4 años. Esto implica que en general las instituciones financieras han decidido expandir su influencia en el público mediante otros medios.

Estos otros medios, aunque no medidos por la densidad financiera, están principalmente ligados las TIC's. La banca por internet o teléfono han expandido su gama de servicios y, conjuntamente con la expansión de la cobertura de estas TIC's, ha permitido a los bancos brindar sus servicios de maneras más flexibles y, además de tener posibilidades de expansión menos costosas ya que pueden llegar más fácilmente a cualquier lugar.

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

Las instituciones del sistema financiero ecuatoriano tienen que afrontar el vertiginoso cambio en la estructura del mercado financiero, creando nuevas estructuras de red de valor menos complejas para que los usuarios puedan acceder a ellas con más facilidad; muchas estructuras conllevan varios productos o servicios financieros que pueden ser mal interpretados por el usuario. Otro factor es el emplear la plataforma de comunicación móvil como canal de distribución para las zonas rurales que no cuentan con acceso a la banca tradicional, esto en conjunto con el proyecto de pago móvil del BCE logrará un mayor grado de bancarización ya que en estas zonas la demanda de paquetes de sms (sistema de mensajería corta, del inglés short message system, de donde proviene sus siglas) y datos de las operadoras de telefonía móvil es muy elevada.

El tratamiento y regularización del dinero electrónico, como tarjetas prepago, provee a los bancos brindar la seguridad que los usuarios financieros necesitan para sus transacciones. En esto las entidades bancarias deben llegar a generar una cultura de uso en sus clientes ya que la falta de promoción e información hace que la mayoría de la población evite su utilización.

Existen entidades financieras que han logrado mejorar su comunicación con sus clientes mediante las redes sociales que las TIC han generado, pero esto ha sido para sus clientes existentes, más no para aquel sector de la población que no ha sido atendido; en este punto, el sistema financiero debe aprovechar generar

inclusión con eficiencia mediante las nuevas tecnologías dinamizando y llegando a los clientes en el lugar y tiempo que ellos lo requieran.

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

### **Introducción**

El presente pretende analizar el comportamiento de los subsistemas del mercado financiero en la plaza Quito, revisando el desempeño de las captaciones y colocaciones durante el periodo 2008- 2010.

En los apartados siguientes se analiza la evolución de las captaciones en cuanto al pasivo y el desarrollo de las colocaciones en cuanto al activo, rubros importantes que permiten determinar el nivel de acceso de la población a los servicios financieros.

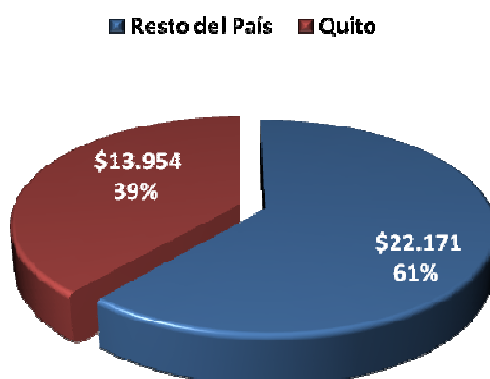
### **2.1 El sistema financiero local**

En la plaza de estudio el sistema financiero de Quito está integrado por 21 bancos, 16 cooperativas reguladas, 2 mutualistas, 4 sociedades financieras, y 3 bancos públicos razón por la cual mantiene una importante cuota en el mercado siendo los bancos privados quienes han ampliado su target.

Dentro de la participación nacional, la plaza en referencia representa en cuanto a cartera el 12.04% del total nacional y las captaciones representan el 14.34%, esto al cierre del 2010, lo que indica que hubo más confianza por parte de la población para la inversión.

Como se puede observar en la gráfica no. 2 la totalidad de las operaciones tanto activas como pasivas en la plaza de estudio bordean los USD 13,954 millones de dólares que representan un 39% y el resto del país mantiene USD 22,171 millones de dólares que representa el otro 61% del total del mercado nacional.

**Gráfico No. 2:** Sistema Financiero Local. Operaciones Financieras Agregadas



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

Es importante recalcar que la plaza de estudio mantiene esta cuota, principalmente porque Quito al ser la capital y al tener un número importante de habitantes por su extensión, cuenta con una parte importante del sistema financiero nacional.

## **2.2 Evolutivo de captaciones**

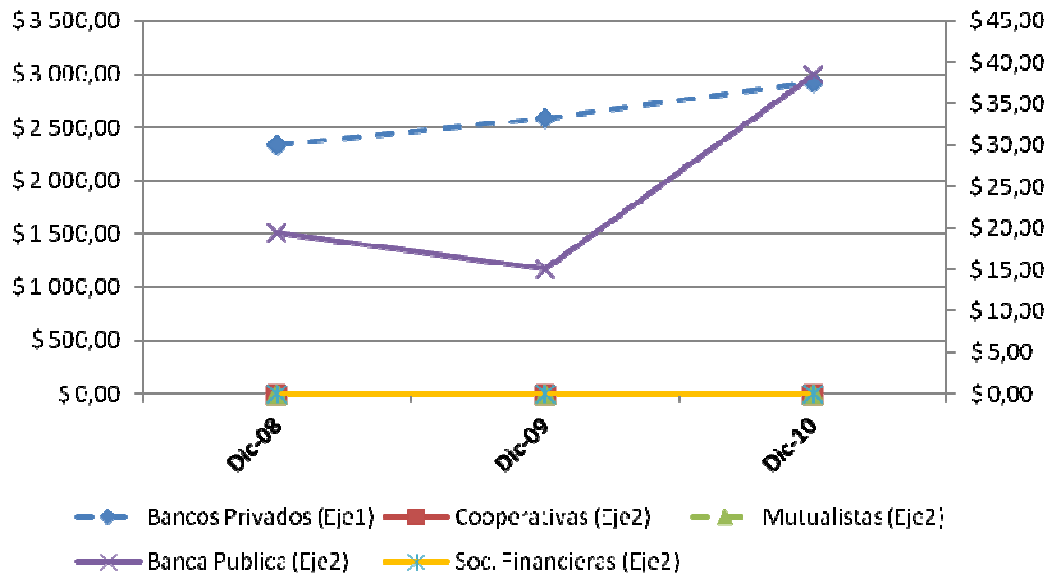
La captación de fondos es de gran importancia para toda institución financiera, ya que es necesaria para lograr las actividades que realizan estas entidades. A fin de que una institución financiera pueda desarrollarse, es necesario que adquiera depósitos, pues sin estos no es posible crear una reserva suficiente que le ayude a colocar estos recursos en préstamos e inversiones que le generen dividendos, y que le permitan hacer frente a las demandas de retiros solicitado por sus clientes.

### **2.2.1 Por Tipo de Depósito**

Los depósitos monetarios son los nombrados depósitos en cuentas corrientes. En la plaza de estudio, los depósitos monetarios tuvieron un crecimiento sostenido en la banca privada al pasar de USD 2341 a USD 2927 millones al 2010, la banca pública presentó un crecimiento importante al pasar de USD 19 a USD 38 millones en el mismo año, los demás subsistemas no presentan valores ya que no ofrecen

este tipo de producto.

**Gráfica No. 3:** Evolución depósitos monetarios (cuentas corrientes): 2008-2010



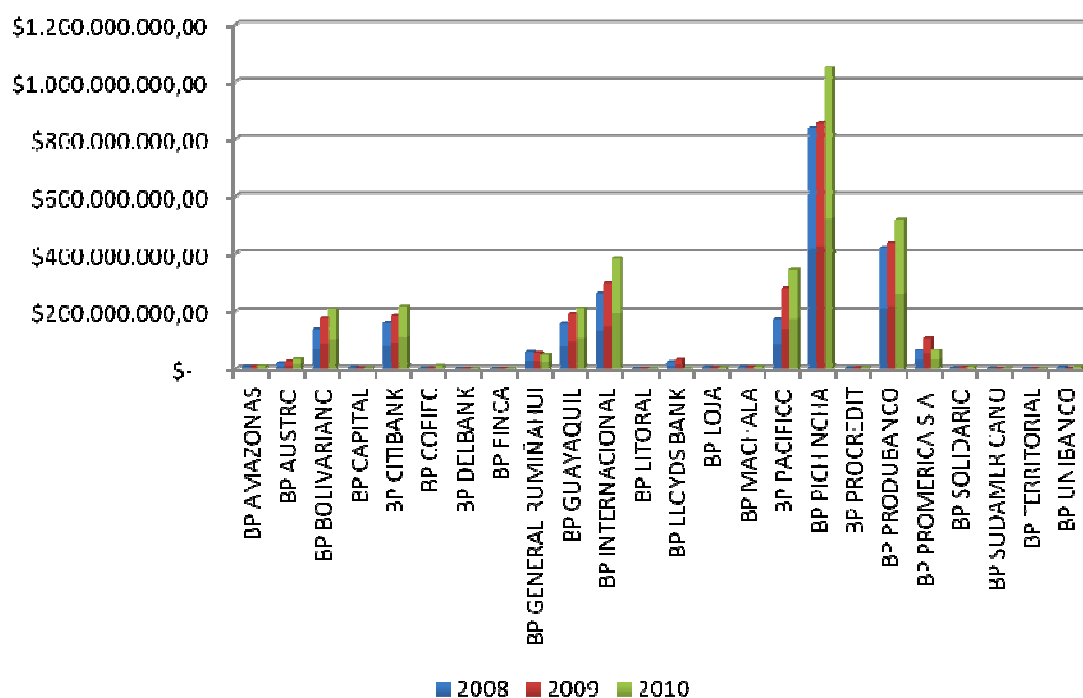
**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

Dentro de la Banca Privada, el banco con mayor número de captaciones en lo que se refiere a depósitos monetarios fue Banco del Pichincha, mismo que cerró el 2010 con un valor de \$1047 millones de dólares, seguido por Produbanco con un valor de \$519 millones y en tercer lugar cerró el banco Internacional con \$383 millones de dólares.

Estos bancos han mantenido durante el periodo de estudio un crecimiento sostenido, esto gracias a la solvencia, cobertura y seguridad que brindan a los clientes ya que los tres mantienen calificación de riesgo AAA.



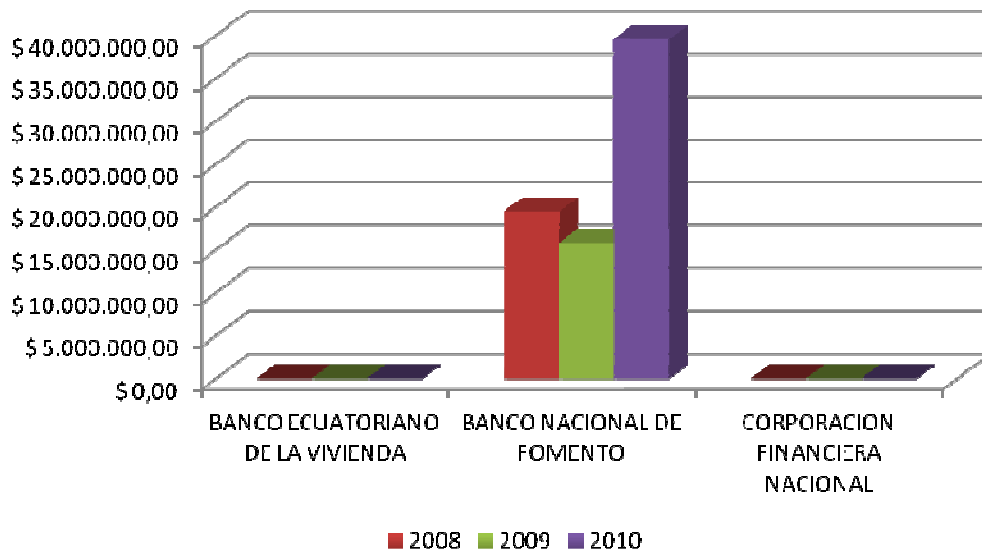
**Gráfica No. 4:** Depósitos monetarios por Subsistema, Banca privada



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

En cuanto al subsistema de Banca Pública, la única Institución que registró valores en el periodo analizado es el Banco Nacional de Fomento, cerrando al 2010 con un valor de \$39 millones, el cual presentó un crecimiento importante ya que al 2009 cayó de \$19 millones que mantenía en 2008 a \$16 millones de dólares. Este crecimiento posiblemente fue presentado por el apoyo que brindó el gobierno a este sector con la ampliación de créditos productivos, incentivando de tal forma a los clientes a mantener sus ahorros y flujos disponibles en esta entidad.

**Gráfica No. 5:** Depósitos monetarios por Subsistema, Banca pública



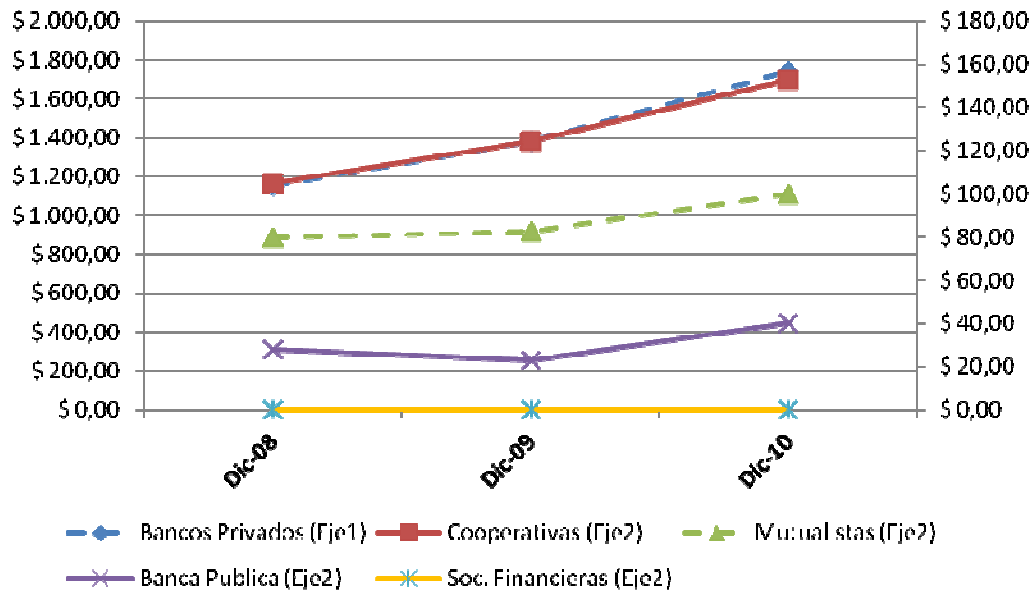
**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

Los depósitos de ahorro o a la vista, presentaron en el periodo de estudio igualmente un crecimiento importante, en la banca privada se registró un crecimiento del 51% al 2010, en el sector cooperativo el crecimiento fue del 46%.

La Banca Pública presentó un porcentaje de crecimiento de un 43%, sin embargo al 2009 sus depósitos se vieron afectados en un decremento del 18% en relación al 2008, las mutualistas también registraron un crecimiento aunque en menor escala que los otros subsistemas de un 25% y las sociedades financieras no mantienen este producto dentro de su portafolio.

Este crecimiento presentado en el sistema financiero local es sin duda de gran ayuda para las diferentes instituciones ya que pudieron administrar de mejor forma sus fondos tanto en inversiones como en colocaciones.

**Gráfico No. 6:** Evolución de depósitos de ahorro

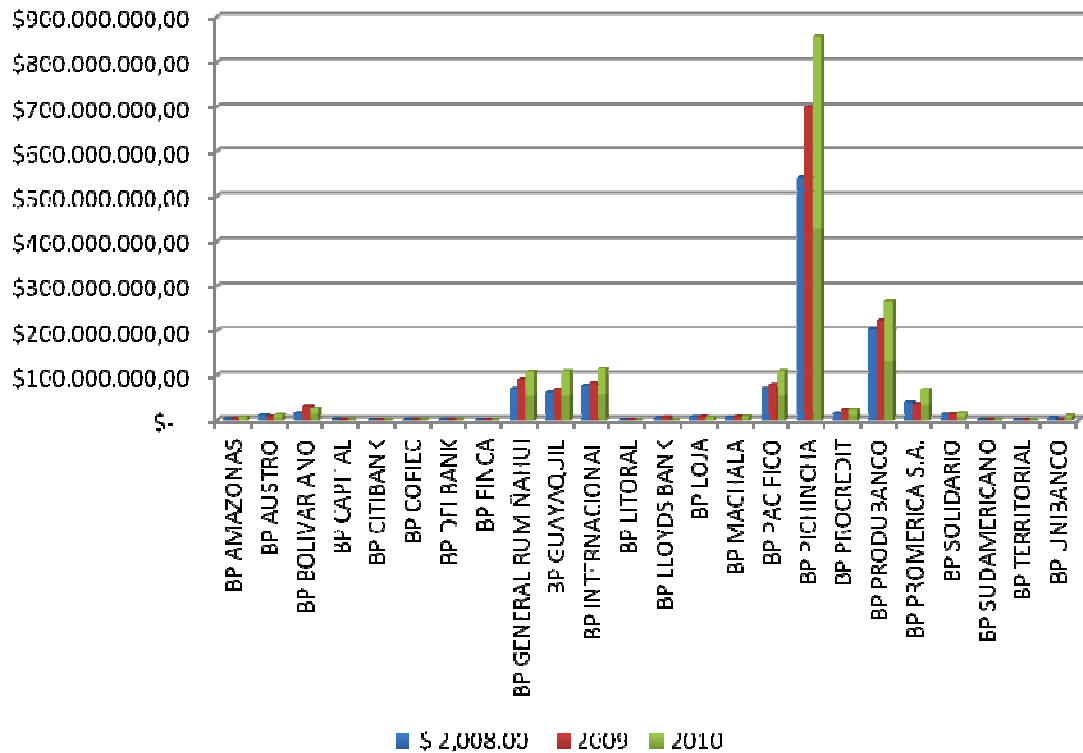


Fuente: Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
 Elaboración: Los autores

En la banca privada, la institución que lideró el crecimiento de los depósitos de ahorro fue el Banco del Pichincha con un valor de \$856 millones al 2010, además presentó un crecimiento del 58% en relación al 2008. La institución que le sigue es Produbanco que cerró con \$266 millones y Banco Internacional nuevamente se ubica en el tercer lugar con \$115 millones al 2010.

Como se puede observar Banco del Pichincha presentó un crecimiento mucho más alto que las otras entidades financieras manteniéndose nuevamente en el primer lugar con un 644% más que el tercer lugar ocupado por B. Internacional. Una de las fortalezas más importantes que mantiene este banco es la presencia que mantiene tanto en la plaza de estudio como a nivel nacional, así como la trayectoria de más de 100 años de hacer banca en el país, son factores que inciden positivamente en la fidelización de sus clientes así como en la captación de nuevos recursos.

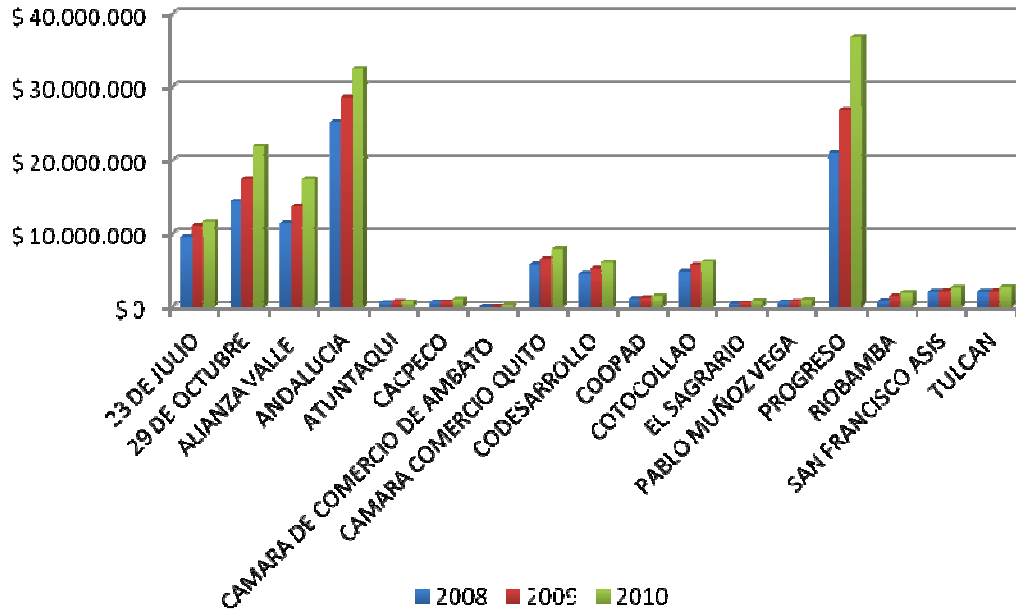
**Gráfica No. 7: Depósitos de ahorro por Subsistema, Banca privada**



Fuente: Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
Elaboración: Los autores

En relación al sistema cooperativo, Progreso fue la cooperativa con el mayor nivel de captaciones de ahorro, cerrando al 2010 con \$37 millones de dólares, seguida por la Cooperativa Andalucía con \$32 millones y en tercer puesto la Cooperativa 29 de Octubre con \$22 millones de dólares. Es importante indicar que estas instituciones mantienen calificación AA y A lo cual brinda seguridad a sus socios y además ofrecen tasas de interés bastante competitivas, razón por la cual presentan un nivel de captación más alto.

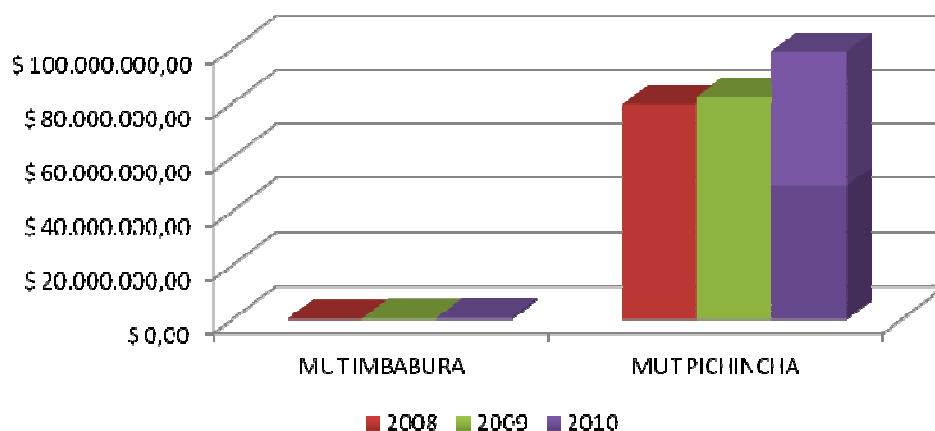
**Gráfica No. 8:** Depósitos de ahorro por Subsistema, Cooperativas



Fuente: Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
 Elaboración: Los autores

En relación al subsistema de Mutualistas, la plaza de estudio únicamente cuenta con dos entidades y dentro de ellas Mutualista Pichincha es quien se encuentra a la cabeza en cuanto a la captación de recursos, al cierre del 2010 esta institución mantuvo valores de \$99 millones mientras que Mutualista Imbabura cerró con \$692 mil dólares. Esta diferencia principalmente se da porque Mutualista Pichincha mantiene una trayectoria importante en la ciudad además de enfocarse en proyectos de interés social básicamente relacionados con el sector inmobiliario. Mutualista Pichincha también ha logrado fidelizar a sus clientes ampliando su cobertura manteniendo alianzas estratégicas con redes como Servipagos y entregando productos de valor agregado como seguros de vida y asistencia médica por costos mínimos.

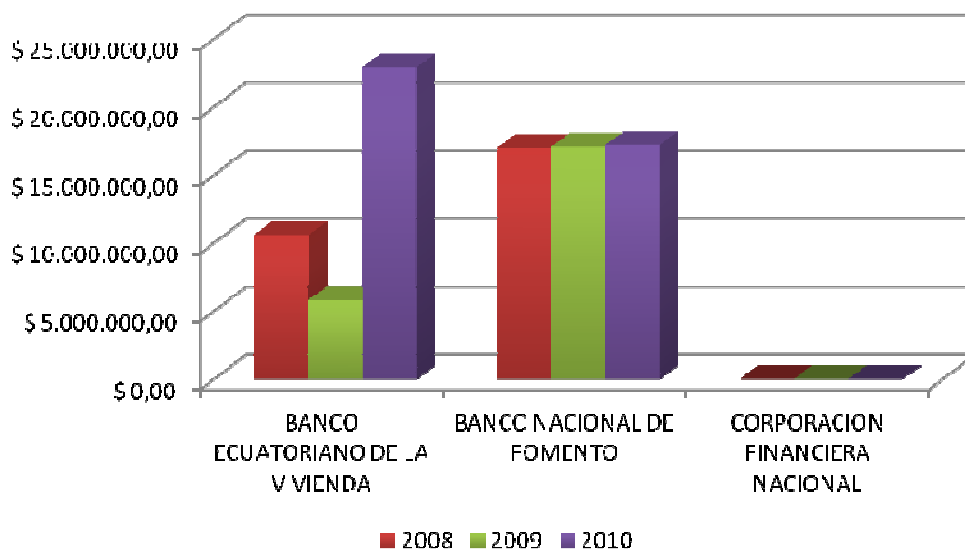
**Gráfica No. 9:** Depósitos de ahorro por Subsistema, Mutualistas



Fuente: Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
Elaboración: Los autores

En cuanto a la banca pública, Banco Ecuatoriano de la Vivienda cerró el 2010 con el nivel más alto de depósitos de ahorros con un monto de \$23 millones, seguido por el Banco Nacional de Fomento que cerró con \$17 millones. El BNV presentó un crecimiento importante ya que en los años anteriores mantuvo niveles de captación por debajo de los \$10 millones de dólares en ahorros, mientras que el BNF ha mantenido un crecimiento sostenido.

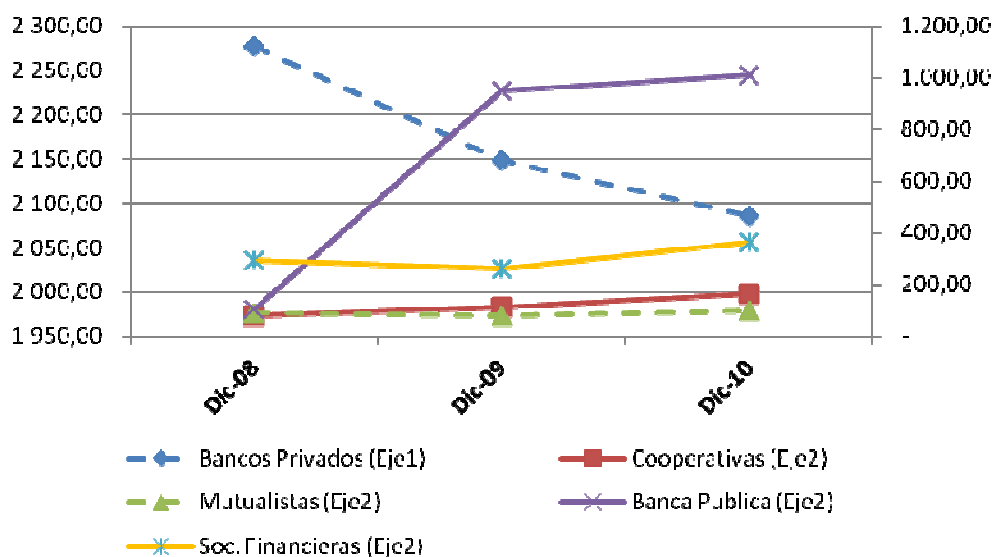
**Gráfica No. 10:** Depósitos de ahorro por Subsistema, Banca pública



Fuente: Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
Elaboración: Los autores

Los depósitos a plazo fijo tuvieron también un crecimiento importante aunque la Banca Privada presentó más bien un decrecimiento al pasar de USD 2277 millones en 2008 a USD 2086 millones en el 2010, es decir un crecimiento negativo de un 8%, el subsistema que mayor crecimiento presentó es la banca pública al mantener USD 102 millones en el año 2008 y pasar a USD 1009 millones en 2010, un incremento del 886%, como se analizará mas adelante la banca pública tuvo un fuerte apoyo por parte de las Instituciones Públicas, razón por la cual se presenta este incremento tan importante en este producto. El sistema cooperativo también se vió influenciado por este crecimiento es sus cuentas a plazo fijo, al presentar un porcentaje de crecimiento de 112%; en cuanto al subsistema de sociedades financieras estas pasaron de tener un crecimiento negativo al 2009 de un 10% en relación al 2008, a mantener un 25% al 2010 respecto del 2008, esto se debió principalmente al portafolio tan importante que maneja la sociedad financiera Diners. Con respecto al sector de las mutualistas estas tambien reflajaron un decrecimiento de un 7% en 2009 respecto del 2008 al pasar de mantener en sus cuentas un valor de USD 87 millones a USD 81 millones, pero al 2010 cerraron con un valor de USD 99 millones reflejando un crecimiento de un 13% en relación al 2008.

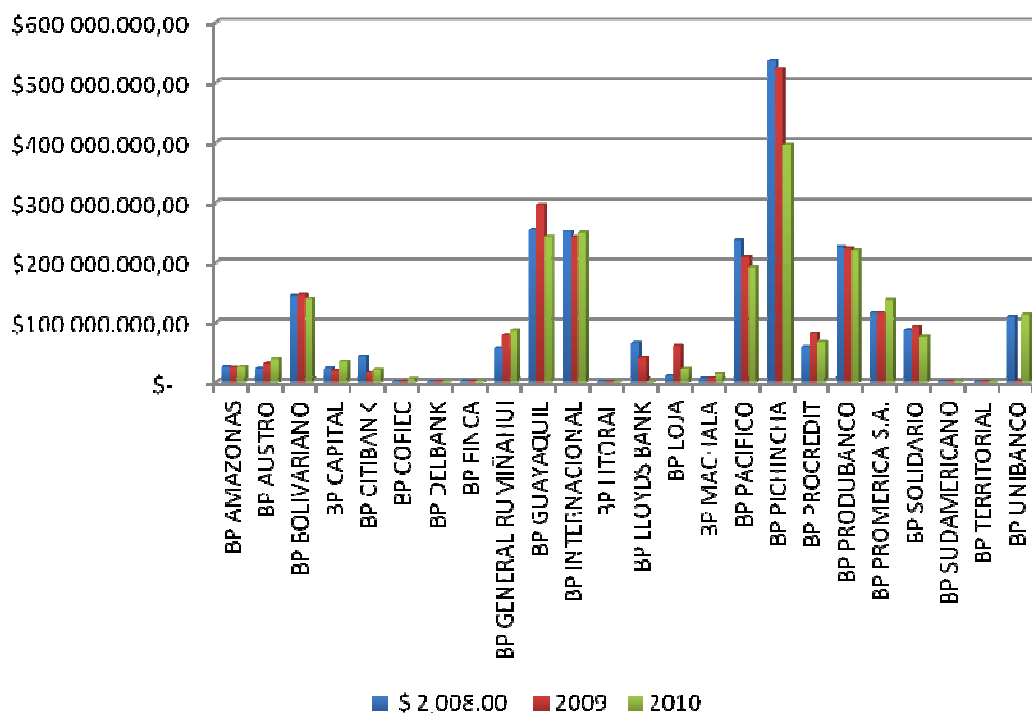
**Gráfico No. 11:** Evolución depósitos a plazo en dólares



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

Dentro de los bancos privados, Banco del Pichincha se ubicó en el primer lugar al cerrar el 2010 con un monto de \$396 millones aunque en relación a años anteriores este fue al año en el que cerró con el valor más bajo, pues al cierre del 2008 presentó un valor de \$535 millones y al cierre del 2009 mantuvo \$523 millones de dólares. Esta caída pudo darse por la clara competencia que mantiene el banco en relación a tasas de interés ya que a pesar de la seguridad que puede brindar la institución, algunos clientes prefieren un rendimiento más alto. El segundo lugar en colocaciones a plazo en el período de estudio fue Banco Internacional cerrando el 2010 con \$248 millones y en tercer lugar se ubicó el Banco de Guayaquil con \$242 millones de dólares al 2010.

**Gráfico No. 12:** Depósitos a plazo por Subsistema, Banca privada



Fuente: Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema

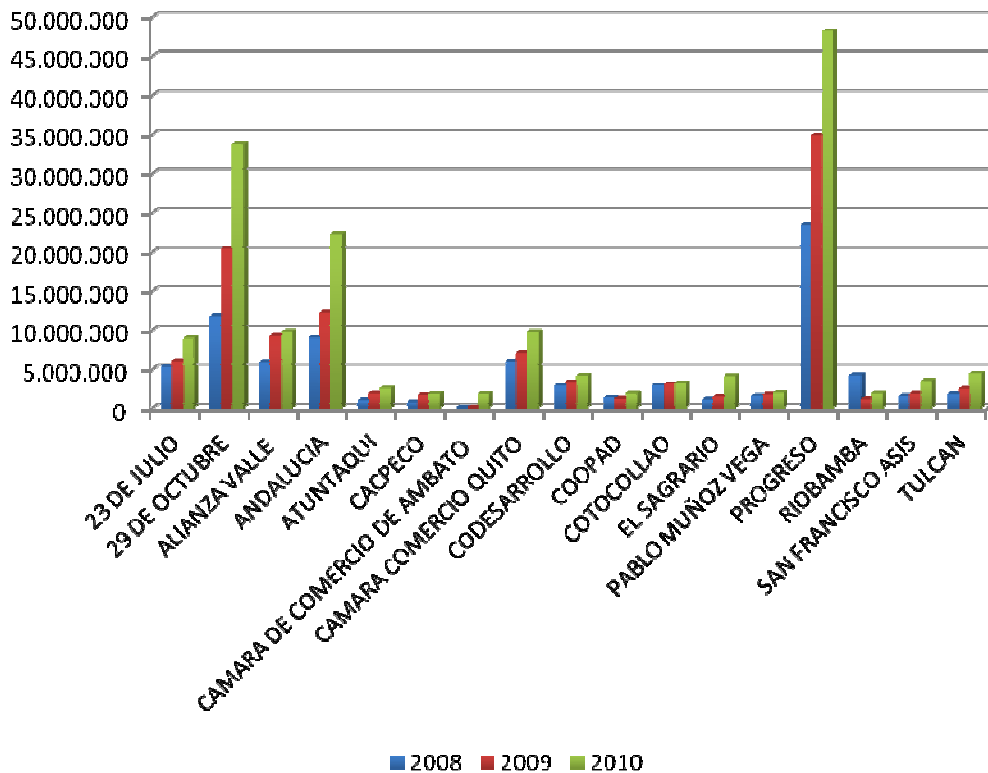
Elaboración: Los autores

En relación al sistema cooperativo, Cooprogreso cerró en primer lugar con \$48 millones, en segundo lugar la Coop. 29 de Octubre con \$34 millones y en tercer lugar la Coop. Andalucía con \$22 millones. Nuevamente estas son las cooperativas que lideran también el segmento de los depósitos a plazo fijo, una de las razones es



su posicionamiento en el mercado y la trayectoria que mantienen en el mismo, lo cual brinda seguridad a sus socios.

**Gráfica No. 13:** Depósitos a plazo por Subsistema, Cooperativas

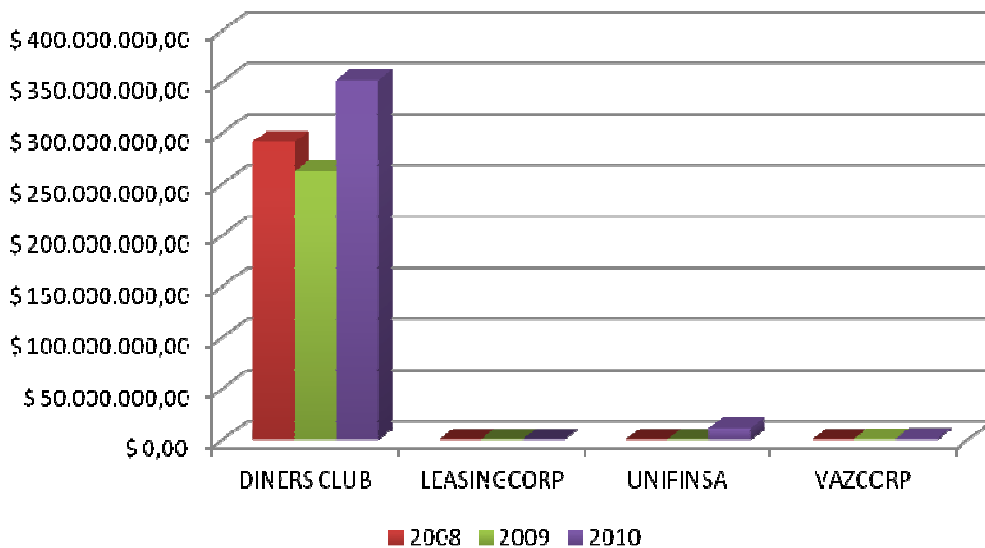


**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

En lo que se refiere a las sociedades financieras, Diners es quien se encuentra a la cabeza de este tipo de depósito, durante el periodo de estudio presenta un pequeño decremento en 2009 al pasar de \$291 millones a \$262 y al 2010 esta entidad financiera cerró su balance con \$352 millones de dólares. El posicionamiento de esta institución en la plaza de estudio es muy importante ya que al ser parte de un grupo financiero sólido con una trayectoria de muchos años y al mantener una calificación de riesgo de AAA, le hace ubicarse en la mente de los usuarios financieros demostrando seguridad, que es uno de los aspectos mas importantes que los clientes toman en cuenta al escoger donde colocar sus recursos. La institución que le sigue es Unifinsa con \$11 millones al 2010, es importante mencionar que recién en este año esta entidad abrió su agencia en la ciudad de

Quito, pero gracias a la estabilidad y trayectoria que ha presentado desde su creación en 1994 ha logrado posicionarse en el segundo lugar en la plaza de estudio. En tercer lugar se encuentra ubicada la Sociedad Financiera Vazcorp con \$833 mil dólares al 2010, esta institución presentó un crecimiento importante ya que al 2008 cerró con \$99 mil dólares y al 2009 con \$693 mil dólares, lo cual demuestra que poco a poco está posicionándose de mejor manera en la ciudad y el último lugar lo ocupa la sociedad financiera LeasingCorp con \$142 mil dólares al cierre del 2010, esta institución se vio afectada al caer en un 23% en relación al 2009 que cerró con \$175 mil dólares.

**Gráfica No. 14:** Depósitos a plazo por Subsistema, Sociedades Financieras

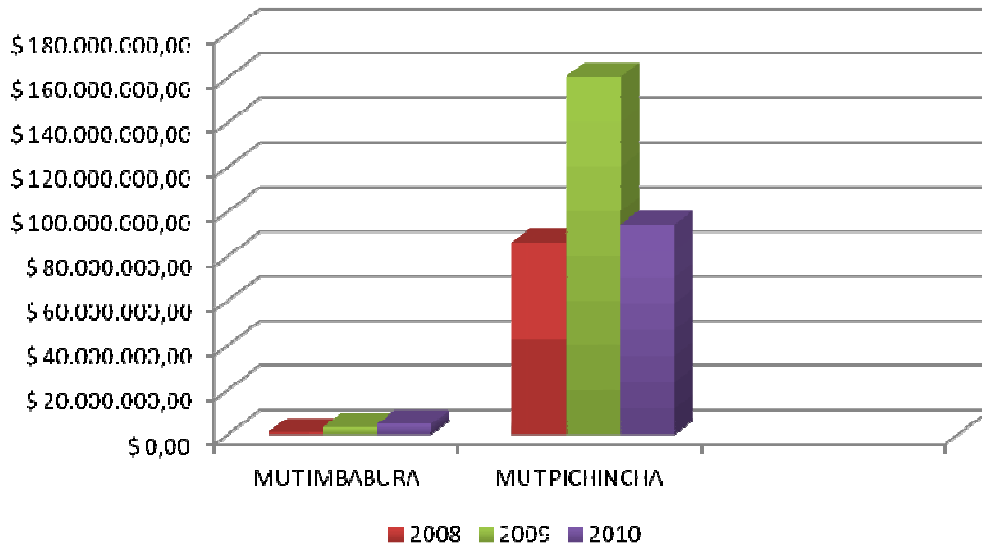


**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

Considerando el subsistema de las Mutualistas, Mutualista Pichincha cerró al 2010 con \$94 millones cayendo en 41 puntos en relación al 2009 que cerró con \$160 millones de dólares. A pesar de este decremento, esta entidad se posiciona en primer lugar en relación a la Mutualista Imbabura, misma que cerró el 2010 con \$5 millones; el crecimiento importante que registró esta institución en el sistema financiero local fue al pasar de \$887 mil dólares en el 2008 a \$3 millones en el 2009. La estrategia que tomó esta entidad fue la de ofrecer a sus clientes tasas de interés más altas que las de la banca y el sistema cooperativo, lo que atrajo a muchos

clientes ya que sus rendimientos definitivamente pudieron ser mejores.

**Gráfica No. 15:** Depósitos a plazo por Subsistema, Mutualistas

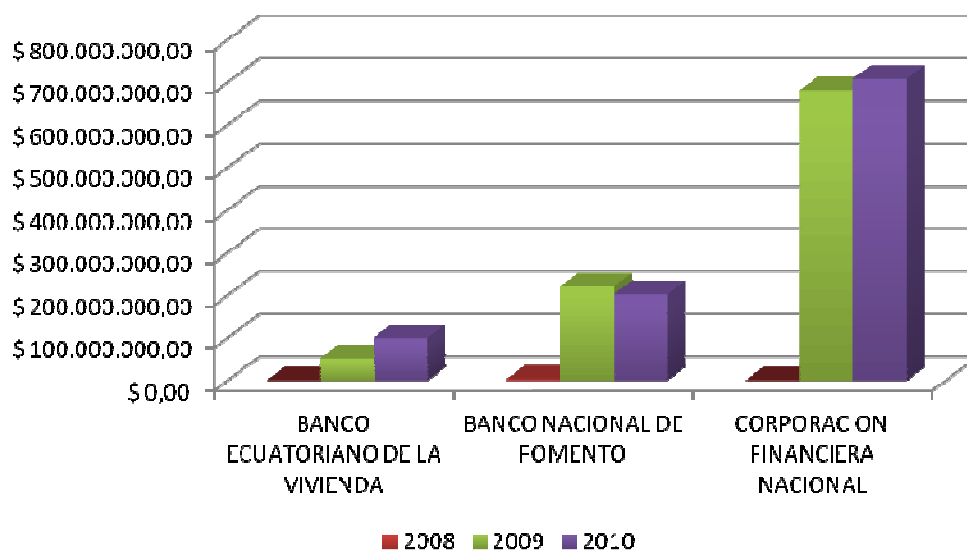


**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema

**Elaboración:** Los autores

Con relación a la banca pública, la Corporación Financiera Nacional fue quien cerró el 2010 en la mejor posición en cuanto a captaciones a plazo fijo, cerrando con \$707 millones de dólares, el segundo lugar lo ocupa el Banco Nacional de Fomento con \$681 millones y el tercer lugar fue para el Banco Ecuatoriano de la Vivienda que cerró el 2010 con \$100 millones. La Banca Pública se vio incentivada por los decretos del Ejecutivo donde se indicaba que la banca privada ya no puede captar los recursos de las entidades públicas que mantuvieron fondos disponibles para inversión, sino únicamente la banca pública, razón por la cual se presenta un crecimiento importante es este subsistema.

**Gráfica No. 16:** Depósitos a plazo por Subsistema, Banca pública

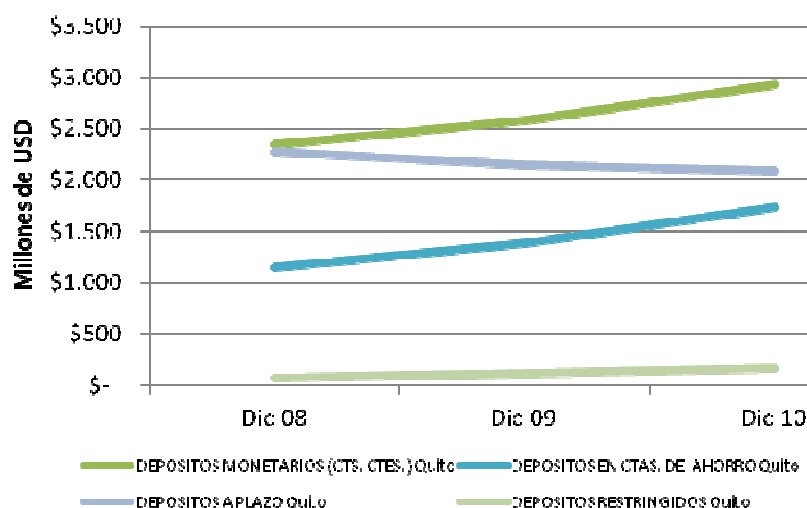


**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

### 2.2.2 Por Subsistema

Durante el periodo analizado, la evolución de las captaciones del público dentro del sistema financiero privado ha presentado un incremento de un 26% entre diciembre de 2008 y diciembre de 2010, lo cual indica que la confianza del público en la banca cada vez es mayor, además que es acorde con el crecimiento económico del país y con la teoría económica que indica que el nivel de ahorro de las personas está directamente relacionado con el nivel de ingresos de las mismas.

**Gráfico No. 17:** Evolución de captaciones subsistemas Bancos Privados



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema

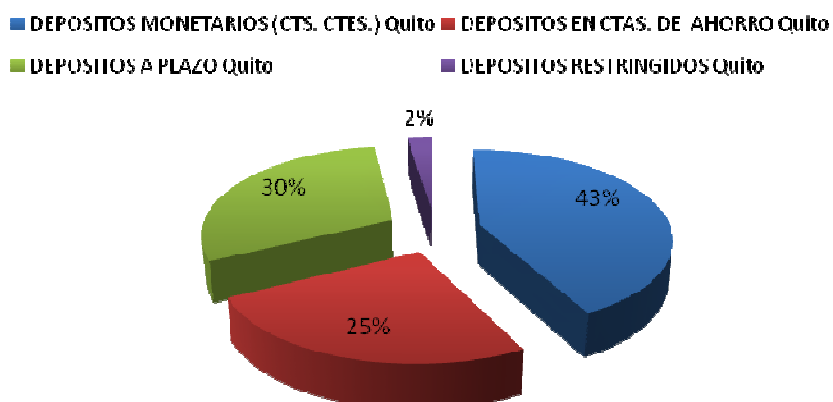
**Elaboración:** Los autores

Estas obligaciones con el público pasaron de un valor de USD 13,171 millones en el año 2008 a USD 16,552 en el año 2010. En la ciudad de Quito se puede observar que los depósitos monetarios se incrementaron de USD 2,341 millones en el año 2008 a USD 2,927 en el 2010, lo que implica un crecimiento de 25% en dos años.

Referente a los depósitos de ahorro, estos pasaron de USD 1,149 a USD 1,740 millones en el mismo periodo de tiempo, y en el caso de los depósitos a plazo estos se vieron afectados, pues de un valor de USD 2,277 en el 2008 disminuyeron a USD 2,086 millones en el 2010.

Si bien es cierto, el incremento presentado es de suma importancia para la banca, también es necesario considerar que los rubros con mayor concentración son los depósitos a la vista, los cuales limitan la capacidad de operaciones de la banca ya que aumentan el riesgo de corridas de ahorros ante algún tipo de pánico bancario.

**Gráfica No. 18:** Participación de captaciones de la plaza sobre el total Bancos Privados 2010

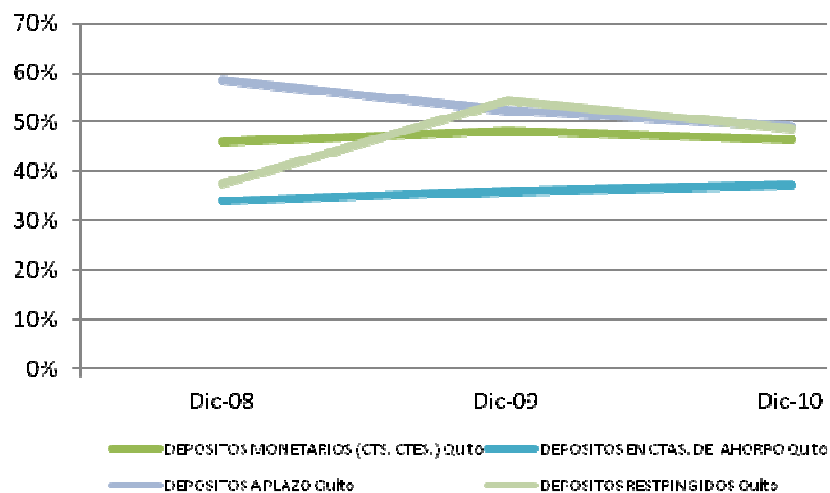


**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

De igual manera, el hecho que los depósitos de gran liquidez hayan crecido en decremento de los de a plazo significa un posible incremento de la aversión al riesgo, además de un incremento de las preferencias por liquidez.

Es así que la participación de los depósitos a plazo para el 2010 fue del 30%, mientras que para 2008 del 39%.

**Gráfico No.19:** Participación en el total nacional del subsistemas de Bancos Privados de la plaza Quito



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

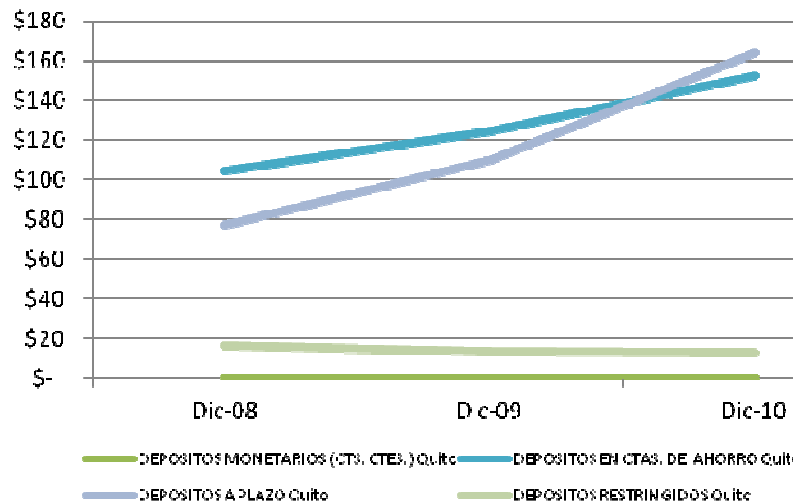
La participación de estas cuentas dentro de la cartera nacional representa un 47% en cuentas corrientes, 37% en cuentas de ahorro y 49% en depósitos a plazo al 2010, lo cual refleja que la plaza de estudio mantiene un porcentaje importante del portafolio nacional.

Aun así, es importante distinguir que al igual que el agregado de depósitos a plazo en Quito descienden, la participación de esta plaza en el total de depósitos a plazo a nivel nacional también desciende. Esto podría significar, por lo tanto, que la caída depósitos a plazo ha sido más acelerada en la ciudad de Quito que en el resto del país.

Por otro lado, los depósitos en cuentas corrientes mantienen una participación muy parecida a la mostrada al inicio del periodo de análisis, mientras que los depósitos en cuentas de ahorro de la ciudad de Quito en 2010 son 3 puntos porcentuales más importantes sobre el total de ahorros de este tipo a nivel nacional en comparación al 2008.

En referencia al sistema cooperativo nacional, también se observa un crecimiento importante del ahorro pasando de un 24% de incremento del 2008 al 2009, para llegar a un 61% en 2010.

**Gráfico No 20:** Evolución de captaciones subsistema de Cooperativas de ahorro y Crédito



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

Al cierre del 2010, el incremento presentado en cuentas de ahorro, en la ciudad de Quito fue de un 45% en relación al año 2008, al pasar de USD 105 a USD 152 millones. En cuanto a los depósitos a plazo, el incremento alcanzado fue de un 112% ya que en el 2008 estos depósitos representaban un valor de USD 77 millones y para el 2010 estos eran de USD 164 millones.

El despunte presentado en el sistema cooperativo indica que la población ha confiado sus recursos de manera principal en este subsistema, esto puede ser relacionado en gran parte al tema de rentabilidad, ya que muchas cooperativas de ahorro y crédito ofrecen tasas de interés más altas que los bancos y esto atrae en mayor medida a los clientes.

Otra de las razones por las cuales se pudo dar este incremento es la crisis financiera mundial, lo cual hizo que muchas personas sientan que el sistema cooperativo les brindaba una mayor confianza y seguridad en relación a la banca. Esto se da principalmente por un sentimiento de pertenencia hacia las cooperativas por parte de los socios, ya que en principio quiénes mantienen operaciones en una cooperativa no son considerados clientes, sino socios.

Este sentimiento se da principalmente en las cooperativas que no tienen fines lucrativos per se, sino que entre sus socios comparten intereses en común que les lleva a confiar más en la cooperativa a la pertenecen.



**Gráfico No. 21:** Participación de captaciones sobre el total de Cooperativas

■ DEPOSITOS EN CTAS. DE AHORRO QUITO ■ DEPOSITOS A PLAZO QUITO  
■ DEPOSITOS RELACIONADOS QUITO

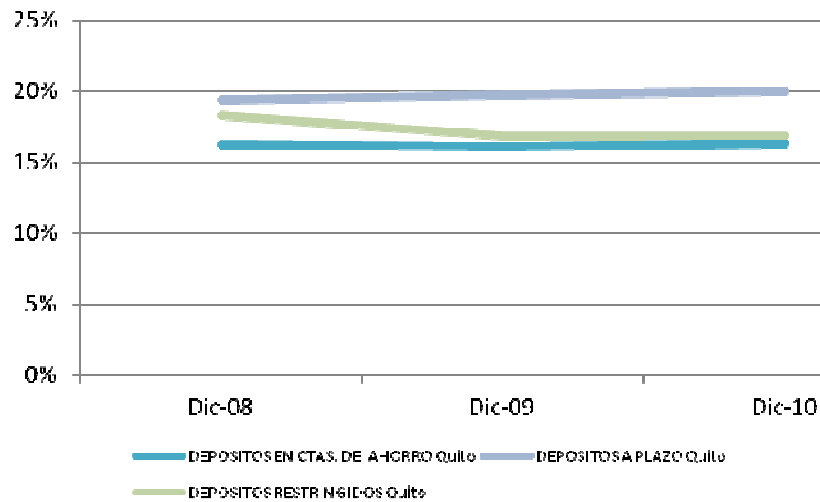


**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

De igual manera es importante puntualizar las diferencias entre el sistema bancario privado y el de cooperativas ya que para beneficio de las cooperativas, del total de ahorros la mayor parte pertenece a depósitos a plazo, lo que les permite un mejor manejo de sus colocaciones.

Este efecto se da para el último año, ya que al ver la evolución, se puede constatar que al inicio del periodo de análisis los depósitos en cuentas de ahorro eran superiores a los de plazo.

**Gráfico No. 22:** Participación en el total nacional Cooperativas de Ahorro y Crédito

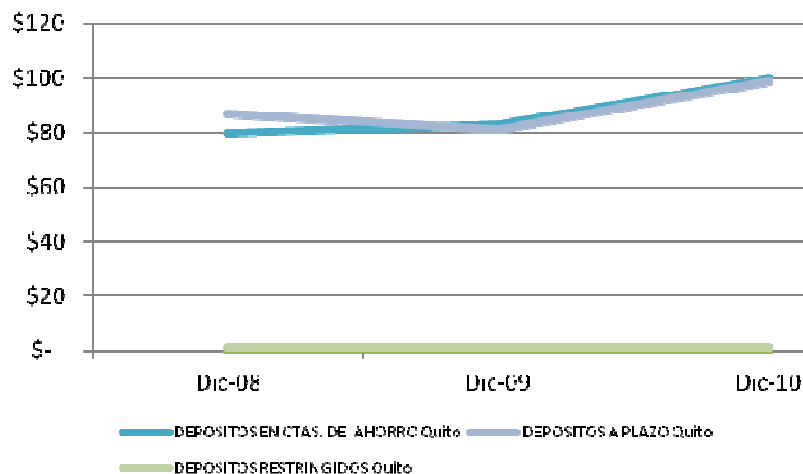


**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

En cuanto a la participación de la plaza Quito dentro de las cuentas nacionales, estas representan un 16% en cuentas de ahorro, 20% en certificados a plazo y un 17% en depósitos restringidos, lo cual implica que si bien su aporte es importante no es el principal, ni tan alto como en el caso de la banca privada ya que el cooperativismo es más representativo en zonas rurales o ciudades más pequeñas.

Considerando el subsistema de Mutualistas, las cuentas de pasivo también sufrieron un cambio importante pasando de un 1% de incremento del 2009 en relación al 2008, al 21% que reflejaron al término del año 2010.

**Gráfico No. 23:** Evolución de captaciones subsistema de Mutualistas



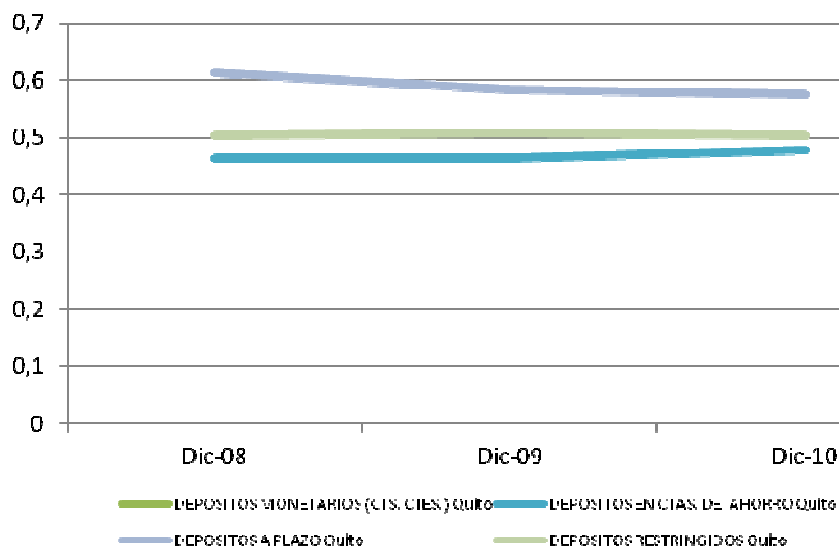
**Fuente:** Superintendencia de Bancos. Reporte gerencial por subsistema  
**Elaboración:** Los autores

Las cifras de crecimiento que presentó este sector en la capital del país fueron de USD 80 millones en el 2008 a USD 100 millones en el 2010 en cuanto a depósitos a la vista; en relación a los depósitos a plazo este incremento fue de USD 87 a USD 99 millones respectivamente.

Es importante recordar que el sector del mutualismo está enfocado principalmente a brindar además de todos los servicios que ofrece la banca privada, un plus relacionado al sector de la construcción.

Como se puede observar en la gráfica este sector se vio afectado en el año 2009 donde sus depósitos a plazo se vieron disminuidos en un 7% en relación al 2008, esto principalmente pudo darse por la crisis financiera mundial que afecto en primera instancia al sector de la construcción, sin embargo gracias al impulso por parte del gobierno con relación a este tema en el 2010 este sector pudo recuperarse.

**Gráfico No. 24:** Participación en el total nacional Mutualistas



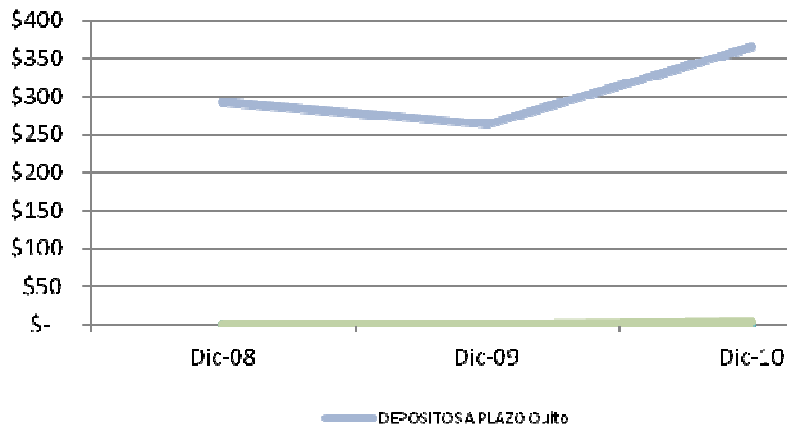
**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

En cuanto a su participación del total de cuentas del pasivo a nivel nacional sus porcentajes se sitúan al 2010 en 48% para cuentas de ahorro y 58% para cuentas a plazo, estos datos muestran que la participación de la plaza Quito representa un importante porcentaje a nivel nacional.

Esto principalmente puede considerarse porque una de las Instituciones Financieras más fuerte dentro de este subsistema mantiene su matriz en la ciudad de Quito.

En relación al subsistema de Sociedades Financieras, es importante indicar que este sector únicamente recibe captaciones del público a plazo fijo, la variación presentada del año 2008 de USD 527 millones a USD 625,72 millones en el 2010, representa un incremento del 19%.

**Gráfico No. 25:** Evolución captaciones subsistema de Sociedades Financieras

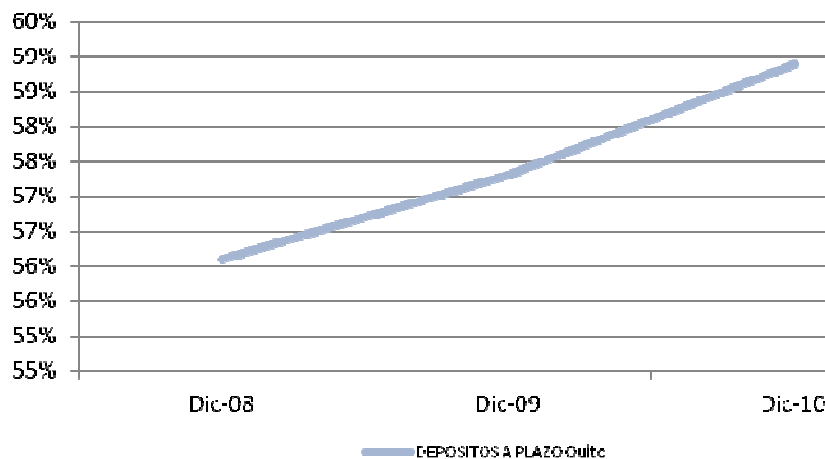


**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

En la plaza de estudio este incremento se vio reflejado al pasar de USD 291 a USD 364 millones del 2008 al 2010.

Cabe resaltar que el incremento existente se encuentra dado en su mayor parte por la Sociedad Financiera Dineros que es la más representativa.

**Gráfico No. 26:** Participación en el total nacional Sociedades Financieras



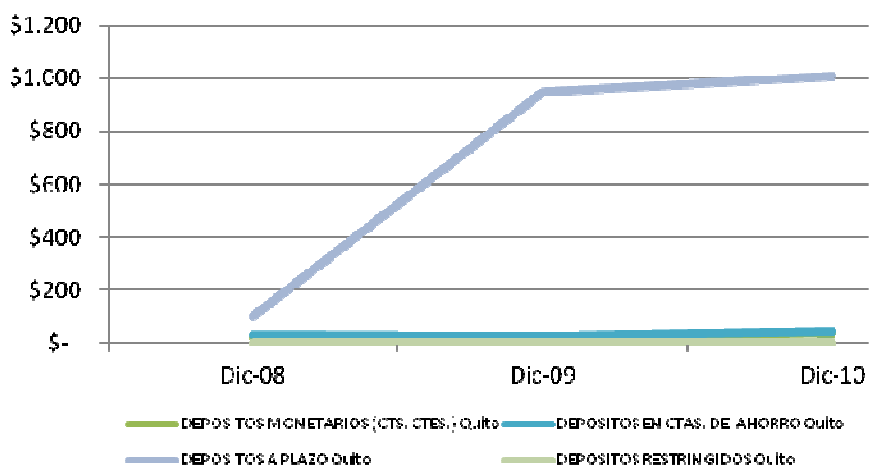
**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

Considerando la participación dentro del total nacional, éstas cuentas pasaron de representar un 56% en el 2008 a un 59% en el 2010.

Dentro del subsistema de la Banca Pública, se observa un despunte del 249% a nivel nacional al cierre del 2010.

Esto principalmente se debe por la regulación del BCE dentro del artículo 299 de la Constitución de la República que indique: “ *los recursos públicos se manejan en la banca pública*”. Además dentro de esta regulación se indica que las tasas de interés que la banca pública pagará a las Instituciones no financieras del sector público serán inclusive más altas que el promedio de tasas de la banca privada, razón por la cual muchas de las instituciones que mantenían sus depósitos en el sector financiero privado cambiaron estos recursos generando este crecimiento.

**Gráfico No. 27:** Evolución captaciones subsistema Banca Pública

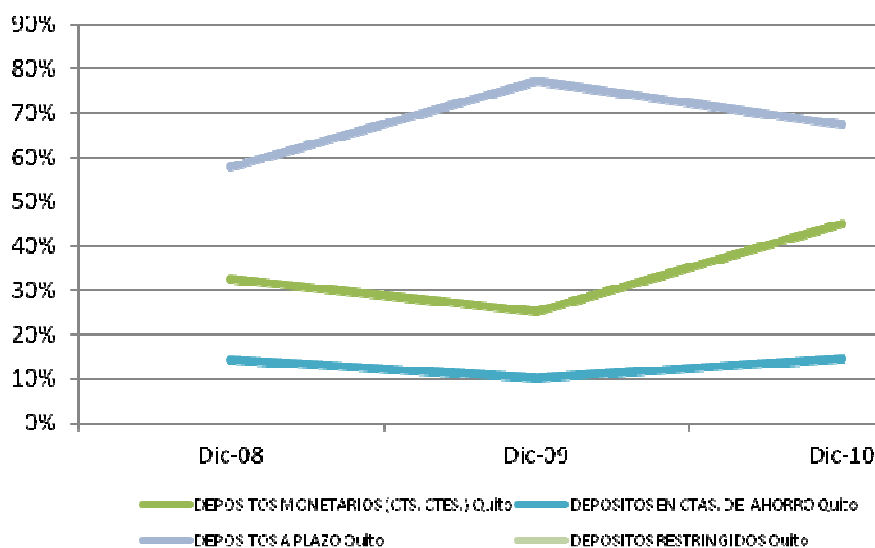


**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

El crecimiento presentado dentro de este subsistema se refleja al pasar de USD 575 millones de dólares en el 2008 a USD 2006 millones de dólares en el 2010.

Este incremento fue dado principalmente en el 2009 al llegar a un 560% de crecimiento en depósitos y al 2010 se incrementó en un 10%. Esto se debió por la regulación del Banco Central del Ecuador, ya que todas las instituciones públicas que manejaban fondos en depósitos a plazo principalmente en el sector privado tuvieron que trasladar estos valores a la banca pública, fortaleciendo a este subsistema y permitiendo que mejoren su nivel de colocaciones con el público.

**Gráfico No. 28:** Participación colocaciones Banca Pública



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema

**Elaboración:** Los autores

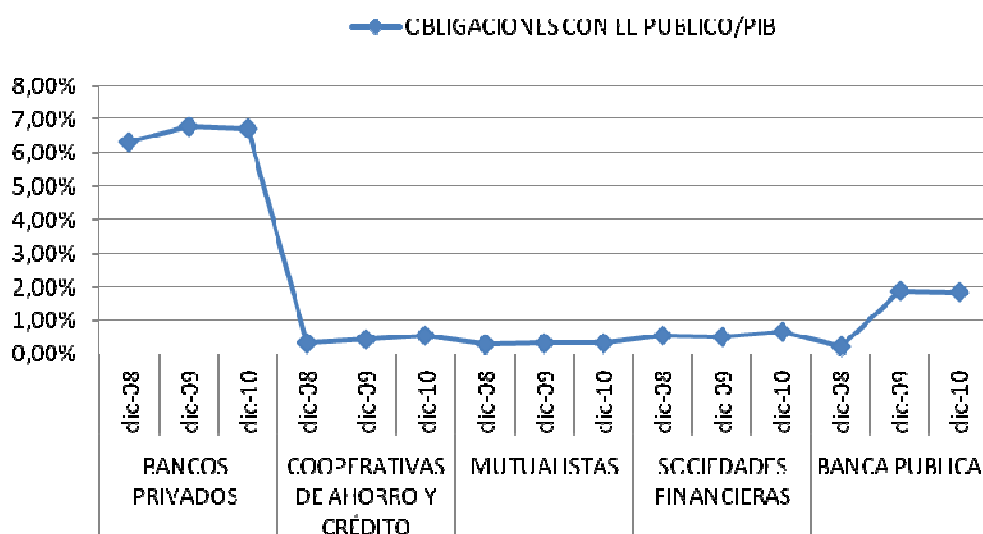
Dentro del total nacional las cuentas de este subsistema representa al 2010 un 45% en cuentas corrientes, 15% en cuentas de ahorro y un 67% en depósitos a plazo, lo cual indica que la plaza de estudio mantiene un porcentaje importante sobre el portafolio nacional sobretodo en el caso de los depósitos a plazo fijo, esto es principalmente porque la mayoría de las Instituciones Públicas que mantienen sus recursos en la Banca Pública se encuentran centralizados en la Capital del país. En los depósitos de ahorro la participación es menor, esto puede darse ya que la mayoría de clientes que aplican a este producto específico son personas naturales que probablemente mantienen estas cuentas a fin de aplicar a otros productos.

Es importante conocer en qué medida está compuesto el mercado con los recursos obtenidos de los participantes por eso debemos recordar que el indicador de profundización financiera se refiere al grado de penetración de los servicios financieros en la economía. Este es un indicador que permite medir el grado de desarrollo del sistema financiero y también el de la economía. Gracias a varios estudios realizados se ha logrado conocer que el desarrollo del sistema financiero está estrechamente ligado con el crecimiento de la economía, razón por la cual la profundización está dirigida a ampliar los servicios financieros hacia una mayor

cantidad de la población, lo que permite inclusión social, contribuye a la disminución de la pobreza y a una mejora en la distribución del ingreso<sup>7</sup>.

En relación a la profundización de los depósitos, considerando únicamente la plaza de estudio, el subsistema que mayor grado de penetración presentó en el periodo 2008- 2010 es la banca privada con un porcentaje promedio del 6%, siguiendo la Banca Pública con un promedio creciente del 0.24% en 2008 para ubicarse en 1.84% en 2010, las sociedades financieras presentaron al cierre del 2010 un promedio de bancarización del 0.64% siendo el subsistema que sigue en mayor grado de profundización en relación a la plaza de estudio, el sector cooperativo se situó con un promedio de 0.56% al 2010 también con una tendencia creciente al pasar del 0.34% que mantenía en 2008, las mutualistas se ubicaron en el último sitio al presentar un indicador de profundización de 0.35% al 2010 con relación a las obligaciones con el público frente al PIB.

**Gráfica No. 29:** Profundización financiera de Captaciones



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

La grafica muestra claramente el despunte que presenta la banca privada en relación a los demás subsistemas evidenciando lo enunciado anteriormente.

<sup>7</sup><http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/BoletinTasasInteres/ect201106.pdf>



En general la profundización financiera ha presentado un nivel creciente en el periodo estudiado, lo cual tiene relación directa con el crecimiento del PIB, debido a que un mayor nivel de ingresos de la población indica mayor tendencia al ahorro.

## **2.3 Evolutivo de colocaciones**

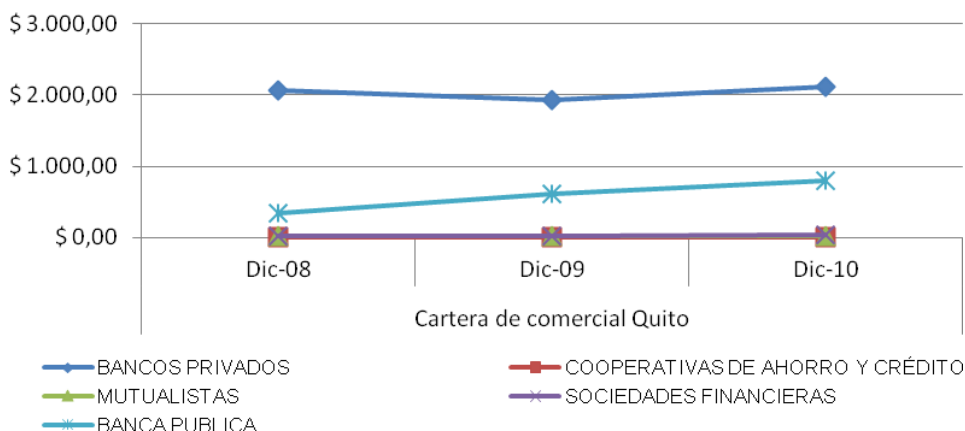
La cartera de créditos es el principal producto que las IFI's ofrecen en el mercado financiero nacional, su precio es la tasa de interés que se cobra por la colocación, en años anteriores este producto se vio afectado directamente por las regulaciones del estado, que limitaron a las instituciones financieras a cobrar intereses hasta un techo límite (*Artículo 2 del Capítulo 2, Tasas de Interés de Cumplimiento Obligatorio, del Título Sexto: Sistema de Tasas de Interés, del Libro I, Política Monetaria-Crediticia de la Codificación de Regulaciones del Banco Central del Ecuador*).

La cartera total bruta se divide en: comercial, consumo, vivienda y para la microempresa, en el apartado siguiente revisaremos la variación de estos cuatro tipos de créditos para los subsistemas del mercado financiero en la plaza de Quito, durante el período 2008 a 2010.

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

Los créditos comerciales son destinados principalmente para la adquisición de bienes productivos o de activos en caso de las empresas, razón por lo que se les denomina cartera de créditos productivos, esta cartera tiene mayor presencia en la banca privada cerrando para el año 2010 con USD 2112,56 millones, en segundo lugar la banca pública ha colocado USD 796,49 millones, siendo un crecimiento positivo en el periodo. A su vez en el mismo periodo las cooperativas, las mutualistas y las sociedades financieras han mantenido su nivel de colocación, con USD 2,48; USD 20,71; USD 37,46 millones respectivamente.

**Gráfico No. 30:** Evolución de cartera comercial

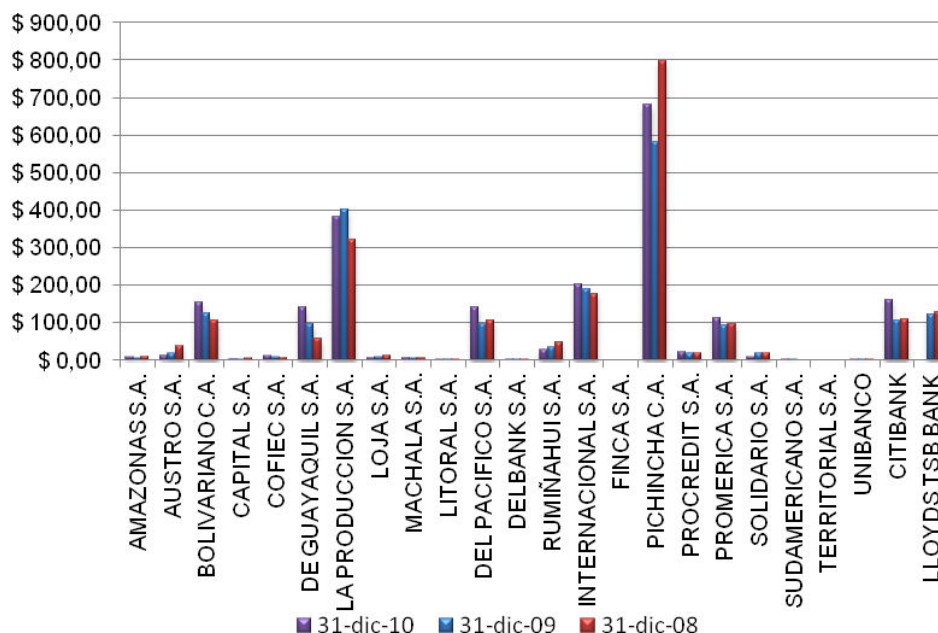


**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

Durante el periodo de análisis la cartera de créditos ha observado una disminución en su colocación por parte de las instituciones financieras, esto debido a la restricción en el cálculo de la tasa de interés que cobra por las operaciones de crédito y las entidades financieras no ofrecieron créditos durante el último trimestre del 2008 al primer trimestre del 2010.

Dentro de la banca privada el Banco Pichincha es la entidad con mayor volumen de créditos colocados en el mercado financiero de Quito, para el año 2010 colocó USD 680,44 miles, aunque disminuye en un 15% desde el año 2008 donde cerró el año con USD 795,85 miles sigue siendo la entidad que más créditos coloca dentro de la plaza. El banco de la Producción en segundo lugar ha colocado USD 382,17 miles. En conjunto estas 2 entidades suman el 51% del total del mercado. En tercer lugar el Banco Internacional representa el 10% de la cartera local con USD 201,73 miles. Estas 3 entidades tienen la característica que son bancos de tamaño grande y su calificación de riesgo está entre la más alta del mercado. El banco del Pacífico y banco de Guayaquil colocaron al cierre del año 2010 alrededor de USD 141 miles cada uno. La dinámica financiera en estas instituciones les permite que el fondeo de recursos de sus captaciones les convierte en especializados para el segmento comercial pero no excluyentes para los demás segmentos crediticios.

**Gráfico No. 31:** Evolución de cartera comercial por institución financiera bancos privados

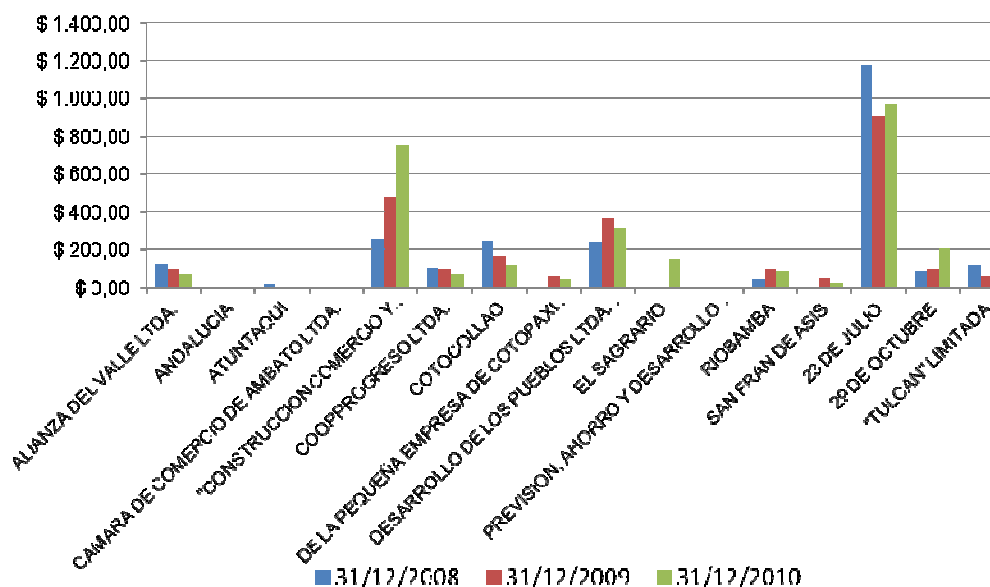


**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte de colocaciones por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

Las asociaciones cooperativas que mayor presencia han tenido en el segmento de créditos comercial representan el 72% del total de la plaza en el subsistema, encabezados por la cooperativa 23 de Julio cerrando el año 2010 con USD 974,05 miles (34% del total Quito), en segundo lugar la cooperativa "Construcción Comercio Y Producción" Ltda. con USD 757,76 miles (27% del total Quito) y la cooperativa Codesarrollo ocupa el tercer lugar con USD 316,64 miles.

Las entidades cooperativas destinan principalmente sus recursos a la colocación de créditos comerciales conocidos como el segmento de créditos productivos dentro de los subsistemas, estas entidades son las generadores de financiamiento para la producción a costos más bajos que las demás entidades financieras pertenecientes al mercado.

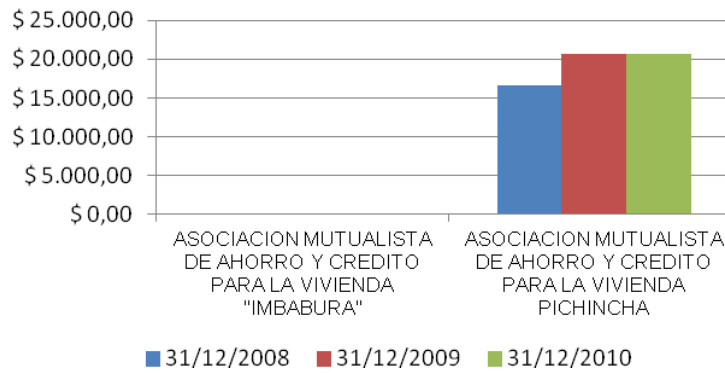
**Gráfico No. 32:** Evolución de cartera comercial por institución financiera cooperativas



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte de colocaciones por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

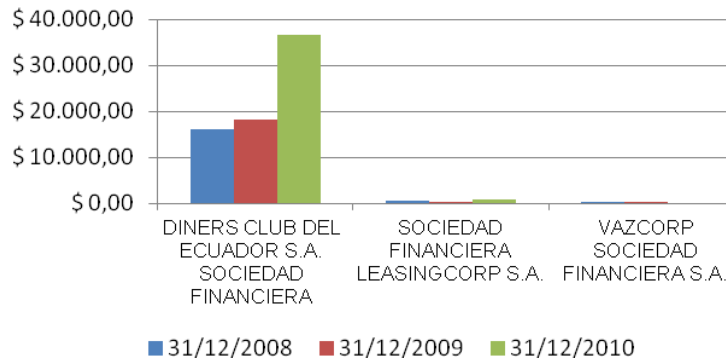
Las asociaciones mutualistas y las sociedades financieras tienen una entidad representativa dentro de la plaza Quito, la mutualista Pichincha colocó USD 20651,57 al cierre del año 2010 que es la que lideró el mercado en este subsistema para este año. La sociedad financiera Diners cerró el periodo del 2008 al 2010 con un gran incremento dentro del segmento comercial, pasando de USD 16017,13 en el 2008 a USD 18226,05 en el 2009 y para el año 2010 colocó USD 36579,33.

**Gráfico No. 33:** Evolución de cartera comercial por institución financiera mutualistas



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte de colocaciones por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

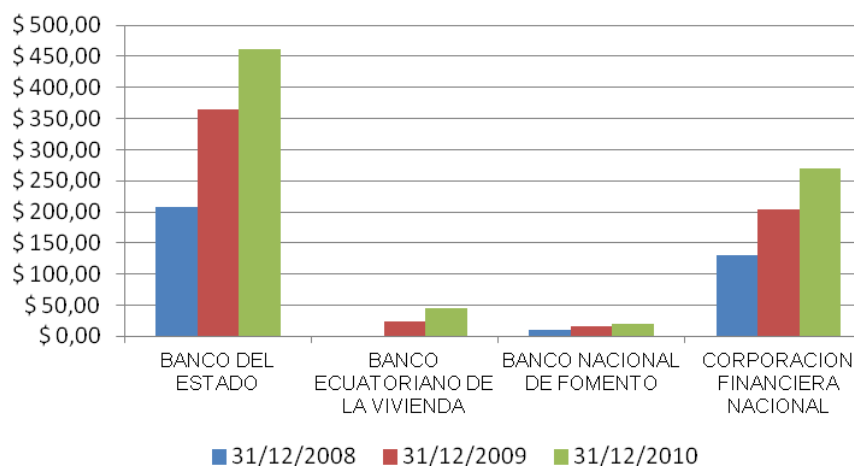
**Gráfica No. 34:** Evolución de la cartera comercial por institución financiera, sociedades financieras



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte de colocaciones por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

En Quito la Banca Pública tiene mayor presencia con el Banco del Estado y la Corporación Financiera Nacional, los créditos productivos son por política los principales que ofrecen estas entidades con USD 461,44 miles y 270, 31 miles respectivamente.

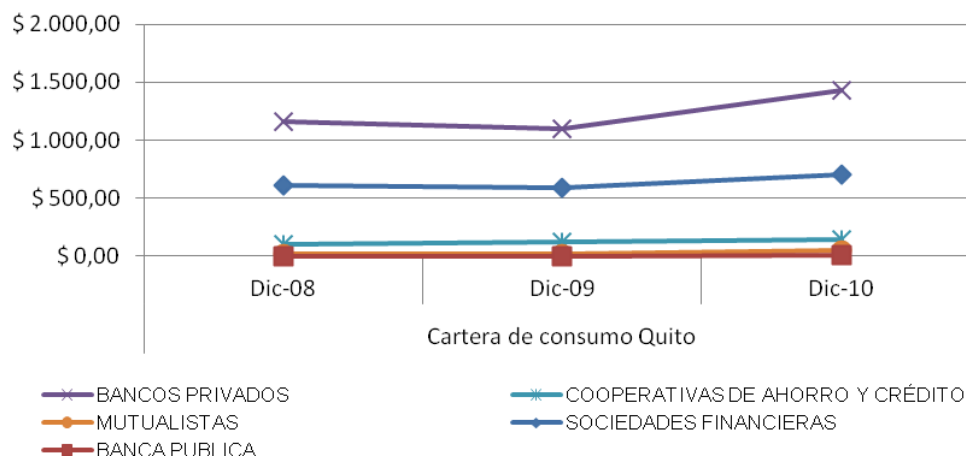
**Gráfico No. 35:** Evolución de cartera comercial por institución financiera banca pública



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte de colocaciones por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

La cartera de créditos de consumo es un producto cuyo destino se ha dado para la adquisición de bienes o servicios suntuarios, en el mercado los bancos privados tienen mayor colocación cerrando con USD 1431,35 millones al año 2010, siendo el rubro más grande ya que en esta modalidad las políticas en la banca privada disminuyen las restricciones en el otorgamiento y genera una mayor red de valor adicionándole seguro de desgravamen a los mismos.

**Gráfico No. 36:** Evolución de la cartera de consumo

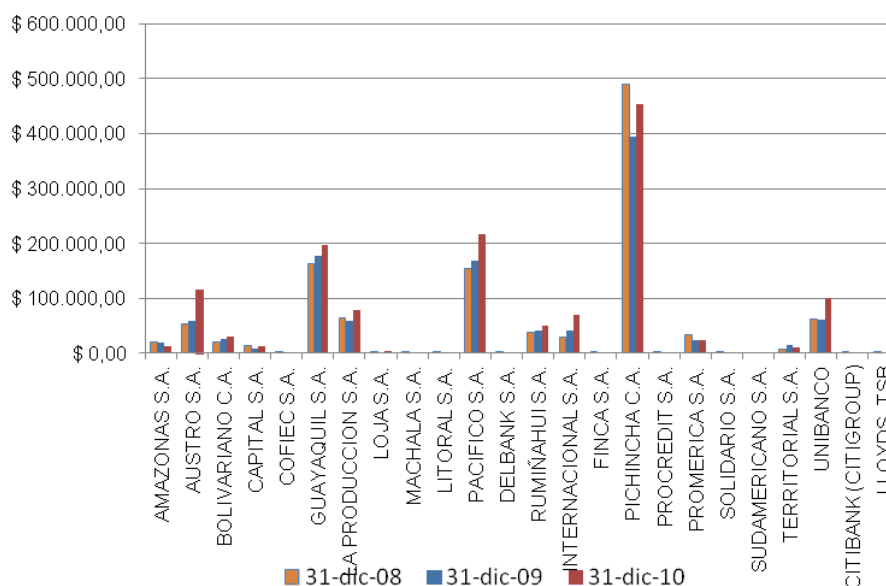


**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

Las Sociedades Financieras tienen la segunda cuota del mercado en la colocación de los créditos de consumo su rubro al 2010 ha sido de USD 702,73 millones, las cooperativas también ofertan este crédito con menores restricciones, su rubro cerró al 2010 en USD 145,01 millones. La banca pública con USD 10,86 millones y las mutualistas con USD 48,70 millones tuvieron menor presencia en el mercado lo que indica que la oferta de esta cartera no es su principal política.

Los Bancos Privados que mayor colocación tuvieron en el segmento de crédito de consumo para el año 2010 son: Banco Pichincha con USD 453.216,83 miles, seguido del Banco del Pacífico USD 217.032,19 miles y el banco de Guayaquil con USD 197.475,17 miles.

**Gráfico No. 37:** Evolución de cartera de consumo por institución financiera banca privada

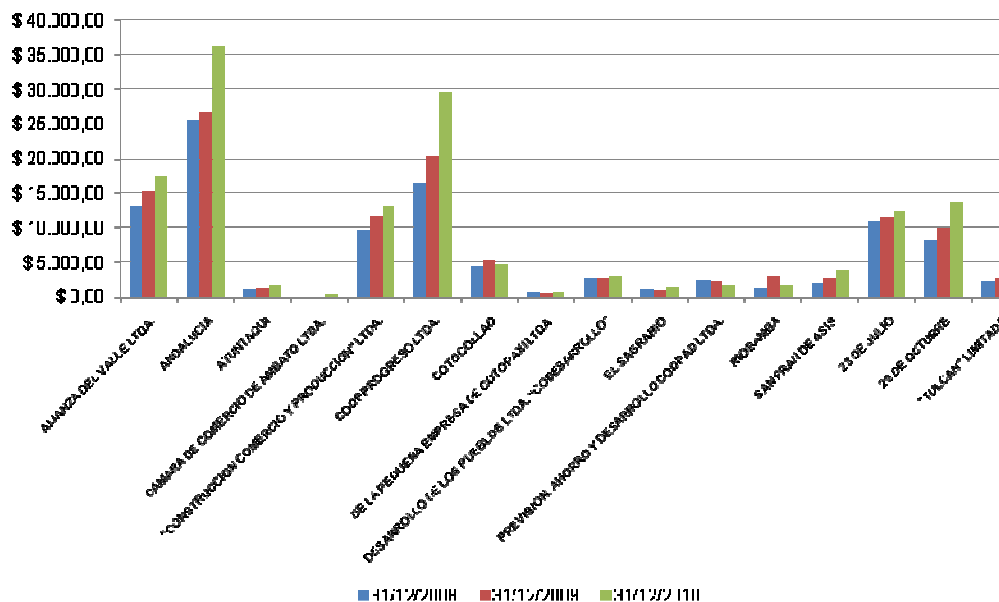


**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte de colocaciones por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

Las asociaciones cooperativas que mayor colocación lograron en el segmento de consumo son Cooperativa Andalucía con USD 36.381,62 miles, seguido de la cooperativa Cooprogreso con USD 29.611,12 miles y la cooperativa Alianza del Valle con 17.429,01 miles, esto al cierre del año del 2010. Es importante recalcar que estas entidades tuvieron un crecimiento en su volumen de operaciones durante el periodo de análisis, el aumento fue de 42%, 82% y 33% respectivamente. La

cooperativa 29 de Octubre, Construcción, Comercio y Producción y 23 de Julio, tuvieron una importante participación para el año 2010 con USD 13.584,54 miles, USD 13.014,83 miles y USD 12.412,53 miles respectivamente.

**Gráfico No. 38:** Evolución de cartera de consumo por institución financiera cooperativas



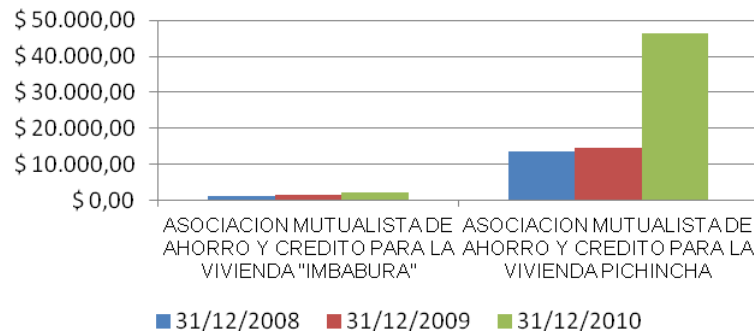
**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte de colocaciones por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

En Quito la mutualista Pichincha ha tenido una gran presencia para el año 2010 colocando USD 46.306,10 miles, pasando de USD 13.531,19 miles en el 2008 y de USD 14.576,63 miles del 2009. Lo que representa el incremento del 242% con relación al año 2008 y el 218% en relación al año 2009.

La sociedad financiera Dineros mantiene su presencia en la plaza dentro del segmento de consumo para el año 2008 colocó USD 603.870,35 miles, en el 2009 USD 584.630,59 miles y cerrando el año 2010 con USD 693.694,44 miles, lo que representa un crecimiento de 19% en su volumen de operaciones.

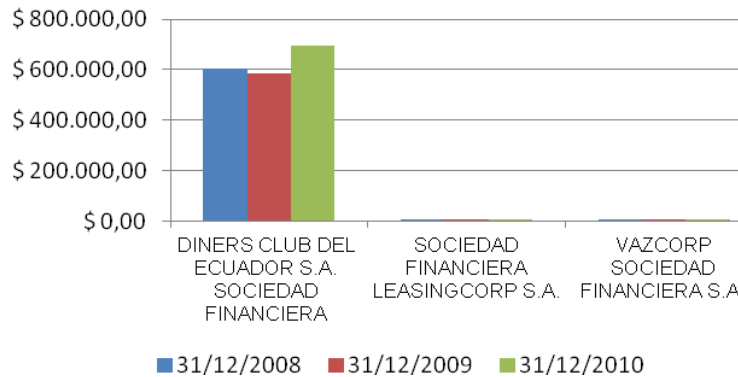


**Gráfico No. 39:** Evolución de cartera consumo por institución financiera mutualistas



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte de Colocaciones por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

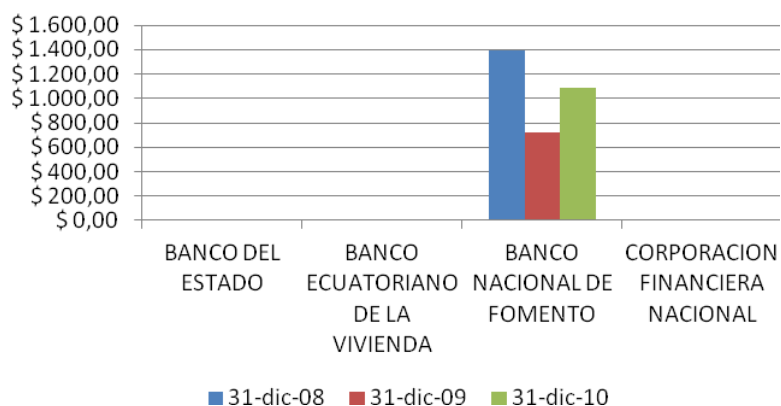
**Gráfica No. 40:** Evolución de la cartera por instituciones financieras, sociedades financieras



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte de colocaciones por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

El Banco Nacional de Fomento es la única institución financiera que tiene presencia en la plaza de Quito para el segmento de consumo su crecimiento negativo para el año 2009 es de 92% (el año 2008 colocó USD 1.391,27 miles, disminuye a USD 724,81 miles al año 2009) pero con relación al año 2010 crece su volumen de operaciones en 49,8% (colocó USD 1.086,00 miles).

**Gráfico No. 41:** Evolución de cartera de consumo por institución financiera banca pública

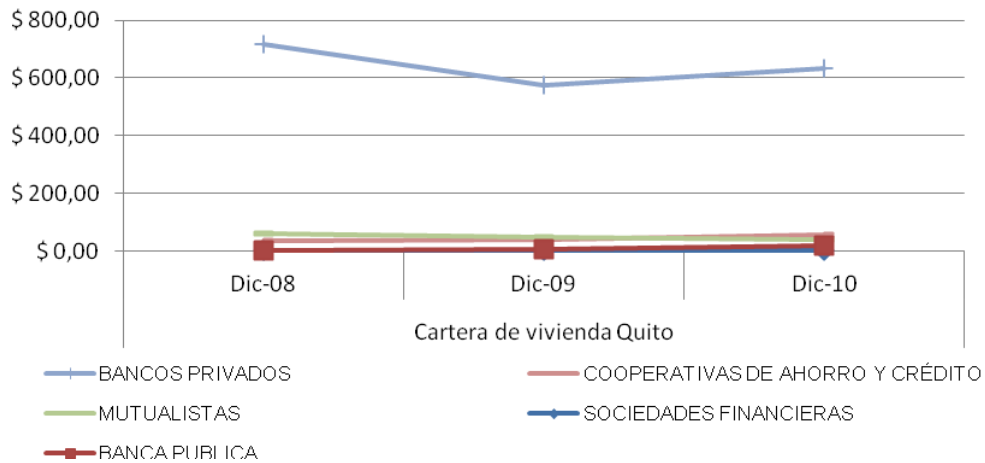


**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte de colocaciones por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

La cartera de créditos de vivienda es de tipo hipotecario, en el mercado ecuatoriano la banca privada tiene la primera cuota de mercado aunque para el año 2010 disminuyó a USD 633,23 millones de los USD 715,55 millones que cerró a diciembre del 2008, su disminución se debe a que el costo de este crédito es menor en los demás subsistemas, factor que ha permitido que la banca pública ofrezca este crédito a menor tasa de interés ya que en el año 2008 no tuvo mayor participación, cerrando al año 2010 con USD 18,24 millones.

Las mutualistas cuyo principal giro del negocio es el financiamiento para proyectos inmobiliarios tuvieron una disminución para el año 2010 cerrando con USD 39.93 millones de los USD 60,16 millones del año 2008. En cambio las cooperativas aumentaron para el 2010 con USD 57,92 millones de los USD 36,99 millones que cerró al 2008.

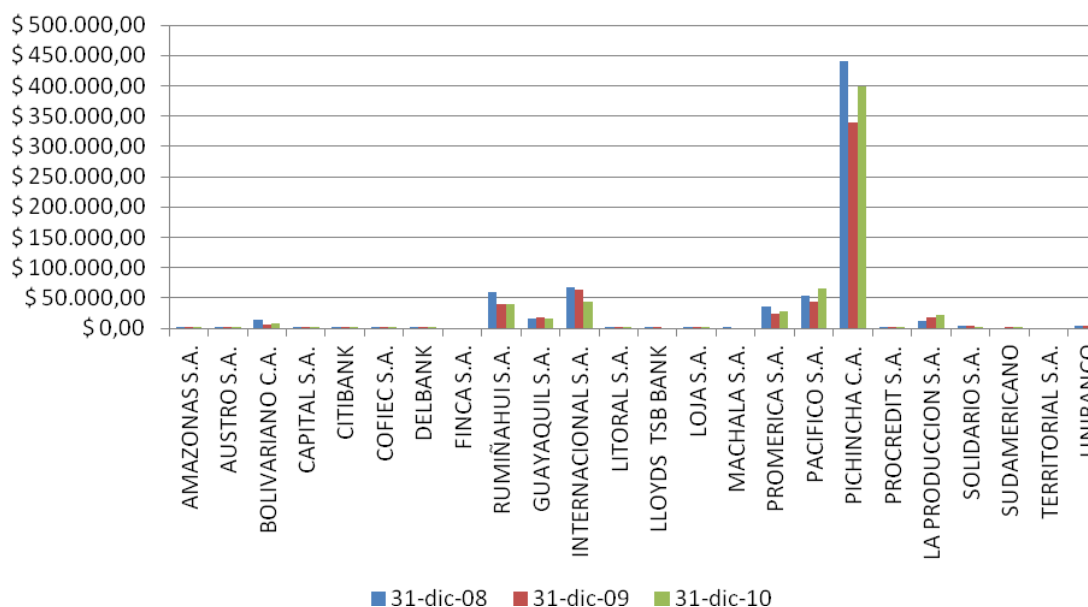
**Gráfico No. 42:** Evolución de cartera para la vivienda



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

El segmento de créditos para la vivienda en la plaza de Quito se enfoca en la banca Privada principalmente con el Banco Pichincha que para el año 2010 cerró con USD 398.872,65 miles, pero su volumen crece negativamente con relación al año 2008 donde colocó USD 440.864,12 miles. El Banco Pacífico tiene un volumen de créditos para el año 2010 de USD 65.819,81 miles, el Banco Internacional colocó USD 44.867,07 miles y el Banco Promerica colocó USD 27.985,87 miles, estas entidades tienen desarrollada su estrategia de negocio para el segmento de vivienda gracias a su trayectoria en el mercado, el Banco Promerica ha financiado proyectos inmobiliarios en la plaza, el Banco Internacional financia adquisición de bienes inmuebles tanto nuevos como usados, a mejor costo y con menores restricciones aunque el financiamiento es 30/70 para el año 2010 disminuye en 34% en relación al año 2008. El Banco Pacífico al ser la entidad que ofrece esta clase de créditos con menos restricciones aumenta en 22% con relación al año 2008.

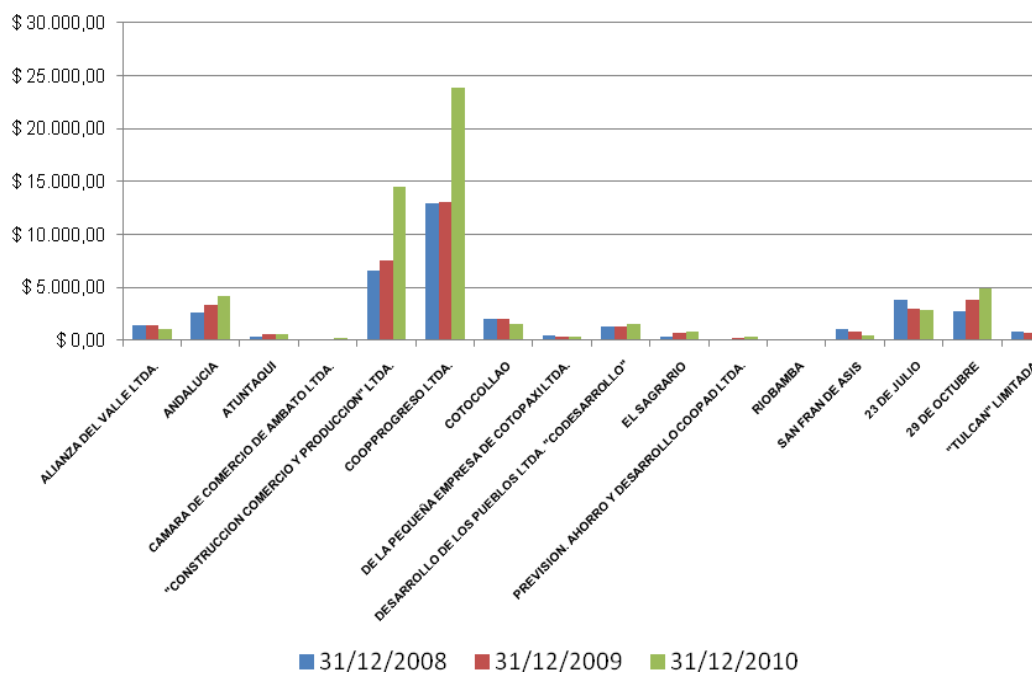
**Gráfico No. 43:** Evolución de cartera de vivienda por institución financiera banca privada



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte de colocaciones por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

En las cooperativas de la plaza la entidad que mayor colocación de créditos dentro del segmento de vivienda ha tenido para el año 2010 es la cooperativa Cooprogreso con USD 23.856,75 miles y ha logrado un incremento del 84% en el volumen de operaciones con relación a los años 2008 y 2009 donde cerró con USD 12.993,48 miles y USD 13.042,58 miles respectivamente. La segunda entidad que ha tenido fuerte presencia en la plaza es la cooperativa Construcción, Comercio y Producción para el año 2010 cerró con USD 14.511,15 miles con un crecimiento del 93% en relación al año 2009 donde cerró con USD 7.519,43 miles. La cooperativa 29 de Octubre y Andalucía tuvieron una participación relativa cerrando con USD 4.859,76 miles y con USD 4.207,26 miles respectivamente.

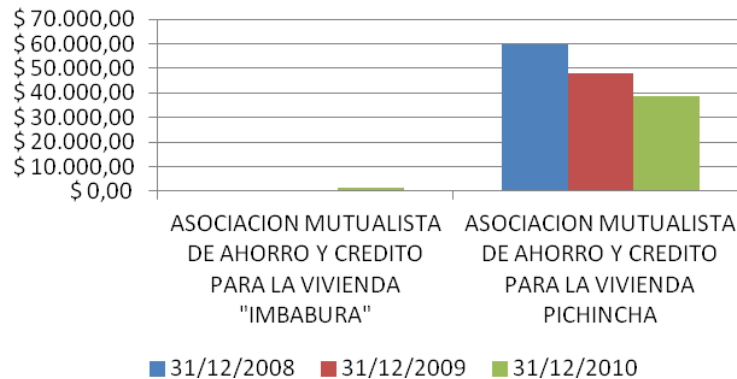
**Gráfico No. 44:** Evolución de cartera de vivienda por institución financiera cooperativas



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte de colocaciones por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

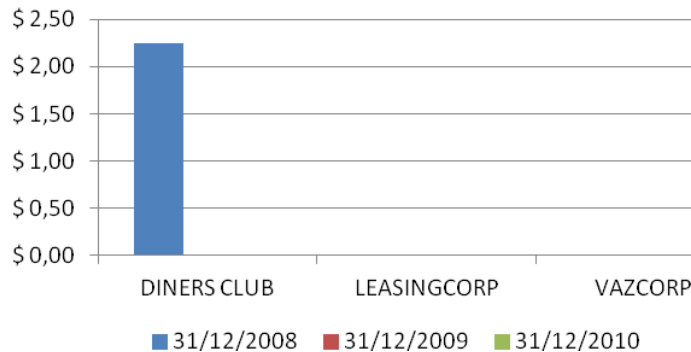
Las sociedades financieras no son por naturaleza incluyentes en el segmento del crédito de vivienda por lo que la única participación en estas entidades se remonta al año del 2008 en la financiera Diners con USD 2,25 miles. En las entidades mutualistas la participación en mayor volumen se centra en la mutualista Pichincha cerrando el año 2010 con USD 38.590,31 miles con un crecimiento negativo del 35% en relación al año 2008 donde cerró con USD 59.731,04 miles.

**Gráfica No. 45:** Evolución de cartera de vivienda por institución financiera mutualistas



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte de colocaciones por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

**Gráfica No. 46:** Evolución de cartera de vivienda por institución financiera, sociedades financieras

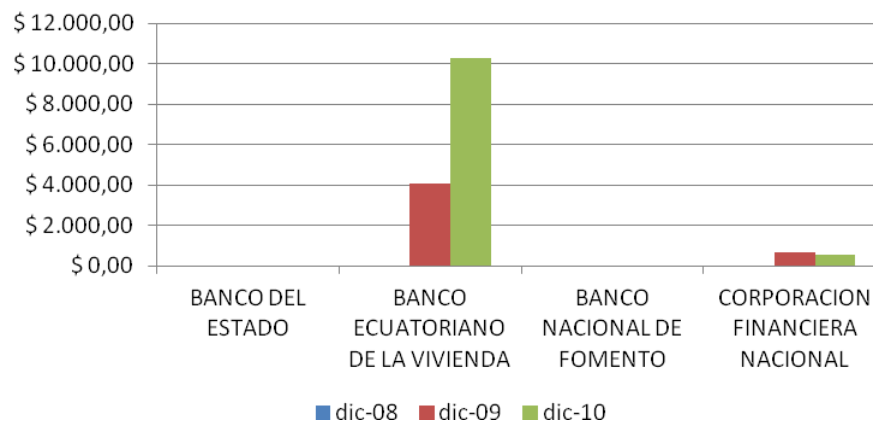


**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte de colocaciones por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

Las entidades públicas que tuvieron participación en la plaza son el Banco Ecuatoriano de la Vivienda y la Corporación Financiera Nacional, sus operaciones nacen en el año 2009 con USD 4.096,11 miles y con USD 663,20 miles respectivamente, se incluyen en el segmento de vivienda gracias a la compra de cartera de este tipo a la mutualista Benalcázar que cerró sus operaciones en este

periodo y era propietaria en su cartera de varios proyectos inmobiliarios. Para el año 2010 el BEV aumenta su cartera en el 151% (USD 10.298,97 miles) siendo que impulsó más proyectos inmobiliarios y concluyó los existentes de la mutualista mencionada.

**Gráfica No. 47:** Evolución de cartera de vivienda por institución financiera banca pública

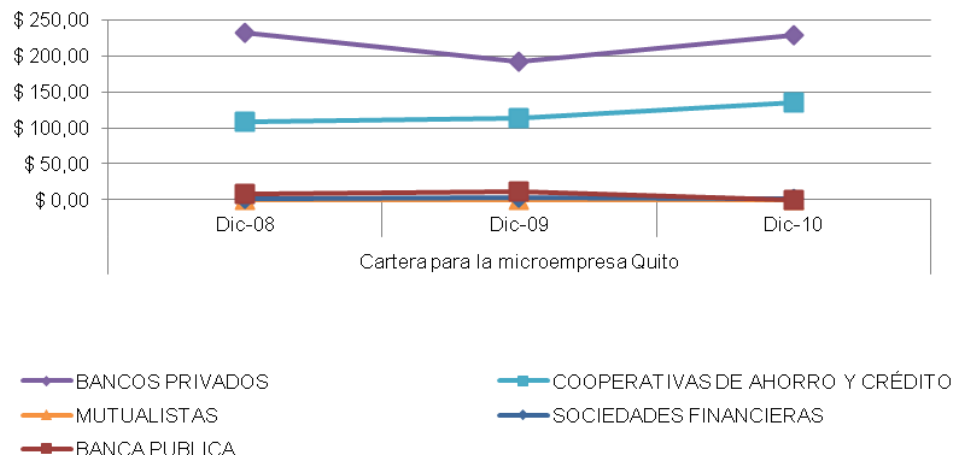


**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte de colocaciones por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

Los créditos para la microempresa, cuyo destino es el financiamiento de actividades productivas o de emprendimiento, han tenido mayores incentivos por parte de las instituciones del sistema financiero y su oferta ha sido menos restringida en cada subsistema por lo que su aporte en el periodo tuvo mayor presencia con los bancos privados y las cooperativas, USD 229,07 y USD 135,35 millones respectivamente.

Las mutualistas tuvieron un aporte en la plaza de estudio de USD 0,42 millones y las sociedades financieras con USD 2,34 millones, en cambio la banca pública registró un aporte significativo para la plaza, de los USD 8,95 millones del 2008 pasa a USD 11,67 en el 2009 y no registra valor de cuota de mercado en el 2010.

**Gráfico No. 48:** Evolución de cartera para la microempresa

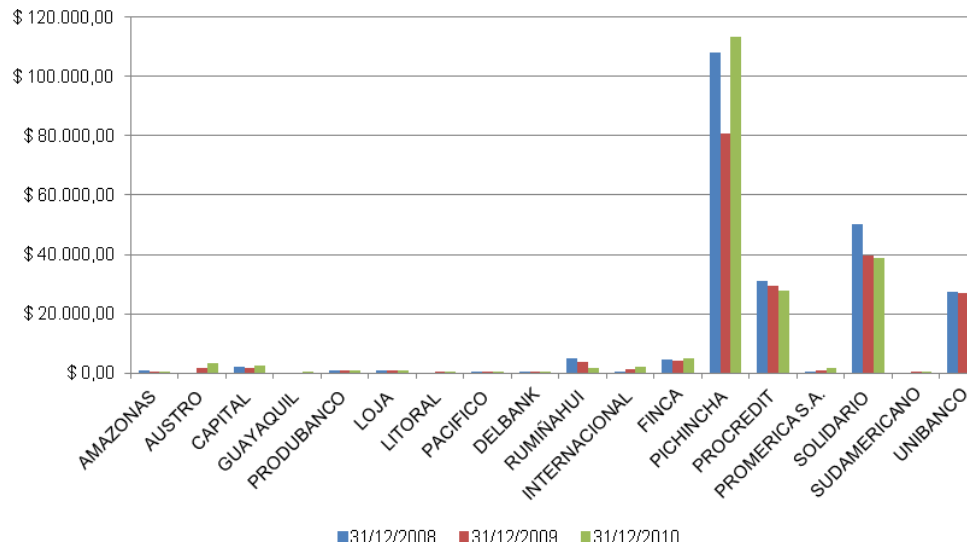


**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

El segmento de microcrédito ha tomado mayor importancia desde el año 2008, existen dos entidades dentro de la banca privada que han mantenido un crecimiento relativo como son Banco Pichincha y Unibanco; el primero se especializa en este segmento mediante su filial Credifé y la segunda ha definido su negocio en este segmento mediante el microproductivo destinado a bancarizar los pequeños negocios no atendidos por las demás entidades. Es importante mencionar que este segmento en todos los bancos tiene un costo muy alto en relación a los demás segmentos. El banco Unibanco cerró el año 2010 con USD 31.335,72 miles con un crecimiento del 16,9% en relación al año 2009 (USD 26.796,20 miles), el Banco Pichincha colocó USD 113.304,44 miles con un crecimiento del 40,4% desde el año 2009 (USD 80.675,98 miles).



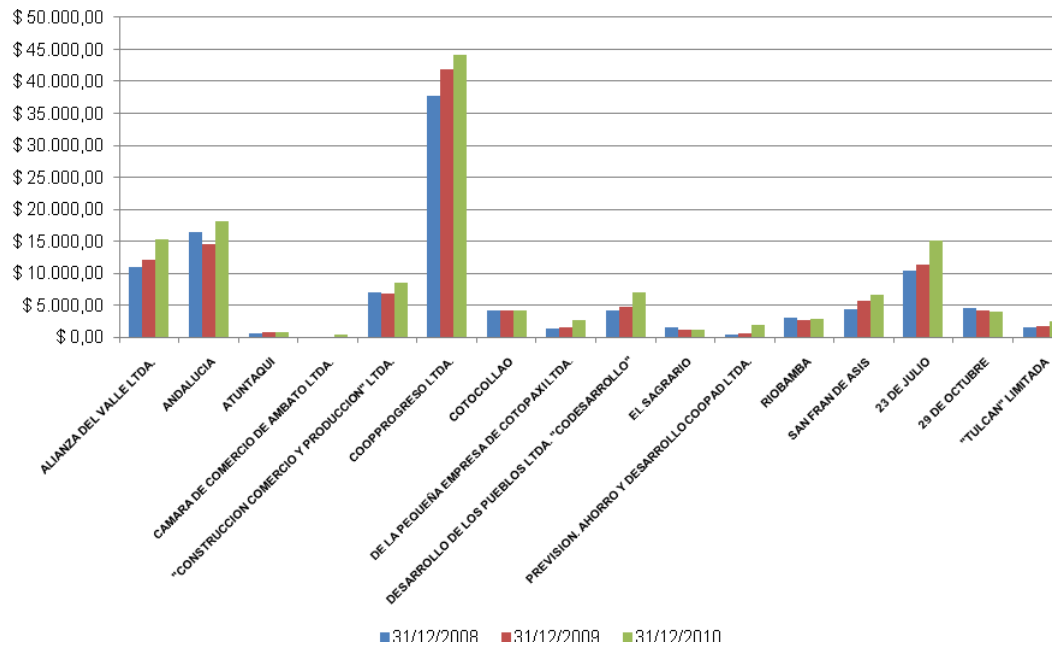
**Gráfico No. 49:** Evolución de cartera para la microempresa por institución financiera banca privada



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte de colocaciones por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

Las cooperativas que tuvieron notable participación en la plaza de estudio son la Cooperativo Cooprogreso con USD 44.099,57 miles pasando del año 2008 con USD 37.718,76 miles y para el año 2009 con USD 41.812,63 miles, lo que representa el crecimiento del 10% y 5,5% respectivamente. La cooperativa Andalucía cerró su participación con USD 18.089,36 miles siendo la segunda entidad con presencia en el mercado. La Cooperativa Alianza del Valle y 23 de Julio tuvieron una colocación de USD 15.259,09 miles y USD 15.136,16 miles respectivamente para el cierre del año 2010. Es importante mencionar que las cooperativas tienen el objetivo de financiar créditos productivos por lo que han modificado su definición del negocio para ser impulsores de las microfinanzas entre sus socios.

**Gráfico No. 50:** Evolución de cartera para la microempresa por institución financiera cooperativas

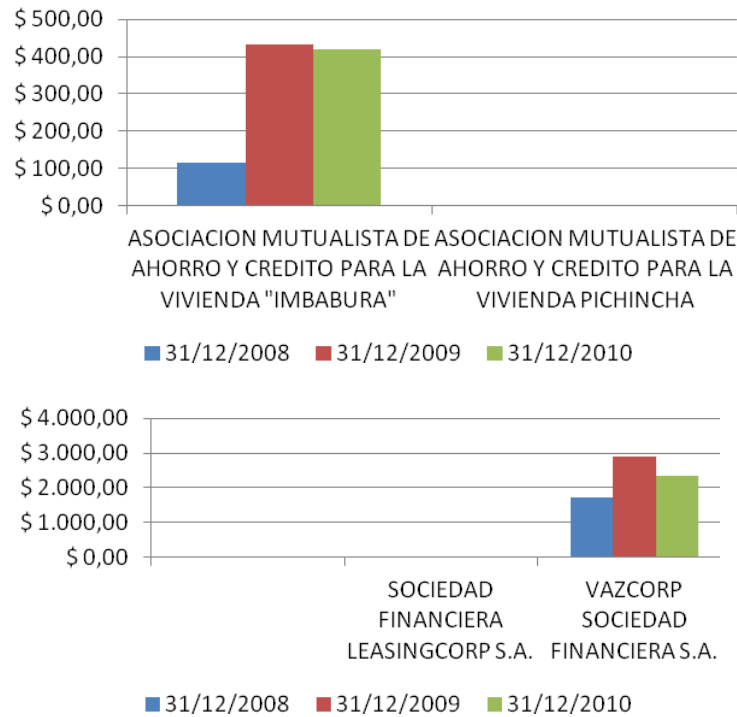


**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte de colocaciones por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

Para el segmento de microcrédito la mutualista Imbabura cerró el año 2010 con USD 420 miles creciendo en comparación al año 2008 un 73% (USD 116,08 miles) y con relación al año 2009 disminuye en un 3,1% (USD 433,58).

La sociedad financiera Vazcorp también maneja el segmento de crédito para la microempresa en la plaza de Quito, con un crecimiento del 40% en base al año 2008 y un crecimiento negativo de 19.5% con relación al año 2009, es decir; cerró el año 2010 con USD 2.338,64 miles, partiendo del año 2008 con USD 1.731,85 miles y colocando al año 2009 USD 2.906,51 miles.

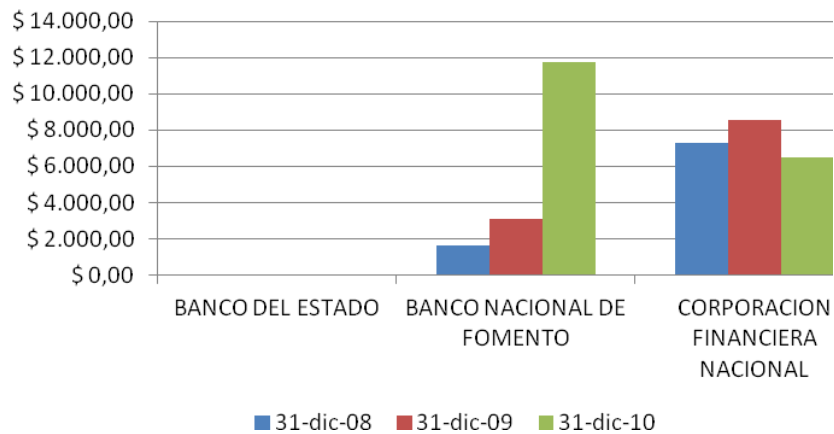
**Gráfico No. 51:** Evolución de cartera para la microempresa por institución financiera asociaciones mutualistas y sociedades financieras



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte de colocaciones por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

Las entidades públicas que impulsaron los microcréditos a nivel de la plaza de Quito son el Banco Nacional del Fomento que tuvo un crecimiento del 279,9% en relación al año 2008 (USD 1640,39 miles) cerrando el año 2010 con USD 11.737,02 miles. La Corporación Financiera Nacional disminuyó su volumen de créditos en 24,2% cerrando USD 6503,28 miles, siendo su colocación para el año 2008 de USD 7.305,79 miles.

**Gráfico No. 52:** Evolución de cartera para la microempresa por institución financiera banca pública



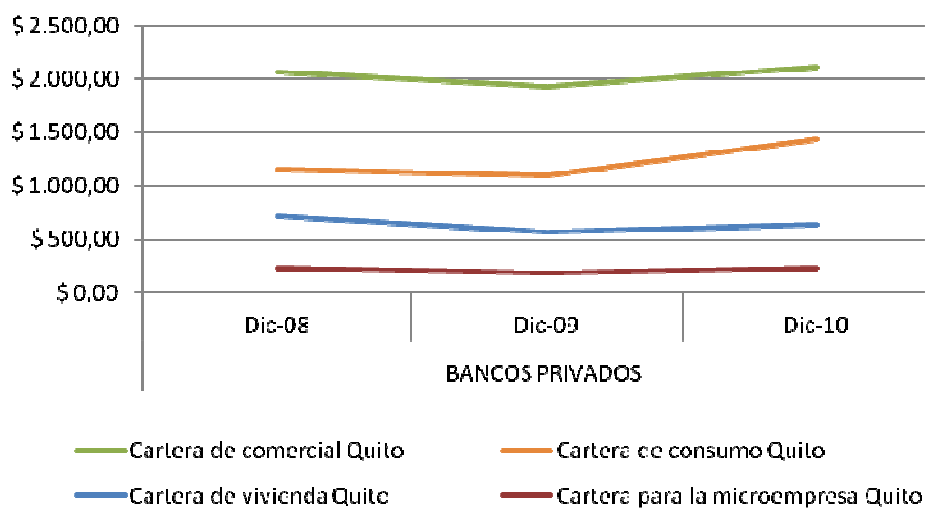
**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte de colocaciones por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

### 2.3.2 Por subsistema

Las restricciones en colocación de créditos han disminuido notablemente en estos últimos años, pese a las regulaciones impuestas por los organismos de control en el cálculo de las tasas de intereses que las instituciones financieras están autorizadas a cobrar, la oferta de créditos no se vio limitada en su mayoría.

En el subsistema de bancos privados la cartera de créditos comercial disminuyó en 6% (USD -128.43 millones) para el año 2009, esto por las restricciones del crédito mencionadas ya que las instituciones trataban de evaluar que el mercado sea rentable en comparación con el costo del producto, lo que se vio compensado en el año 2010 donde esta cartera aumentó en un 9% (USD 176.32 millones) del total de la plaza.

**Gráfico No. 53:** Evolución de cartera subsistema de Bancos Privados



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

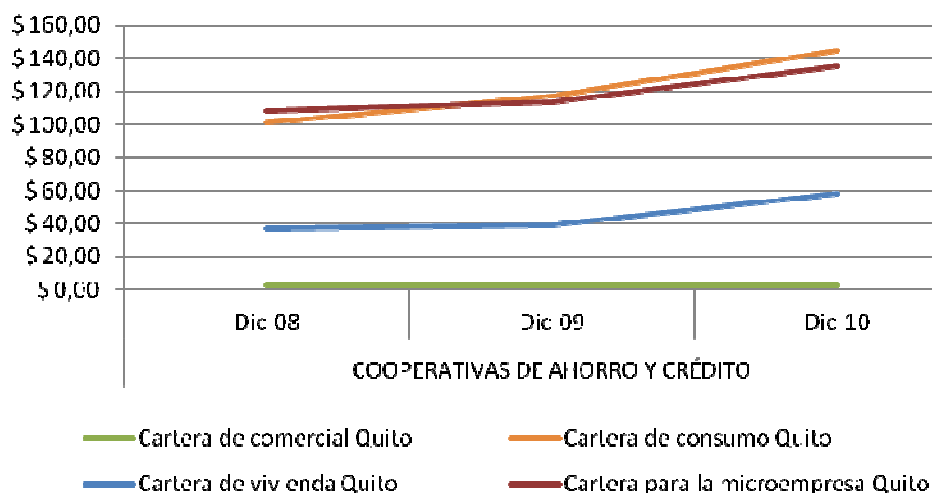
La cartera de consumo tuvo un leve cambio dentro de este subsistema pese a la fuerte regulación de las tasas de interés, de los USD 1156,61 millones cayó en 5% (USD 61.73 millones) al 2009 y aumentó 31% al 2010, es decir alcanzó un total en la plaza de USD 1431,35 millones.

La cartera de vivienda cayó 20% y aumento 10% al 2010, esto debido a las políticas que implementaron los bancos para otorgar estos créditos, esto sumado a que la banca privada es más de tipo comercial que para la construcción.

La cartera para la microempresa cayó en 17% al 2009 y aumentó en 20% al 2010, esto indica que los bancos han optado por destinar más de sus recursos que el año 2008 para la microempresa logrando una mayor aceptación en el mercado.

El subsistema de cooperativas de ahorro y crédito ha logrado mantener un ligero equilibrio en los créditos comerciales durante los 3 años, en promedio durante este periodo ha colocado USD 2.58 millones.

**Gráfica No. 54:** Evolución de cartera subsistema de Cooperativas



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

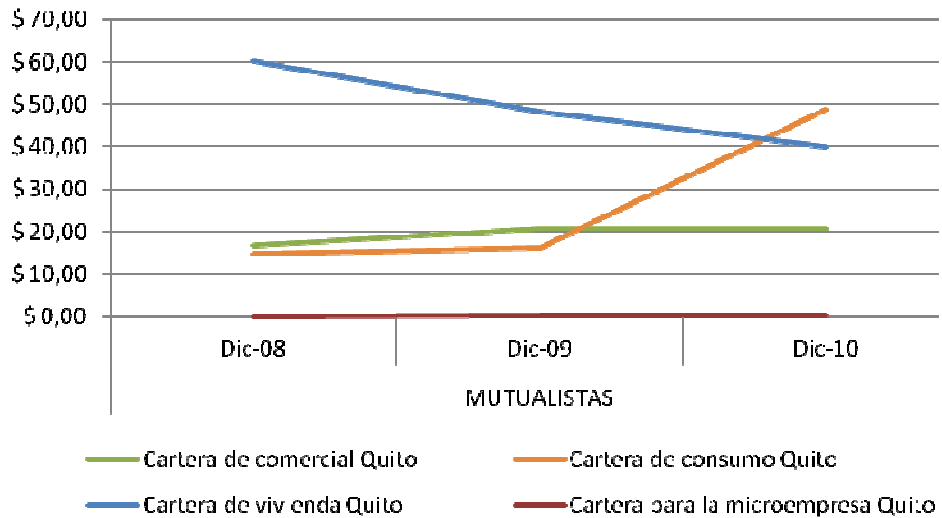
La cartera de créditos para la vivienda mantiene su nivel durante los años 2008 y 2009, USD 36,99 y 39,02 millones respectivamente. Para el año 2010 tiene un incremento de USD 18,90 millones, siendo que las cooperativas mejoraron sus políticas para la colocación de esta clase de créditos generando mayor aceptación del producto en el mercado.

La cartera de créditos de consumo y para la microempresa han tenido su más notable variación para el subsistema de cooperativas, la cartera de consumo pasó de USD 101.14 del 2008 a USD 145.01 millones en el 2010. Los créditos para la microempresa lograron pasar de 108.18 millones del 2008 al 135.35 millones en el 2010, lo que representa un aumento del 43% para la cartera de consumo y del 25% para la cartera de microempresa, esto indica que en el mercado financiero estos productos ofertados por las cooperativas tienen igual aceptación que en la banca privada.

En el subsistema de mutualistas el comportamiento de la cartera de créditos se ha visto con cambios más notables que los otros subsistemas, la cartera de vivienda disminuyó en 34% para el año 2010, es decir disminuyó USD 20.23 millones. La cartera de consumo mantiene su nivel hasta el año 2009, de 14,63 millones al 2008 pasa a 16,18 millones al 2009 teniendo un gran incremento para el año 2010 con

USD 48,70 millones. La cartera comercial mantiene su nivel desde el 2009 con un valor de USD 20,65 millones para ese año y 20.71 millones para el 2010.

**Gráfica No. 55:** Evolución de cartera subsistema de Mutualistas

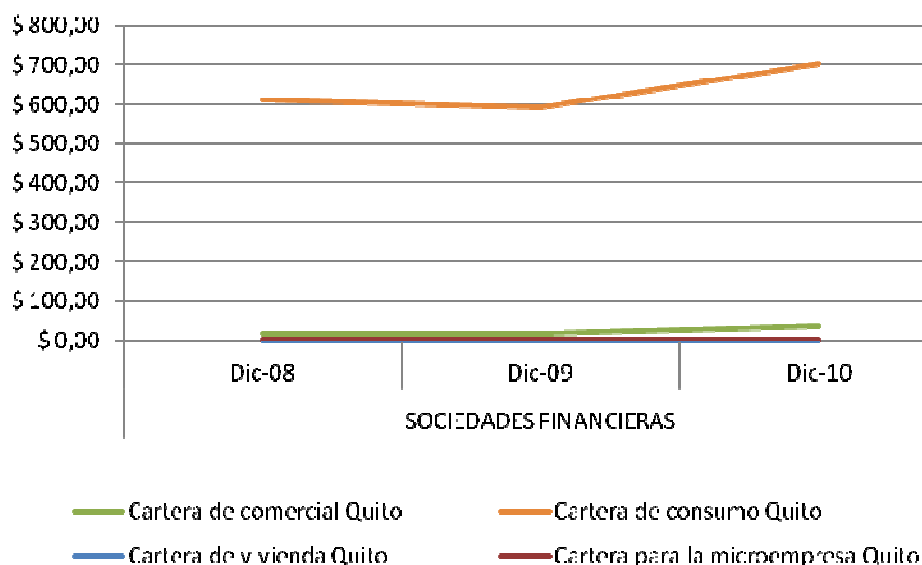


**Fuente:** Superintendencia de Bancos. Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

La cartera para la microempresa no genera una mayor variación en el 2008, de USD 0,12 millones pasa a USD 0.43 millones del 2009 y al 2010 USD 0.42 millones, esto no representó un declive significativo puesto q las cooperativas destinan sus recursos a los créditos de vivienda, cartera que sí tuvo notable cambio a la baja según se indicó en párrafos anteriores.

En las sociedades financieras el comportamiento de la cartera para la microempresa se mantiene, del año 2008 pasa de USD 1,73 millones a USD 2.91 millones en el 2009 y disminuye a USD 2,34 millones al 2010. La cartera comercial también tuvo una ligera variación de USD 18.71 millones del 2009 pasó a USD 37,46 millones al 2010.

**Gráfico No. 56:** Evolución de cartera subsistema de Sociedades Financieras



**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

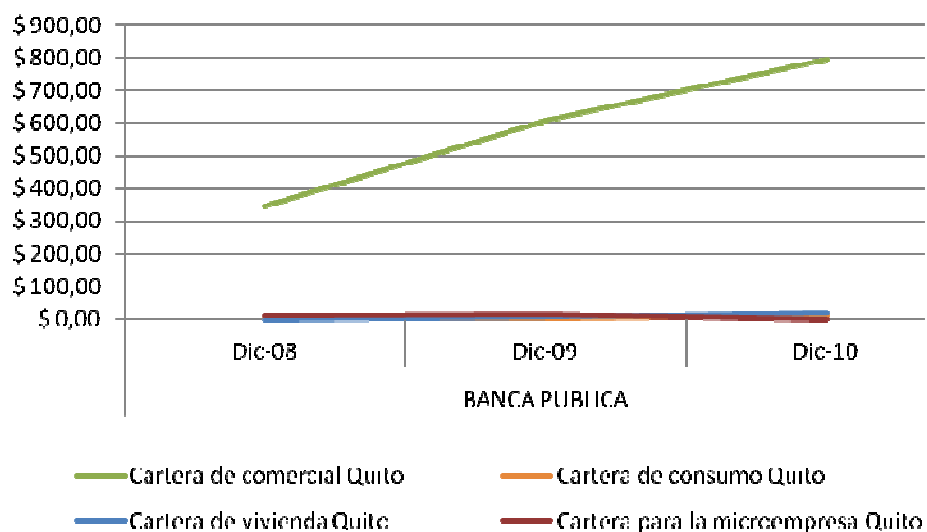
La cartera de consumo pasó de USD 609,41 millones del 2008 a USD 591,29 millones, aumentando para el 2010 a USD 702,73 millones, éste es un buen incremento en el mercado financiero para los sociedades, ya que su principal componente de los activos ha logrado aumentar su participación dentro del sistema.

La banca pública ha logrado una notable evolución dentro del sistema, la cartera comercial ha tenido mayor participación ya que del año 2008 de USD 346,56 millones aumenta a USD 605,49 millones esto representa un incremento del 75% en el mercado, y para el año 2010 aumenta a USD 796,49 millones, esto ya que los incentivos del gobierno a las instituciones públicas han logrado que la colocación sea a tasas muy bajas comparadas con los demás subsistemas.

La cartera para la vivienda en este subsistema parte del año 2009 con USD 4.76 millones al año 2010 con USD 18.24 millones, por su parte los créditos para la microempresa tuvieron participación durante el año 2008 con USD 8,95 millones y en el 2009 con USD 11,67 millones pero en el año 2010 no existe valor reportado de esta clase de crédito, ya que en este subsistema su principal objetivo es el financiamiento de actividades productivas por lo que la cartera comercial representa su mayor volumen dentro de su total de cartera bruta.



**Gráfico No. 57:** Evolución de la cartera subsistema de Banca Pública



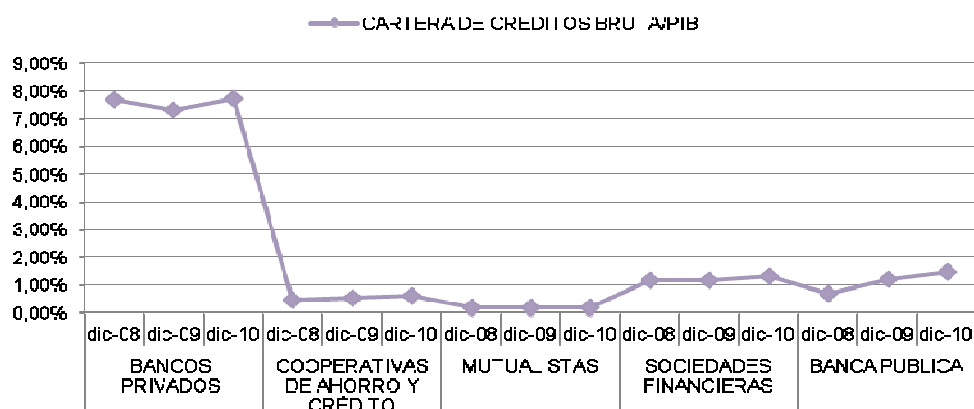
**Fuente:** Superintendencia de Bancos, Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

En referencia a la profundización para la cartera de créditos dentro del sistema nacional, tiene una importante participación el subsistema de bancos privados, puesto que es el que lidera este índice, su porcentaje está sobre los 7,73% para el año 2010, con un ligero incremento del 7,30% del año 2009, que es el valor más bajo dentro del periodo ya que al año 2008 la profundización alcanzó 7,69%.

Este ligero declive para el año 2009 es debido a las restricciones que los bancos implementaron para la colocación de los créditos ya que las regularizaciones de los organismos de control en relación a las tasas de interés implementaron un techo máximo, y los costos adheridos al crédito fueron eliminados lo que ocasionó que los bancos rediseñaran este producto para que les genere la rentabilidad deseada y se cubra el costo de la colocación.

A niveles más bajos de profundización la banca pública alcanzó el 1,45% dentro de la plaza, lo que muestra un crecimiento en este subsistema desde el año 2008 que cerró con 0,66% de este indicador.

**Gráfico No. 58:** Profundización financiera de colocaciones



**Fuente:** Superintendencia de Bancos. Reporte Gerencial por Subsistema  
**Elaboración:** Los autores

Las sociedades financieras lograron un 1,30% al año 2010, seguido por las cooperativas que alcanzaron un 0,60% para el mismo año. Mientras que las mutualistas son las que menor grado de profundización lograron con el 0,19% de profundización para la plaza. Con esto evidenciamos que en la ciudad de Quito los bancos privados han logrado un notable aumento de cuota de mercado manteniéndose para los tres años analizados.

## 2.4 Productos y servicios financieros. Tipos y costos

Dentro del sistema financiero existe una gama de productos y servicios regulados por la Junta Bancaria, (Junta Bancaria del Ecuador, Resolución N° JB-2010-1725) mismos que son de aplicación general en las Instituciones Financieras, quienes con el fin de cumplir con su giro de negocio y al mantener básicamente los mismos productos y servicios existentes en el mercado, deben ofrecer un servicio diferenciador que les permitan posicionarse de mejor manera ante los clientes.

Uno de los mayores elementos diferenciadores puede ser la calidad al ofrecer estos, así como un servicio personalizado que le permita al cliente sentir que su necesidad ha sido satisfecha.

La cartera de productos que se ofrece por parte de las diferentes instituciones del sistema financiero es la misma aunque cada entidad puede ofrecer productos financieros diferenciados previamente autorizados por la SBS.

A continuación se detalla los productos y servicios con sus respectivos costos, debidamente autorizados por la Junta Bancaria al 2010.

**Cuadro No. 10:** Productos y Servicios financieros tarifados

No	SERVICIO EN DÓLARES	VALOR USD AUTORIZADO
1	Cheque certificado	2,00
2	Cheque de gerencia	2,50
3	Cheque devuelto nacional	2,79
4	Corte de estado de cuenta	1,83
5	Costo de reposición libreta/cartola/estado de cuenta por pérdida, robo o deterioro	1,00
6	Costo por un cheque	0,30
7	Entrega de estado de cuenta a domicilio	1,66
8	Entrega de estado de cuenta en oficina	0,30
9	Impresión Consulta por cajero automático	0,35
10	Referencias bancarias	2,65
11	Retiro cajero automático clientes de la propia entidad en cajero de otra entidad	0,50
12	Retiro cajero automático clientes de otra entidad en cajero de la entidad	0,50
13	Cheque devuelto del exterior	3,24
14	Tarjeta de crédito y tarjeta de pago, consumo en gasolineras	0,26
15	Tarjeta de crédito, copia de estado de cuenta	0,50
16	Tarjeta de crédito y tarjeta de pago, copia de voucher/vale del exterior	10,00
17	Tarjeta de crédito y tarjeta de pago, copia de voucher/vale local	2,00
18	Tarjeta de débito, emisión	5,15
19	Tarjeta de débito, reposición	4,94
20	Tarjeta de débito, renovación	1,85
21	Transferencias al exterior en oficina	55,49
22	Transferencias interbancarias enviadas, internet	0,50
23	Transferencias interbancarias spi enviadas oficina	2,15
24	Transferencias interbancarias spi recibidas	0,30
25	Transferencias nacionales otras entidades oficina	2,00
26	Transferencias recibidas desde el exterior	10,00
27	Cheque consideración cámara de compensación	3,00
28	Oposición al pago de cheques	3,00
29	Abstención de pago de cheques	3,00
30	Revocatoria de cheques	3,00
31	Transferencias SCI enviadas, oficina	1,93
32	Transferencias SCI enviadas, Internet	0,28
33	Transferencias SCI recibidas	0,30
34	Tarjeta de crédito, afiliación	-
35	Tarjeta de crédito, renovación	-

**Fuente:** Tomado de la Resolución de la Junta Bancaria del Ecuador JB-2010-1723

Los servicios financieros que no tienen costo estipulados bajo la misma resolución de la Junta Bancaria, se detallan a continuación.

**Cuadro No. 11: Servicios Financieros no tarifados**

SERVICIOS FINANCIEROS SIN COSTOS	
Apertura de cuentas	Cuenta de ahorros Cuenta corriente Cuenta de integración de capital Depósitos a plazos Inversiones Información crediticia básica
Depósitos a cuentas	Cuenta de ahorros Cuenta corriente Depósitos a plazos Inversiones
Administración, mantenimiento, mantención y manejo de cuentas	Cuenta de ahorros Cuenta corriente Depósitos a plazos Inversiones
Consulta de cuentas	Consulta, Oficina Consulta visual, Cajero automático Consulta, Internet Consulta, Banca Telefónica Consulta, Banca Celular
Retiros de dinero	Retiro de dinero por ventanilla de la propia entidad Retiro de dinero por cajero automático clientes propia entidad Retiro de dinero por corresponsales bancarios de la propia entidad
Transferencia dentro de la misma entidad	Transferencias, medios físicos (ventanilla) Transferencias, medios electrónicos (cajero automático, internet, teléfono, celular y otros)
Cancelación o cierre de cuentas	Cuenta de ahorros Cuenta corriente
Activación de cuentas	Activación de Cuenta de ahorros Activación de Cuenta corriente Activación de Tarjeta de Crédito Activación de Tarjeta de Débito y/o Pago
Mantenimiento de Tarjeta de Crédito	Mantenimiento de Tarjeta de Crédito Mantenimiento pago mínimo de Tarjeta de Crédito Mantenimiento pago total de Tarjeta de Crédito
Pagos a Tarjetas de Crédito	Pagos a Tarjetas de Crédito Pagos a Tarjetas de Crédito, por los diferentes canales
Bloqueo, anulación o cancelación	Bloqueo, anulación o cancelación de Tarjeta de Débito y/o Pago Bloqueo, anulación o cancelación de Tarjeta de Crédito
Emisión de Tabla de Amortización	Emisión de Tabla de Amortización, primera impresión
Transacciones fallidas en cajeros automáticos	Transacciones fallidas en cajeros automáticos, todos los casos
Reclamos de clientes	Reclamos justificados Reclamos injustificados
Frecuencia de transacciones	Cuenta de ahorros Cuenta corriente Tarjeta de crédito
Reposición libreta/ cartola/ estado de cuenta por actualización	Reposición libreta/ cartola/ estado de cuenta por actualización

**Fuente:** Tomado de la Resolución de la Junta Bancaria del Ecuador JB-2010-1723

De acuerdo a la Ley de Transparencia, es obligación de cada una de las Instituciones Financieras colocar en su página web y en lugares visibles dentro de sus dependencias los tarifarios de productos y servicios con la finalidad que los clientes estén al tanto de los mismos.

### **2.4.1 Por Institución Financiera**

Las Instituciones del Sistema Financiero podrán efectuar cobros por la prestación de los servicios financieros, en el cuadro siguiente se detalla las tasas de interés de las diferentes operaciones de crédito por cada Entidad Financiera.

En el cuadro No. 13 detallamos las diferentes tasas de interés que existieron al cierre del año 2010, por lo que se define a que corresponde cada clase de créditos, es decir a los créditos que se conocían como comerciales ahora son definidos como productivos

(1) Operaciones de crédito otorgadas a empresas que sus ventas anuales sean iguales o superiores al nivel que conste en el Instructivo de Tasas de Interés(ver anexo), dependiendo del sector económico al que pertenecen. Las instituciones que ofrecen este crédito son los bancos privados y la sociedades financieras

(2) Operaciones de crédito dirigidas a pequeñas y medianas empresas cuyas ventas anuales sean iguales o superiores a USD 100.000 e inferiores a los niveles de ventas anuales mínimos del segmento comercial corporativo.

(3) Operaciones de crédito directo superiores a USD 600, otorgadas a personas naturales asalariadas, rentistas o trabajadores profesionales en libre ejercicio, para adquirir bienes de consumo o pago de servicios.

(4) Operaciones de crédito directo otorgadas a personas naturales asalariadas, rentistas o trabajadores profesionales en libre ejercicio, para adquirir bienes de consumo o pago de servicios, cuyo monto por operación y saldo adeudado a la institución financiera en crédito de consumo, sin incluir lo correspondiente a tarjetas de crédito no supere los USD 600.

(5) Operaciones de crédito superiores a USD 8.500, otorgadas a microempresarios y que registran un nivel de ventas anuales inferior a USD 100.000, a trabajadores por cuenta propia, o un grupo de prestatarios con garantía solidaria.

(6) Operaciones de crédito cuyo monto por operación y saldo adeudado en microcréditos a la institución financiera sea superior a USD 600 hasta USD 8.500, otorgadas a microempresarios que registran un nivel de ventas o ingresos anuales

inferior a USD 100.000, a trabajadores por cuenta propia, o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria.

(7) Operaciones de crédito cuyo monto por operación y saldo adeudado en microcréditos a la institución financiera sea menor o igual a USD 600, otorgadas a microempresarios que registran un nivel de ventas anual inferior a USD 100.000, a trabajadores por cuenta propia, o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria.

(8) Operaciones de crédito otorgadas a personas naturales para la adquisición, construcción reparación, remodelación y mejoramiento de vivienda propia.

**Cuadro No. 12: Tasas de interés por instituciones y por tipo de crédito.**

ENTIDAD	2010									
	Comercial (Productivo)			Vivienda	Consumo			Microcrédito		
	Corporativo	Empresarial	PYMES					acumulación	acumulación	Minorista
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	
<b>BANCOS</b>										
					TEA	TEA	TEA			
	TEA	TEA	TEA	TEA	Operaciones		Tarjetas de	TEA	TEA	TEA
					Total	Directas	Crédito			
AMAZONAS	0,00	10,17	11,75	0,00	16,08	16,08	16,30	0,00	0,00	0,00
AUSTRO	0,00	0,00	0,00	0,00	15,84	16,19	16,30	18,85	0,00	0,00
BOLIVARIANO	9,25	9,77	10,96	11,18	15,09	14,72	16,23	0,00	0,00	0,00
CAPITAL	0,00	10,21	11,83	0,00	16,28	16,28	0,00	19,97	23,56	0,00
CITIBANK	7,32	8,49	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
COFIEC	0,00	10,20	11,83	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
COMERCIAL DE MANABI	0,00	0,00	11,64	0,00	15,53	15,50	16,19	25,22	27,20	29,97
DELBANK	0,00	0,00	0,00	0,00	15,45	15,45	0,00	0,00	0,00	0,00
FINCA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	30,49
GUAYAQUIL	9,00	9,53	11,60	10,55	15,88	15,53	16,30	0,00	0,00	30,50
INTERNACIONAL	8,56	9,76	11,71	11,33	15,99	15,22	16,23	11,57	22,95	18,40
LITORAL	0,00	0,00	11,02	10,65	16,01	16,01	0,00	21,94	0,00	0,00
LLOYDS BANK	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
LOJA	0,00	10,21	11,83	11,33	16,17	16,14	16,30	19,79	19,10	19,30
MACHALA	9,25	10,12	11,56	0,00	14,76	15,62	15,93	24,97	27,16	29,68
PROMERICA	9,31	10,14	8,86	6,46	16,22	14,83	16,29	20,96	15,22	0,00
PACIFICO	8,07	9,53	11,43	11,18	16,13	16,04	16,28	24,90	26,55	30,37
PICHINCHA	0,00	0,00	11,82	11,31	15,05	16,15	0,00	25,44	27,47	30,13
PROCREDIT	9,32	9,62	11,44	11,32	16,11	16,11	16,30	21,01	25,08	16,29
PRODUBANCO	0,00	0,00	11,60	11,33	16,10	16,10	0,00	25,46	0,00	0,00
RUMIÑAHUI	0,00	0,00	11,65	9,88	15,88	15,85	16,28	25,50	0,00	0,00
SOLIDARIO	0,00	0,00	0,00	11,28	16,24	16,24	0,00	25,45	27,43	30,45
SUDAMERICANO	0,00	0,00	11,30	0,00	15,94	15,94	0,00	0,00	0,00	0,00
TERRITORIAL	0,00	0,00	0,00	0,00	16,30	16,30	16,30	0,00	0,00	0,00
UNIBANCO S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	16,20	16,20	16,20	0,00	27,40	30,40
<b>TOTAL BANCOS</b>	<b>8,82</b>	<b>9,67</b>	<b>11,39</b>	<b>10,57</b>	<b>16,01</b>	<b>15,88</b>	<b>16,26</b>	<b>24,03</b>	<b>25,87</b>	<b>29,05</b>
<b>COOPERATIVAS</b>										
11 DE JUNIO	0,00	0,00	0,00	0,00	14,84	14,84	0,00	0,00	25,20	26,13
23 DE JULIO	0,00	0,00	11,35	10,92	15,48	15,48	0,00	24,68	26,58	29,22
29 DE OCTUBRE	0,00	0,00	0,00	11,12	15,81	15,81	0,00	25,47	26,16	27,54
9 DE OCTUBRE	0,00	0,00	0,00	0,00	15,41	15,41	0,00	21,75	0,00	0,00
ALIANZA DEL VALLE	0,00	0,00	0,00	0,00	15,40	15,43	0,00	22,03	25,19	29,00

Cuadro No. 12: Continúa

ENTIDAD	TEA	TEA	TEA	Operaciones			Tarjetas de Crédito	TEA	TEA	TEA
				TEA	Total	Directas				
ANDALUCIA	0,00	0,00	0,00	11,19	16,08	16,08	0,00	23,50	25,84	24,97
ATUNTAQUI	0,00	0,00	0,00	11,25	15,99	16,08	0,00	23,54	23,40	23,89
BIBLIAN	0,00	0,00	0,00	0,00	15,82	15,82	0,00	20,75	20,75	24,35
CACPELOJA	0,00	0,00	0,00	0,00	16,24	16,24	0,00	0,00	0,00	0,00
CACPECO	0,00	0,00	0,00	0,00	15,27	15,27	0,00	16,80	18,38	19,92
CALCETA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	27,37	30,25
CAMARA DE COMERCIO DE QUITO	0,00	0,00	0,00	11,30	16,19	16,28	0,00	0,00	25,45	25,83
CHONE	0,00	0,00	0,00	0,00	15,96	15,96	0,00	24,51	25,95	29,34
CODESARROLLO	0,00	0,00	0,00	0,00	15,04	15,04	0,00	18,32	18,52	14,97
COMERCIO	0,00	0,00	0,00	0,00	16,28	16,28	0,00	0,00	23,99	24,75
COOPAD	0,00	0,00	0,00	0,00	16,03	16,03	0,00	25,32	27,16	30,44
COOPROGRESO	0,00	0,00	0,00	10,89	16,10	16,24	0,00	23,14	24,94	26,30
COTOCOLLAO	0,00	0,00	0,00	0,00	16,15	16,15	0,00	0,00	27,29	30,08
EL SAGRARIO	0,00	0,00	11,35	10,97	16,12	16,12	0,00	21,45	24,05	26,22
GUARANDA	0,00	0,00	0,00	0,00	15,37	15,37	0,00	0,00	22,38	20,51
JARDIN AZUAYO	0,00	0,00	0,00	0,00	15,16	15,16	0,00	15,07	15,34	15,22
JUVENTUD ECUATORIANA PROGRESISTA	0,00	0,00	0,00	11,02	16,26	16,30	0,00	16,65	18,38	18,37
LA DOLOROSA	0,00	0,00	0,00	0,00	15,89	15,89	0,00	0,00	0,00	30,47
MEGO	0,00	0,00	11,83	11,33	15,88	15,88	0,00	21,82	21,82	23,03
NACIONAL	0,00	0,00	0,00	0,00	16,20	16,20	0,00	24,74	26,30	26,64
OSCUS	0,00	0,00	11,79	0,00	16,04	16,04	0,00	22,64	25,29	25,85
PABLO MUÑOZ VEGA	0,00	0,00	0,00	0,00	16,12	16,12	0,00	22,53	22,73	23,67
PADRE JULIAN LORENTE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	20,99	21,82	0,00
PASTAZA	0,00	0,00	0,00	11,08	16,00	16,00	0,00	0,00	23,23	28,32
QUINCE DE ABRIL	0,00	0,00	11,23	10,55	14,47	15,68	0,00	22,27	22,42	21,78
RIOBAMBA	0,00	0,00	11,80	10,99	14,65	14,71	0,00	19,85	22,24	22,53
SAN FRANCISCO	0,00	0,00	11,70	11,33	15,85	15,85	0,00	19,83	25,75	26,02
SAN FRANCISCO DE ASIS	0,00	0,00	0,00	0,00	15,89	15,89	0,00	25,08	26,92	29,87
SAN JOSE	0,00	0,00	0,00	0,00	13,57	13,57	0,00	19,41	19,41	18,63
SANTA ANA	0,00	0,00	0,00	0,00	15,00	15,00	0,00	23,27	24,76	25,57
SANTA ROSA	0,00	0,00	11,63	0,00	16,15	16,15	0,00	0,00	23,29	23,49
TULCAN	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL COOPERATIVAS</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>11,39</b>	<b>11,06</b>	<b>15,76</b>	<b>15,79</b>	<b>0,00</b>	<b>20,89</b>	<b>23,15</b>	<b>24,21</b>
<b>MUTUALISTAS</b>										
AMBATO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AZUAY	0,00	0,00	0,00	11,33	15,87	15,69	16,30	16,99	0,00	0,00
IMBABURA	0,00	0,00	0,00	10,50	15,25	15,25	0,00	0,00	0,00	0,00
MUT. PICHINCHA	0,00	10,21	10,97	11,26	15,42	15,34	16,30	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL MUTUALISTAS</b>	<b>0,00</b>	<b>10,21</b>	<b>10,97</b>	<b>11,20</b>	<b>15,46</b>	<b>15,37</b>	<b>16,30</b>	<b>16,99</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>SOCIEDADES FINANCIERAS</b>										
CONSULCREDITO	0,00	0,00	0,00	0,00	15,14	15,14	0,00	0,00	0,00	0,00
DINERS CLUB	0,00	0,00	11,76	0,00	16,13	12,60	16,13	0,00	0,00	0,00
FIDASA	0,00	0,00	0,00	0,00	16,30	16,30	0,00	0,00	0,00	0,00
FIRESA	0,00	0,00	0,00	0,00	16,30	16,30	0,00	0,00	0,00	0,00
GLOBAL	0,00	0,00	0,00	0,00	13,47	13,47	0,00	0,00	0,00	0,00
INTERAMERICANA	0,00	0,00	11,82	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
LEASING CORP	0,00	0,00	0,00	0,00	16,30	16,30	0,00	25,50	0,00	0,00
PROINCO	0,00	0,00	0,00	0,00	15,57	15,57	0,00	0,00	0,00	0,00
UNIFINSA	9,30	0,00	11,42	0,00	16,00	16,00	0,00	18,59	18,59	0,00
VAZCORP	0,00	0,00	0,00	0,00	16,08	16,08	0,00	19,30	25,29	29,73
<b>TOTAL SOCIEDADES FINANCIERAS</b>	<b>9,30</b>	<b>0,00</b>	<b>11,74</b>	<b>0,00</b>	<b>16,07</b>	<b>15,78</b>	<b>16,13</b>	<b>18,99</b>	<b>23,22</b>	<b>29,73</b>

Elaboración: Tomado del boletín semanal de tasas de interés del BCE, al 30 de Diciembre del 2010.

Las tasas de interés que se encuentran pagando las diferentes Instituciones del Sistema Financiero por cada tipo de depósito, se detallan a continuación:

- (1) Este tipo de captaciones no tienen un plazo definido por lo que no es posible determinar la TEA.

**Cuadro No. 13: Tasas de interés por captaciones. Año 2010.**

ENTIDAD	2010				
	Depósitos a plazo	Depósitos a ahorro	Depósitos Monetarios	Tarjetahabientes	Operaciones de reporte
	TEA	Tasa Nominal (1)	Tasa Nominal (1)	Tasa Nominal (1)	Tasa Nominal (1)
<b>BANCOS</b>					
AMAZONAS	4,49	2,37	0,77	0,00	0,00
AUSTRO	4,58	3,00	0,75	0,00	0,00
BOLIVARIANO	3,69	1,43	1,64	0,00	0,00
CAPITAL	6,12	1,50	0,00	0,00	0,00
CITIBANK	0,00	0,00	0,04	0,00	0,24
COFIEC	4,50	1,21	0,24	0,00	0,00
COMERCIAL DE MANABI	0,00	2,00	2,50	0,00	0,00
DELBANK	4,19	2,70	0,00	0,00	0,00
FINCA	2,26	1,80	0,00	0,00	0,00
GUAYAQUIL	4,53	1,05	0,27	0,00	0,00
INTERNACIONAL	3,49	0,57	1,04	0,00	0,00
LITORAL	3,03	1,00	0,00	0,00	0,00
LLOYDS BANK	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
LOJA	4,02	1,07	0,00	0,00	0,00
MACHALA	4,27	1,57	3,00	0,00	0,00
PROMERICA	3,56	0,74	0,34	0,00	0,00
PACIFICO	3,90	1,59	0,00	0,00	0,00
PICHINCHA	4,64	1,25	0,08	0,00	0,00
PROCREDIT	3,95	0,51	0,03	0,00	0,00
PRODUBANCO	4,92	1,49	1,08	0,00	0,00
RUMIÑAHUI	4,34	1,09	6,02	0,00	0,00
SOLIDARIO	5,05	1,54	0,00	0,00	0,00
SUDAMERICANO	7,03	3,00	0,00	0,00	0,00
TERRITORIAL	8,51	3,13	0,00	0,00	0,00
UNIBANCO S.A.	5,64	1,50	0,99	0,00	0,00
<b>TOTAL BANCOS</b>	<b>4,22</b>	<b>1,36</b>	<b>0,78</b>	<b>0,00</b>	<b>0,24</b>
<b>COOPERATIVAS</b>					
11 DE JUNIO	7,39	1,76	0,00	0,00	0,00
23 DE JULIO	5,90	2,11	0,00	0,00	0,00
29 DE OCTUBRE	6,57	1,41	0,00	0,00	0,00
9 DE OCTUBRE	6,92	1,32	0,00	0,00	0,00
ALIANZA DEL VALLE	5,65	2,15	0,00	0,00	0,00
ANDALUCIA	6,80	1,28	0,00	0,00	0,00
ATUNTAQUI	6,69	2,16	0,00	0,00	0,00
BIBLIAN	7,77	1,99	0,00	0,00	0,00
CACPELOJA	7,88	1,07	0,00	0,00	0,00
CACPECO	6,00	1,87	0,00	0,00	0,00
CALCETA	8,52	1,56	0,00	0,00	0,00
CAMARA DE COMERCIO DE QUITO	6,69	0,25	0,00	0,00	0,00
CHONE	6,23	0,70	0,00	0,00	0,00
CODESARROLLO	7,54	2,71	0,00	0,00	0,00



**Cuadro No. 13: Continúa**

ENTIDAD	TEA	Tasa	Tasa	Tasa	Tasa
		Nominal (1)	Nominal (1)	Nominal (1)	Nominal (1)
COMERCIO	5,55	2,02	0,00	0,00	0,00
COOPAD	7,70	1,27	0,00	0,00	0,00
COOPROGRESO	6,16	1,27	0,00	0,00	0,00
COTOCOLLAO	6,30	1,77	0,00	0,00	0,00
EL SAGRARIO	6,04	1,77	0,00	0,00	0,00
GUARANDA	8,82	1,24	0,00	0,00	0,00
JARDIN AZUAYO	6,52	4,00	0,00	0,00	0,00
JUVENTUD ECUATORIANA PROGRESISTA	6,90	3,50	0,00	0,00	0,00
LA DOLOROSA	4,02	0,70	0,00	0,00	0,00
MEGO	7,15	2,11	0,00	0,00	0,00
NACIONAL	3,92	0,99	0,00	0,00	0,00
OSCUS	6,54	1,99	0,00	0,00	0,00
PABLO MUÑOZ VEGA	7,08	1,30	0,00	0,00	0,00
PADRE JULIAN LORENTE	6,62	1,50	0,00	0,00	0,00
PASTAZA	8,00	0,49	0,00	0,00	0,00
QUINCE DE ABRIL	5,28	2,75	0,00	0,00	0,00
RIOBAMBA	6,41	3,84	0,00	0,00	0,00
SAN FRANCISCO	7,30	3,00	0,00	0,00	0,00
SAN FRANCISCO DE ASIS	7,67	2,13	0,00	0,00	0,00
SAN JOSE	9,42	3,00	0,00	0,00	0,00
SANTA ANA	7,31	2,14	0,00	0,00	0,00
SANTA ROSA	6,99	2,17	0,00	0,00	0,00
TULCAN	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL COOPERATIVAS</b>	<b>6,72</b>	<b>2,17</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>MUTUALISTAS</b>					
AMBATO	6,21	1,50	0,00	0,00	0,00
AZUAY	5,56	0,00	0,00	0,00	0,00
IMBABURA	7,70	1,29	0,00	0,00	0,00
MUT.PICHINCHA	5,11	1,17	0,00	1,00	0,00
<b>TOTAL MUTUALISTAS</b>	<b>5,28</b>	<b>1,18</b>	<b>0,00</b>	<b>1,00</b>	<b>0,00</b>
<b>SOCIEDADES FINANCIERAS</b>					
CONSULCREDITO	4,31	0,00	0,00	0,00	0,00
DINERS CLUB	5,27	0,00	0,00	1,53	0,00
FIDASA	6,32	0,00	0,00	0,00	0,00
FIRESA	4,58	0,00	0,00	0,00	0,00
GLOBAL	7,02	0,00	0,00	0,00	0,00
INTERAMERICANA	1,19	0,00	0,00	0,00	0,00
LEASING CORP	6,40	0,00	0,00	0,00	0,00
PROINCO	7,44	0,00	0,00	0,00	0,00
UNIFINSA	6,71	0,00	0,00	0,00	1,00
VAZCORP	5,98	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL SOCIEDADES FINANCIERAS</b>	<b>5,56</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1,53</b>	<b>1,00</b>

Elaboración: Tomado del boletín semanal de tasas de interés del BCE, al 30 de Diciembre del 2010.

#### 2.4.2 Por Subsistema

Al considerar los costos de los servicios financieros por subsistemas, es necesario recordar que los mismos están regidos por el Banco Central.

En el cuadro siguiente se puede observar la variación de tasas en cuanto a los cuatro tipos de crédito. Es importante observar que el crédito de vivienda es el que mantiene una tasa más baja en los cuatro subsistemas, no así el microcrédito que se ubica con los costos más altos.

**Cuadro No. 14:** Tasas de interés por subsistema y por tipo de crédito. Año 2010.

	COMERCIAL (PRODUCTIVO)			CONSUMO			MICROCRÉDITO		
	CORPORATIVO	EMPRESARIAL	PYMES	VIVIENDA	OPERACIONES DIRECTAS	TARJETAS CREDITO	ACUM. AMPLIADA	ACUM. SIMPLE	MINORISTA
<b>BANCOS</b>	8.82	9.67	11.39	10.57	15.88	16.26	24.03	25.87	29.05
<b>COOPERATIVAS</b>	0.00	0.00	11.39	11.06	15.79	0.00	20.89	23.15	24.21
<b>MUTUALISTAS</b>	0.00	10.21	10.97	11.2	15.37	16.3	16.99	0.00	0.00
<b>SOCIEDADES FINANCIERAS</b>	9.3	0.00	11.74	0.00	15.78	16.13	18.99	23.22	29.73

**Elaboración:** Tomado del boletín semanal de tasas de interés del BCE, al 30 de Diciembre del 2010.

En relación a las tasas que reconocen las diferentes entidades financieras por los depósitos que mantienen sus clientes en éstas, el subsistema que se ubica con las tasas más altas es el cooperativo y como se pudo observar en el análisis de depósitos por plaza y subsistema, esto les favorece sobremanera para presentar un nivel más alto de captaciones.

Es importante considerar también, que además de las tasas y costos favorables que pueda presentar cada institución financiera, el servicio personalizado y eficiente que se pueda otorgar a cada cliente es lo que hace que la Institución cree el sentido de fidelidad y pueda mantenerse en la mente de los consumidores.

**Cuadro No. 15:** Tasas de interés por subsistema y por captaciones. Año 2010.

	Depósitos a plazo	Depósitos a ahorro	Depósitos Monetarios	Tarjetahabientes	Operaciones de reporto
<b>BANCOS</b>	4.22	1.36	0.78	0.00	0.24
<b>COOPERATIVAS</b>	6.72	2.17	0.00	0.00	0.00
<b>MUTUALISTAS</b>	5.28	1.18	0.00	1.00	0.00
<b>SOCIEDADES FINANCIERAS</b>	5.56	0.00	0.00	1.53	1.00

**Elaboración:** Tomado del boletín semanal de tasas de interés del BCE, al 30 de Diciembre del 2010.

## **CAPÍTULO III: ACCESO Y PREFERENCIA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS. UNA PERSPECTIVA DESDE LA DEMANDA**

### **Introducción.**

El propósito del presente estudio es determinar la preferencia y acceso a los productos financieros que tienen los clientes del sistema financiero ecuatoriano. En el presente apartado se pretende dar a conocer el punto de vista de la demanda de los productos y servicios en las entidades bancarias; es decir, cual es el producto o servicio que más preferencia tiene. También explica cómo ha sido la aceptación del servicio al cliente en la institución y como es la comunicación entre la entidad y sus clientes.

El estudio se ubica en las instituciones financieras reguladas, esto es debido a que en la muestra obtenida se asignó a clientes de estas entidades. No se obtuvo la información pertinente de clientes que pertenezcan al sistema financiero no regulado.

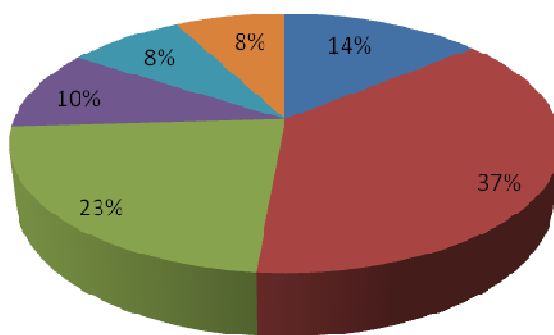
La medición de las variables que influyen en la demanda de los productos financieros se la realizó mediante una encuesta directa a los clientes de las entidades financieras, en ella se incluyó puntos sobre preferencia de productos y servicios financieros, que factores son importantes para ser cliente de determinada institución, como el cliente valora el servicio que recibe por parte de la entidad, así como, cuáles son las mejoras que desea recibir por la institución financiera. El grupo enfoque de las encuestas es el conformado por los clientes del Banco Guayaquil y del Banco Universal Unibanco de la plaza Quito, es decir clientes pertenecientes a la banca regulada por la Superintendencia de Bancos. El total de encuestas aplicadas es de 220, distribuidas en: 190 encuestas a clientes del Banco Guayaquil y 30

encuestas a clientes del Unibanco. La diferencia en el volumen de encuestas es por el tamaño que existe entre estas dos entidades, ya que Banco de Guayaquil es uno de los bancos grandes del sistema financiero, mientras que el Unibanco es considerado como un banco mediano.

Dentro del universo encuestado determinamos que: el grupo de edad comprendido entre los 20 a 29 años tienen mayor acceso a la banca y representa el 37% del total, seguido por el grupo de 30 a 39 años que representa el 23% del total. Lo que demuestra que son los jóvenes y jóvenes adultos quienes han acudido a las entidades del sistema financiero para acceder a algún producto o servicio. Esto es debido a que estos dos grupos son los que se encuentran dentro del grupo laboral activo y formal.

**Gráfico No. 59:** Rangos de edad del universo encuestado

■ 15 a 19 años      ■ 20 a 29 años      ■ 30 a 39 años  
■ 40 a 49 años      ■ 50 a 59 años      ■ 60 años en adelante



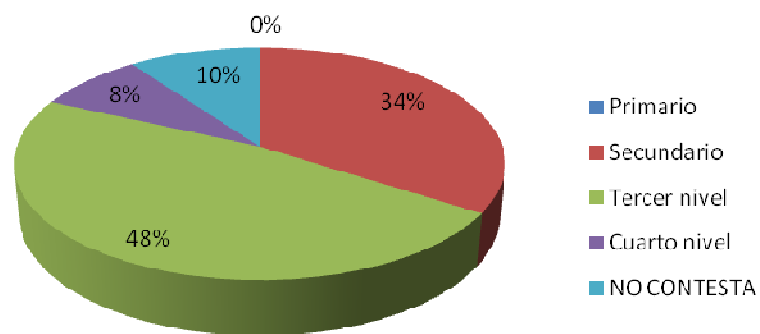
**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Los autores

El grado de instrucción de los clientes encuestados es de Tercer Nivel que representa el 48% del total de la muestra y del nivel secundario que representa el 34% del total. Esto en contraste con lo mencionado dentro del grupo de edad, refleja que son los jóvenes los que están cursando alguna carrera universitaria o ya poseen un título de tercer nivel, así como los adultos jóvenes quienes ya se encuentra aplicando su carrera profesional. En esencia es la población joven quien ha optado por creer más en el sistema financiero, ya que los segmentos de personas que sobrepasan los 40 años de edad vivieron la experiencia del mal funcionamiento y

administración de la banca Ecuatoriana en años anteriores, esta restauración de la confianza de las entidades ha permitido que los grupos más jóvenes encuentren mayores nexos en el mercado que les son atractivos para sus planes de desarrollo y emprendimiento.

**Gráfico No. 60:** Nivel de instrucción del universo encuestado

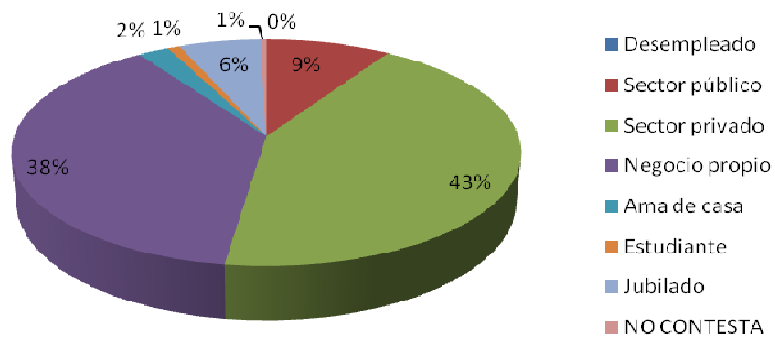


**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Los autores

Con lo expuesto anteriormente se relaciona la situación laboral, ya que el 43% de los encuestados son empleados del sector privado y el 38% son emprendedores en algún tipo de negocio propio. Esto tiene relación ya que las empresas canalizan el pago a sus empleados por la banca privada, y las personas administradoras de sus propios negocios utilizan los productos y servicios financieros para el desarrollo de sus actividades laborales.

**Gráfico No. 61:** Nivel de instrucción del universo encuestado



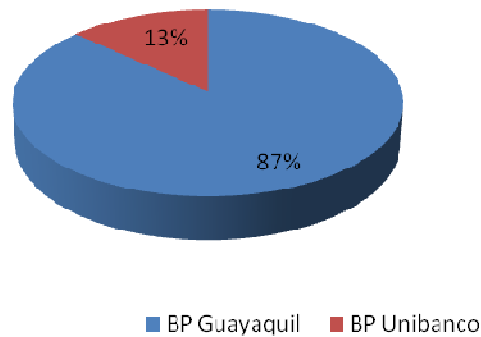
**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Los autores

El diseño de la encuesta permitió obtener no solo información de los bancos asignados al estudio, ya que la mayoría de los clientes de las instituciones financieras demandan productos y servicios financieros de dos o más entidades, por lo que se hace mención también a la segunda opción que el cliente indicó, con el fin de determinar que necesidades cubrió el cliente tanto en una entidad como en otra.

Es por esta razón que del grupo encuestado un 100% pertenece a los bancos objeto del estudio y un 50% tiene otra entidad financiera como segunda opción.

**Gráfico No. 62:** Total distribución de encuestas

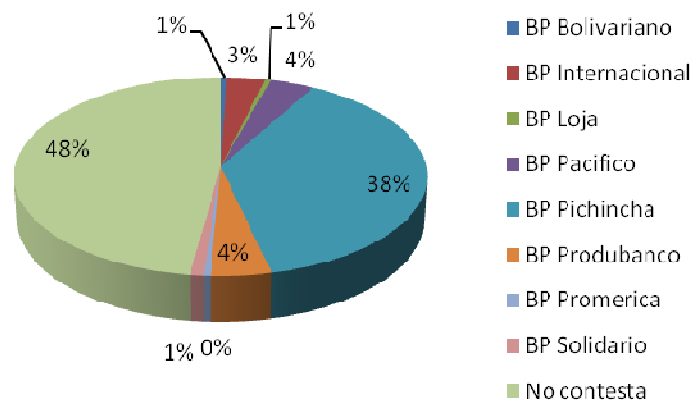


**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Los autores

De los clientes que mencionaron tener otro banco como segunda opción, el 38% son clientes del Banco Pichincha, el 4% del Banco Produbanco y del Banco Pacífico, y 48% no contestó su segunda opción de preferencia.

**Gráfico No. 63:** Bancos como segunda opción de preferencia en el universo encuestado



**Fuente:** Encuestas

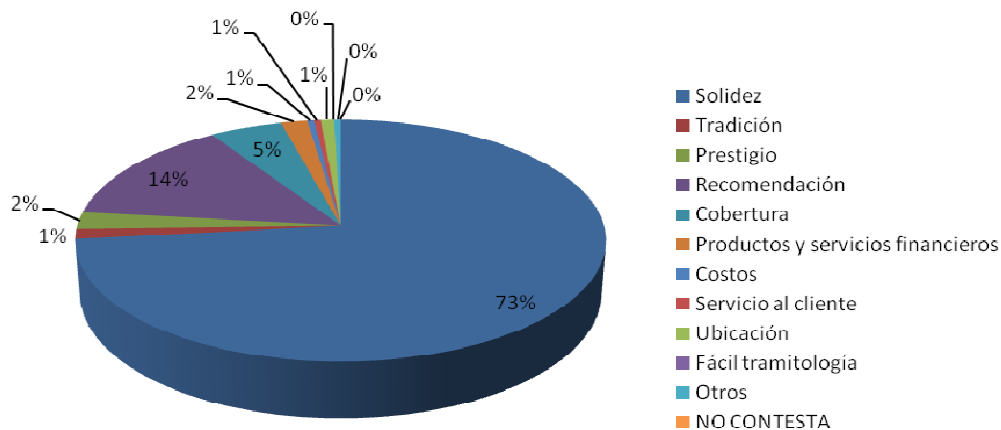
**Elaboración:** Los autores

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

La demanda de los productos y servicios financieros se ve relacionada con el costo y beneficio que los consumidores financieros obtienen al acceder a uno de ellos, pero adicional a estas dos variables existen varios factores que son importantes al momento de elegir la entidad bancaria, algunos de ellos podrían ser la solidez de la entidad, la ingeniería de los productos, los puntos de atención y comunicación, etc.

Es decir que los consumidores como potenciales clientes de largo plazo de una entidad analizan que la misma llene sus expectativas y proporcione la seguridad necesaria con el fin que haya una fidelización íntegra en el proceso. Los factores como la solidez, el prestigio y recomendación de una entidad son importantes para ello, esto contrasta con lo antes mencionado, puesto que al existir fidelidad a la entidad conlleva que el cliente de ésta recomiende la misma a sus conocidos, familiares o amigos.

**Gráfico No. 64:** Principales factores para ser cliente de una entidad financiera



Fuente: Encuestas

Elaboración: Los autores



El 73% de los clientes encuestados, eligió su entidad por la solidez que esta tiene, esto significa que le brindará una gran seguridad en las transacciones y en los productos a los que ha accedido. Un banco sólido es un banco confiable, y es más atractivo para que los consumidores creen una relación a largo plazo con el mismo, así los clientes se interesan más en los nuevos productos y servicios y dejan de ser clientes por productos tradicionales.

Como se mencionó anteriormente, si se creó un nexo de fidelidad entre la entidad y sus clientes, conlleva a que los últimos la recomienden con sus pares, mediante las encuestas se determinó que un 14% del universo encuestado llegó a ser cliente de la entidad financiera por recomendación.

En tercer lugar, los costos son un aspecto importante que los clientes analizan para acceder a los productos y servicios, esto es porque siempre se busca un beneficio a largo plazo. Se podría interpretar que este factor debería ser el principal determinante al momento de adquirir un producto o servicio financiero pero los resultados de las encuestas reflejan que tan solo el 14% de los clientes se guían por el costo.

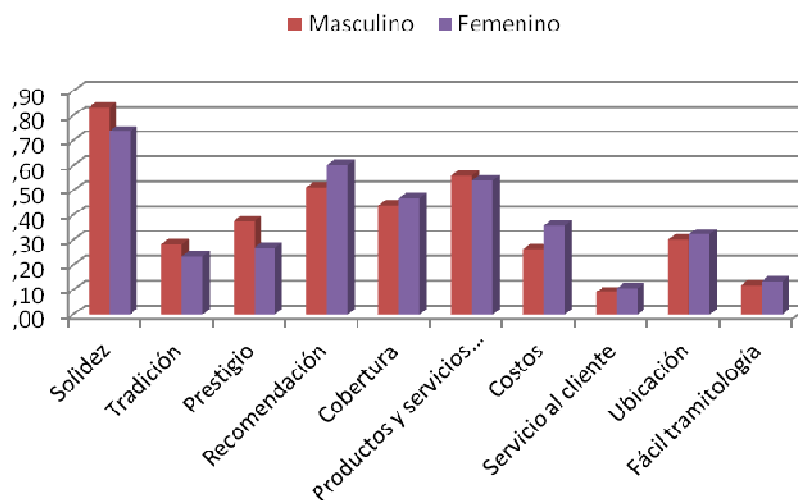
Como se analizó en el capítulo dos, en el Ecuador los costos de los productos y servicios financieros se encuentran regulados por la resolución de la Junta Bancaria que determina el techo máximo de los mismos, existen también los costos por servicios diferenciados que se manejan en todas las entidades financieras y son analizados y aprobados por la Superintendencia de Bancos, a este segundo grupo de costos, los clientes de la muestra encuestada hacen referencia al momento de elegir su entidad bancaria.

Los costos de transferencias bancarias, por emisión de un cheque, por entrega de estados de cuenta son ejemplos de costos regulados; los productos diferenciados son exclusivos de cada entidad por ejemplo, los costos de legalización de los documentos de crédito o reconocimientos de firmas.

De la muestra encuestada un promedio de 79 clientes consideran la solidez como el principal factor que influye en la elección de su entidad bancaria, 56 clientes se guían por recomendación, esto considerando que en conjunto con las dos opciones de bancos consultadas nos dan un resultado de 833 respuestas, con estos

antecedentes un promedio de 55 clientes considera importante el factor de productos y servicios financieros que ofrece la entidad.

**Gráfico No. 65:** Principales factores para ser cliente de una entidad financiera en promedio de clientes y por género en porcentajes



**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Los autores

Por género, los factores más influyentes para elegir una institución financiera son tradición, recomendación, productos y servicios financieros, prestigio y solidez entre los principales.

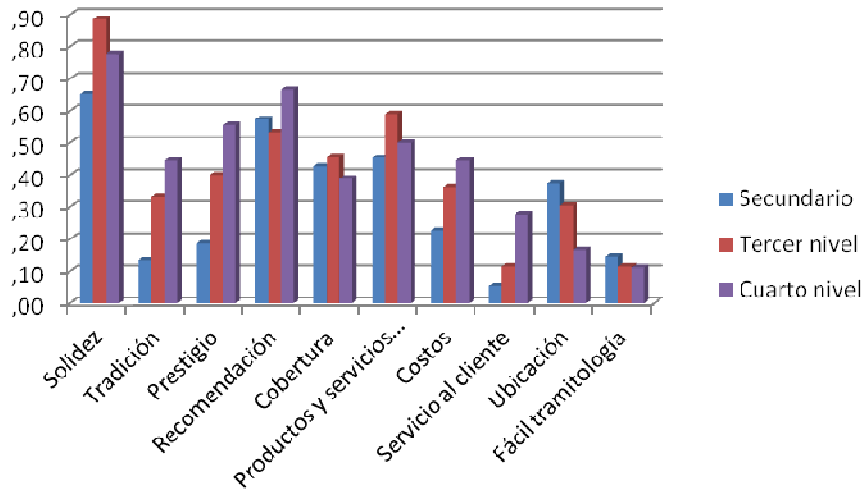
El principal determinante es la solidez que tiene la entidad bancaria, en promedio 83 hombres y 79 mujeres de la muestra encuestada indicaron que este factor es importante al momento de elegir la entidad bancaria. Un banco sólido indica que tiene un patrimonio bien administrado y el total de sus activos cubre por completo sus pasivos, razón por la cual brinda seguridad a sus clientes.

Para los hombres, en promedio 56 de ellos indicaron que un segundo determinante son los productos y servicios que la entidad bancaria le ofrece, y 51 dicen que un tercer factor es que algún familiar o amigo se los recomiende.

Para las mujeres encuestadas un promedio de 60 indican que son clientes de la entidad bancaria por recomendación y 54 consideran que los productos y servicios

financieros de la entidad son el tercer factor por el que se guían al momento de elegir la institución financiera para la que serán clientes.

**Gráfico No. 66:** Principales factores para ser cliente de una entidad financiera en promedio de clientes y por nivel de instrucción en porcentajes



**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Los autores

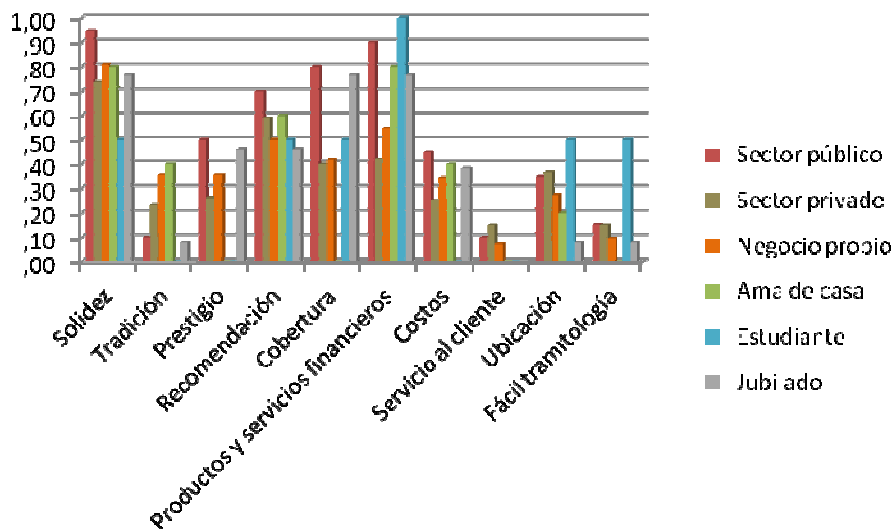
Por nivel de instrucción se determina que dentro del grupo de encuestados que tienen nivel secundario, tercer nivel y título de cuarto nivel consideran como factores importantes la solidez, recomendación y productos y servicios financieros al momento de escoger la entidad en la cual ser clientes. Los clientes que tienen hasta nivel de instrucción secundario también consideran importante la ubicación de la entidad y la cobertura ya que les brinda un mejor y fácil acceso cuando tienen que acercarse a la entidad, estos dos factores también son considerados por los clientes que tienen nivel de instrucción de tercer y cuarto nivel, adicional los clientes con instrucción de cuarto nivel consideran a los costos que existen en la entidad bancaria para ser clientes, factor considerado en menor proporción por los otros dos grupos.

Las personas con un nivel de instrucción mayor analizan mejor cada aspecto inherente que conlleva ser cliente de una entidad, es por eso que también se guían por la tradición, los bancos que tradicionalmente han existido en nuestro mercado son los de su preferencia; no es así para los clientes que tienen nivel de instrucción

secundaria, quienes no consideran muy importante ser cliente de un banco por tradición.

Ninguno de los tres grupos considera muy importante la tramitología en la entidad para ser clientes, esto debido a que las entidades otorgan mayores canales de acceso a sus productos y servicios.

**Gráfico No. 67:** Principales factores para ser cliente de una entidad financiera en promedio de clientes y situación laboral en porcentajes



Fuente: Encuestas

Elaboración: Los autores

Al asociar la situación laboral de los encuestados a los factores que influyen para la elección de una entidad bancaria obtenemos que: las personas que trabajan en el sector público toman en consideración los factores de productos y servicios, la cobertura que tiene la entidad bancaria y el prestigio de la institución. Para los clientes que pertenecen al sector privado su elección de entidad bancaria es por recomendación, esto se sustenta debido a que las empresas en las que trabajan tienen convenios de pago de sueldos por medio de cuentas de ahorro de las entidades bancarias con las que han contratado el servicio, otro factor que toman en cuenta los empleados privados son los productos y servicios financieros, ya que muchos de ellos ofrecen mayores beneficios, es decir, que al acceder a una cuenta de ahorro como ejemplo se puede acceder a una tarjeta de crédito, o a créditos en si

que la institución otorga. La ubicación de la entidad bancaria también interesa a los empleados del sector público ya que un primer canal de comunicación importante del cliente con la entidad es la visita física al banco, por lo que les es atractivo una entidad que se encuentre cerca a sus lugares de trabajo o domicilios.

Las personas que trabajan en sus negocios propios consideran importante los productos y servicios a los que pueden acceder al momento de ser clientes de una entidad bancaria, esto es debido a que buscan la institución que tengo el producto o servicio financiero que les sea más útil para desarrollar su negocio, otro factor importante es por recomendación, siempre al momento de emplear los servicios o productos de una entidad financiera las personas propietarias de sus negocios buscan la mejor opción averiguando en el medio que entidad les brindaría una mejor atención para su tipo de negocio, esto ya sea por acceder a una chequera con la que puedan pagar a sus proveedores o a los servicios on-line que ofrecen los chats management de los bancos con los cuales pueden realizar sus transacciones con mayor agilidad y rapidez.

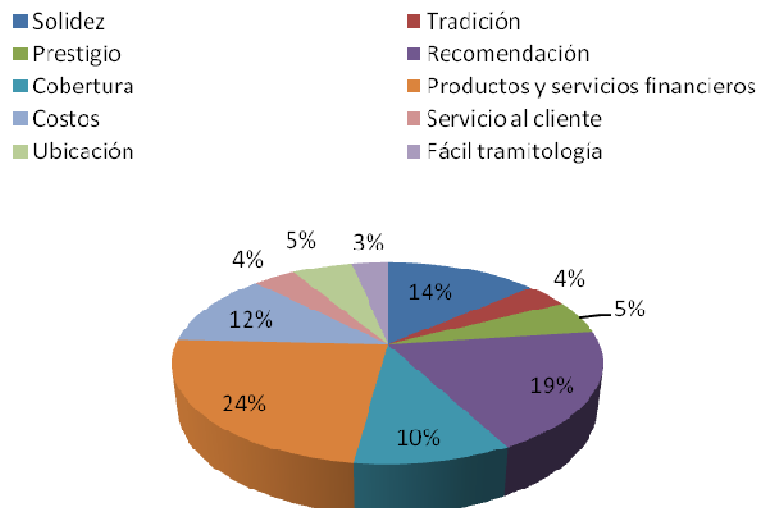
Para las amas de casa y los estudiantes su principal razón para ser clientes de una entidad financiera es por los productos y servicios. Los estudiantes siempre buscan productos innovadores acorde a la actualidad y los bancos han desarrollado estos productos últimamente por ejemplo los ahorros programados que permiten tener el disponible en efectivo al momento de la matrícula o también solicitan una tarjeta de crédito para financiar los estudios.

El análisis de estos factores lo realizamos como segundas y terceras razones que tienen los clientes al momento de determinar qué entidad financiera elegir, puesto que el principal factor para ser cliente de un banco es la solidez.

Como banco segunda opción de preferencia los principales factores que influyen para determinar la elección de la entidad bancaria son: productos y servicios financieros, recomendación, solidez y costos.

En la muestra encuestada de los clientes que indicaron que tenían segunda opción de banco de preferencia, el 24% escogió su banco por el tipo de productos y servicios que ofrece la entidad, el 19% lo eligió por recomendación y el 14% por solidez del banco, el 12% escogió su banco por los costos inherentes a los productos y servicios financieros.

**Gráfico No. 68:** Principales factores para ser cliente de una entidad financiera en promedio de clientes y situación laboral



Fuente: Encuestas  
Elaboración: Los autores

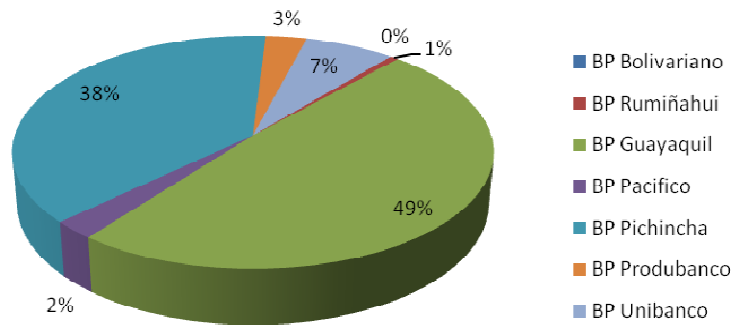
### 3.1.1 Estudio comparativo entre tipos de IFIS

El análisis comparativo entre entidades financieras se ubica dentro de las plazas de mercado en las que se abarca todo el sistema financiero local. En la plaza de Quito el estudio se enfocó principalmente en el Banco de Guayaquil y Unibanco, esto debido a la segmentación de las entidades para la aplicación de la encuestas entregadas por la coordinación del proyecto, por el tamaño de la muestra obtenida para ambos bancos, no podemos realizar una comparación entre estas dos entidades, ya que el volumen de encuestas tiene una gran diferencia, pues como ya se lo mencionó al comienzo de este capítulo el 87% de las encuestas corresponde a Banco de Guayaquil y el 13% de las encuestas restantes son del Unibanco.

La solidez es el principal factor que influye al momento de escoger la entidad financiera, es una importante razón ya que por medio de ella los clientes se sienten seguros con la institución. Del universo encuestado el 49% eligió al Banco de Guayaquil por este factor, el 38% escogió al Banco Pichincha. Esto en general se

refleja ya que la trayectoria de estos bancos les ha otorgado una gran solidez por su patrimonio y sus operaciones a nivel nacional respaldan la confianza que tienen sus clientes durante estos años.

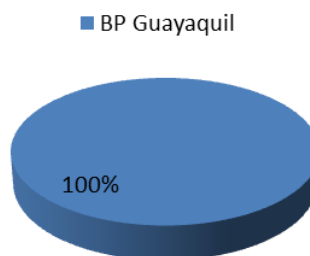
**Gráfico No. 69:** Solidez como determinante en la elección de la entidad financiera



**Fuente:** Encuestas  
**Elaboración:** Los autores

De la muestra encuestada, el 100 % eligió el Banco de Guayaquil por el prestigio, esto lo interpretamos debido a que es una entidad que tiene productos de categoría aceptada a nivel nacional, esto también se refleja porque una de las necesidades de los seres humanos es la de reconocimiento y el formar parte de un entidad reconocida alimenta esta necesidad.

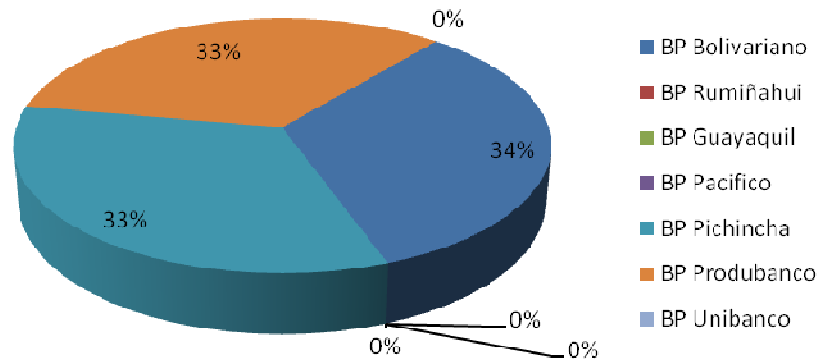
**Gráfico No. 70:** Prestigio como determinante en la elección de la entidad financiera



**Fuente:** Encuestas  
**Elaboración:** Los autores

La tradición es una de las determinantes para la elección de la entidad bancaria en el mercado financiero ecuatoriano, en promedio el 33% de los clientes eligen su banco por esta razón, esto se refleja en el banco Bolivariano, Produbanco y Pichincha.

**Gráfico No. 71:** Tradición como determinante en la elección de la entidad financiera



**Fuente:** Encuestas

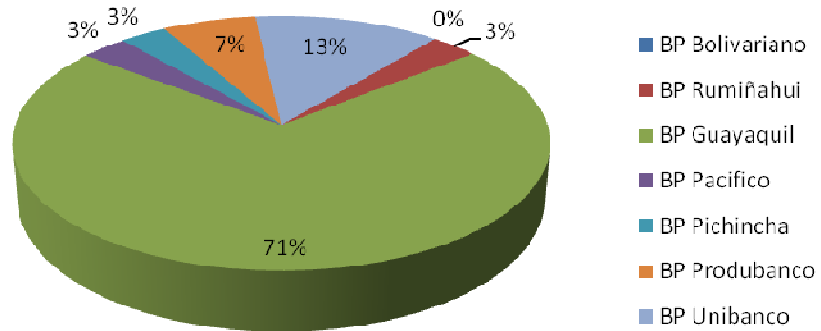
**Elaboración:** Los autores

Los clientes de las entidades bancarias de Quito eligen su entidad por que algún amigo o familiar les recomendó dicha entidad, este es un factor importante puesto que el recomendar la entidad significa que las expectativas del cliente se cubrieron en la totalidad demandada por el cliente y se generó un lazo de fidelidad entre él y la entidad. De la muestra encuestada el 71% de los clientes escogió el Banco de Guayaquil por este factor, un 13% escogió el Unibanco y un 7% al Banco Produbanco.

Los clientes también consideran acceder a un producto y servicio financiero por recomendación de su lugar de trabajo, puesto que muchas de las empresas ya tienen su banco específico con el cual manejan sus negocios y mantienen convenios de pagos de roles con estas entidades bancarias, por lo que determinan que sus empleados sean clientes de las mismas.



**Gráfico No. 72:** Recomendación como determinante en la elección de la entidad financiera

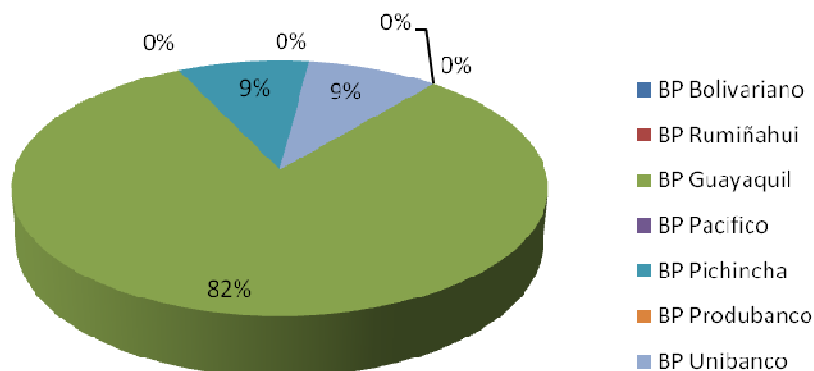


**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Los autores

Del porcentaje de clientes encuestados el 82% de ellos escogió a Banco de Guayaquil por la cobertura que les brinda a nivel local, el 9% eligió a Unibanco y Banco Pichincha, esto debido a la red de oficinas que atienden en toda la ciudad de Quito y con presencia en los centros comerciales que les entregan servicio los fines de semana. A nivel nacional estos 3 bancos cuentan con oficinas para la atención de sus clientes y facilitan su acceso mejorando así la cobertura para con sus clientes.

**Gráfico No. 73:** Cobertura como determinante en la elección de la entidad financiera



**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Los autores

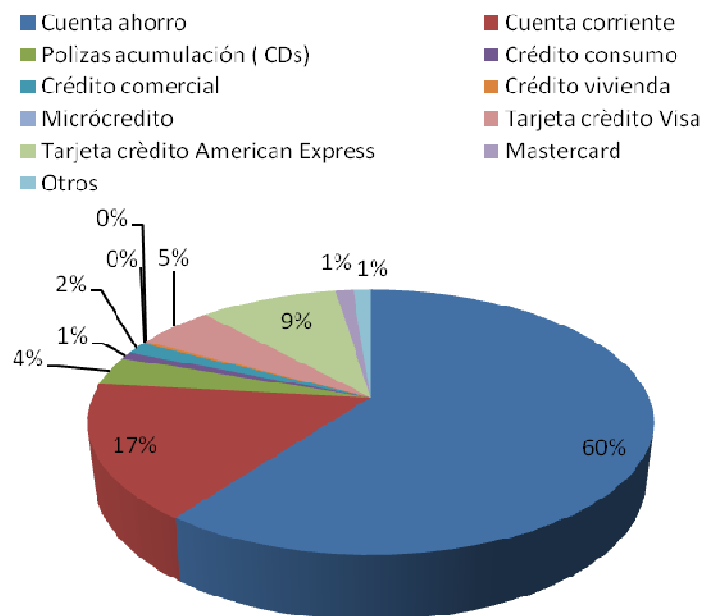
### 3.1.2 Estudio comparativo entre productos y servicios

Los productos y servicios que los clientes demanda de las entidades financieras se ven enfocados a cubrir necesidades de ahorro, inversión, financiamiento, transacciones de comercio y estatus o prestigio como es el caso de las tarjetas de crédito. Siempre los clientes de las entidades bancarias buscan obtener el mejor beneficio por la colocación de su dinero o accediendo a un financiamiento con mejores costos. Los bancos han realizado una reingeniería de los procesos y transacciones de los productos y servicios asociados entre sí, todo esto gracias a las nuevas tecnologías de la información y comunicación. Es decir, en la actualidad una cuenta de ahorro está adherida a una tarjeta de débito o compras, esto permite que los clientes manejen un canal de provisión que es los Atm's para acceder al efectivo, o que realicen compras en los establecimientos que se mantienen en línea debitando directamente de sus cuentas de ahorro los valores consumidos.

Esto no es un desarrollo de nuevos productos sino más bien una mejora en la gestión de los productos, puesto que los productos financieros son estables y de larga duración, razón por la cual no pueden sufrir una variación real. Estos productos son intangibles, basados en información y fáciles de copiar por los demás bancos, puesto que no son productos patentables. Por ejemplo Banco de Guayaquil maneja cuentas de ahorro, cuentas corrientes, transacciones interbancarias, otorga créditos igual que Banco Unibanco, Banco Pichincha o Produbanco, es por esto que utilizan la gestión de productos, que no es más que tratar de entender las necesidades de cada segmento del mercado, para adaptar los productos y servicios financieros a estas necesidades con beneficios para la entidad.

Por esta razón la demanda de los productos en el universo encuestado en la plaza de Quito indica que los productos y servicios básicos como cuentas de ahorro y tarjeta de débito son de mejor accesibilidad por los clientes de la entidad.

**Gráfico No. 74: Productos financieros**

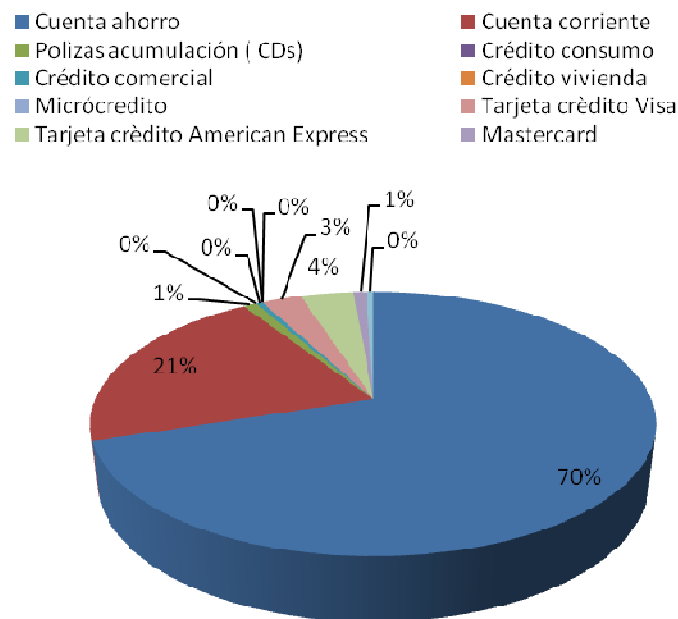


**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Los autores

En base a lo antes expuesto el 60% de los clientes posee una cuenta de ahorro, el 17% obtuvieron una cuenta corriente, el 9% es tarjetahabiente de American Express, el 4% mantiene una póliza de acumulación, el 5% mantiene una tarjeta de crédito Visa. Estos porcentajes corresponden al total de respuestas obtenidas en los dos bancos de preferencia, pero para el primer banco de preferencia el porcentaje de clientes que mantiene una cuenta de ahorro es de 70% y los que mantienen una cuenta corriente son el 21% y el 4% tiene una tarjeta de crédito American Express.

**Gráfico No. 75:** Productos financieros banco de preferencia uno

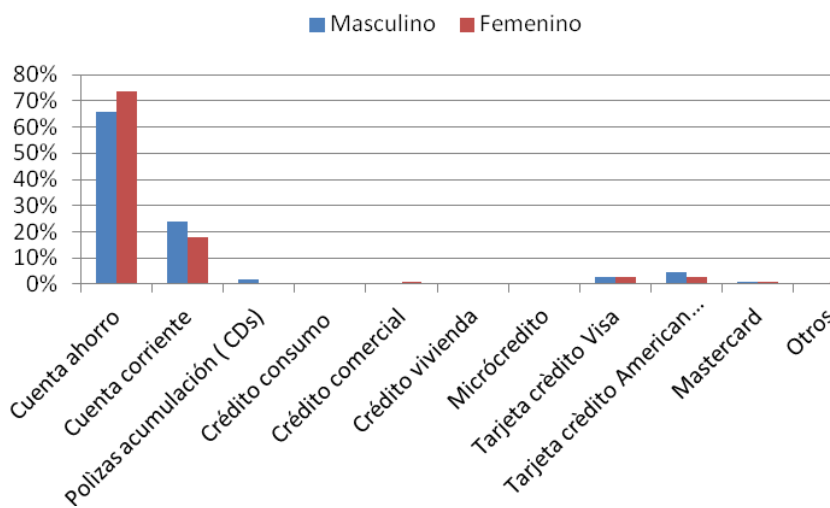


**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Los autores

Por estos productos interpretamos que los clientes encuestados manejan una política de ahorro, pues administran sus sueldos o ingresos en cuentas de ahorro, o manejan una cuenta corriente para la transacciones en negocios o pagos. También acceden a la tarjeta de crédito por el prestigio que esta les otorga. Estos son productos importantes para la economía de la demanda de productos de las entidades bancarias, pues otorgan una mejor administración de los fondos.

**Gráfico No. 76:** Productos financieros banco de preferencia uno, elección por género



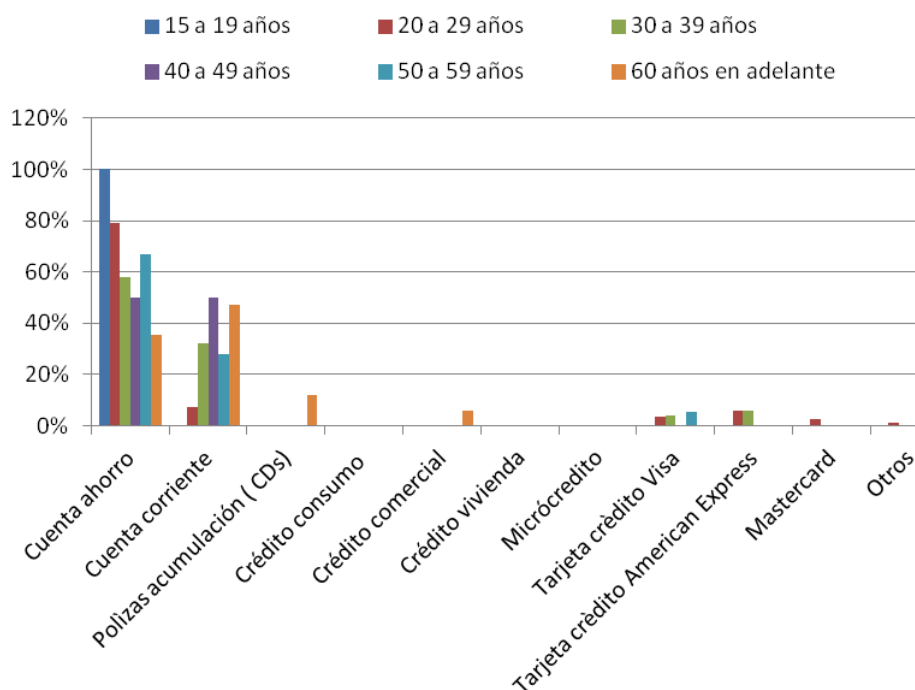
**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Los autores

De la muestra encuestada para la opción del banco uno el 74% de los clientes mujeres respondió que mantienen una cuenta de ahorro, el 18% mantiene una cuenta corriente. En cuanto a los hombres el 66% de los hombres tienen una cuenta de ahorros y el 24% tiene una cuenta corriente. El 5% de los hombres tiene una tarjeta de crédito American Express y en cambio solo el 3% de las mujeres tiene esta tarjeta de crédito. En tanto el 3% de mujeres y hombres tienen una tarjeta de crédito Visa.

Por grupos de edad, el 100% de los clientes entre 15 a 19 años tiene una cuenta de ahorro, esto es porque los clientes de esta edad reciben sus remesas de parte de sus padres para sus estudios ya sean secundarios o superiores, significa que su bancarización en el sistema financiero es mediante las cuentas de ahorro, ya que les permite acceder a su efectivo en cuanto lo deseen. En cambio solo el 79% de los clientes entre 20 a 29 años mantienen una cuenta de ahorro, el 7% tiene una cuenta corriente, y un 6% de los clientes de este grupo tiene una tarjeta de crédito American Express.

**Gráfico No. 77:** Productos financieros banco de preferencia uno, elección por edad



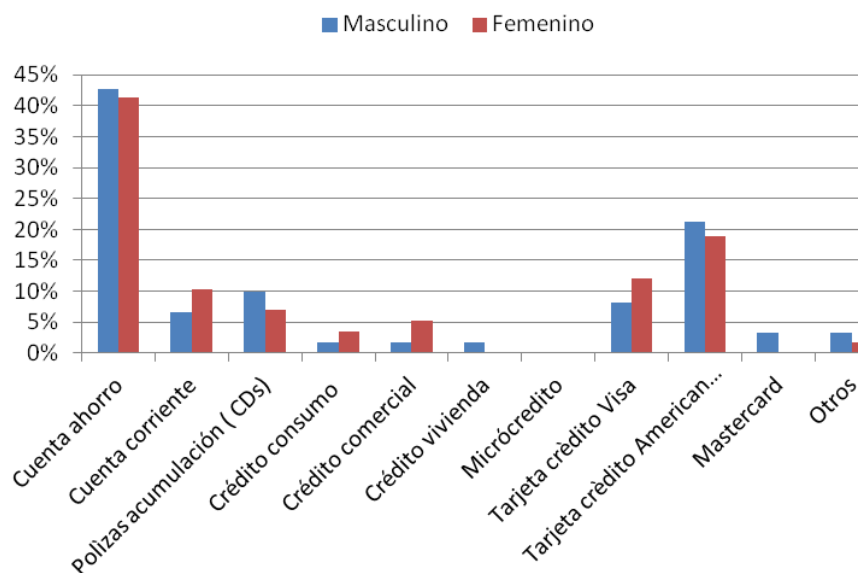
**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Los autores

En el banco de preferencia dos, el 43% de los clientes hombres y el 41% de mujeres eligieron una cuenta de ahorro respectivamente. El 21% de los hombres tiene una tarjeta American Express, así como el 19% de las mujeres. El 10% de hombres contrató una póliza de acumulación y el 12% de mujeres adquirió una tarjeta de crédito Visa.

En cuanto a las cuentas corrientes el 10% de las mujeres encuestadas y el 7% de hombres tiene una en la entidad bancaria, en las pólizas de acumulación ocurre en sentido contrario el 10% de los hombres y el 7% de las mujeres contrataron una.

**Gráfico No. 78:** Productos financieros banco de preferencia dos, elección por género



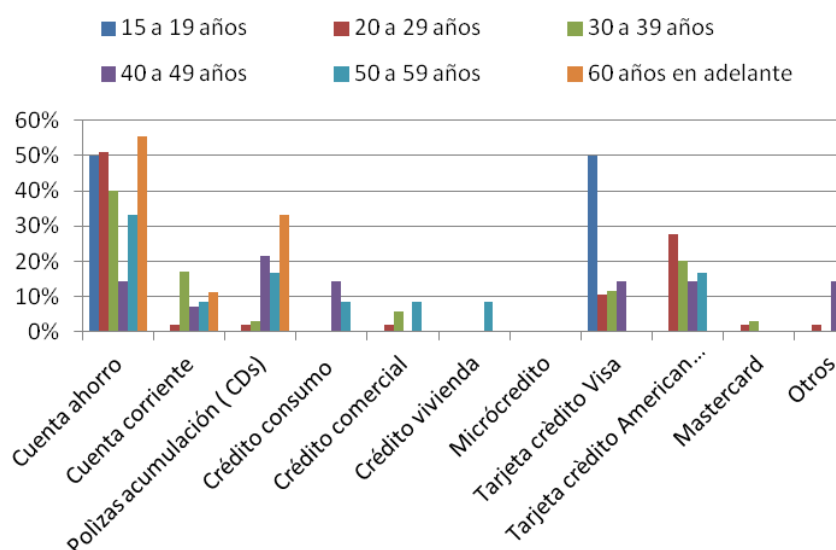
**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Los autores

Por grupos de edad en el banco como segunda opción, el 50% de los clientes dentro del grupo de 15 a 19 años mantiene una cuenta de ahorros y el otro 50% han accedido a una tarjeta de crédito. Esto indica que el segundo banco de preferencia de los clientes encuestados, tiene políticas de otorgamiento de productos menos limitantes en cuanto a la edad de los clientes.

Un 51% de los clientes entre 20 a 29 años contrataron cuentas de ahorro, un 56% de los clientes pertenecientes al grupo de edad de 60 años en adelante también mantienen una cuenta de ahorros, y un 33% de éstos últimos, han decidido contratar pólizas de acumulación.

**Gráfico No. 79:** Productos financieros banco de preferencia dos, elección por edad



**Fuente:** Encuestas

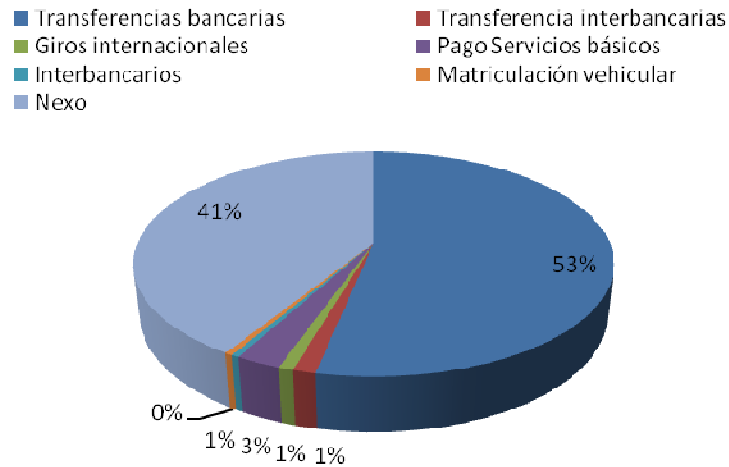
**Elaboración:** Los autores

Los servicios financieros más utilizados por los clientes encuestados son en un 53% las transferencias bancarias y en un 41% las tarjetas de débito o nexos, en menor porcentaje, con un 3% el pago de servicios básicos es otro servicio utilizado por los clientes. Esto se debe a que las transferencias son el principal medio de enviar dinero de una cuenta a otra si correr el riesgo que ocurra algún percance al momento de llevar el efectivo para depositarlo en otra cuenta, la tarjeta nexos o de débito facilita el acceso a los fondos que se mantiene en la cuenta de ahorros o corriente por medio de la red de cajeros automáticos que la entidad tiene, así el cliente evita hacer largas filas en la institución para poder acceder al dinero en las cajas.

El pago de los servicios básicos en la entidad bancaria es más fácil que realizarlo en la empresa pública que los recauda, puesto que en dichas empresas, en ocasiones el trato es muy malo por parte de los funcionarios, cosa que no ocurre en el banco ya que una prioridad es crear fidelidad con el cliente mediante un buen servicio, por lo que ahora existe mayor comodidad de cancelar los servicios básicos por débito contratado a la cuenta o a través de la banca virtual o celular.



**Gráfico No. 80: Servicios financieros**

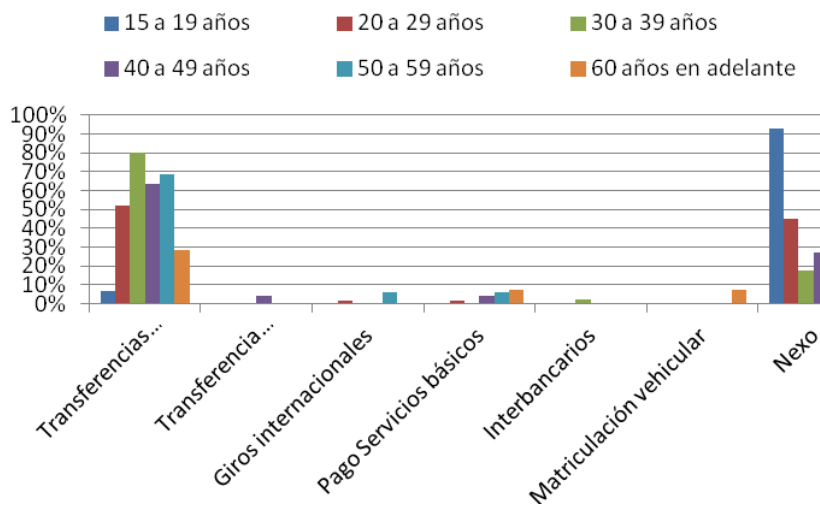


Fuente: Encuestas

Elaboración: Los autores

Por grupos de edad, los servicios financieros más utilizados en el banco de preferencia son la tarjeta de débito y las transferencias bancarias. El 93% de clientes de entre 15 a 19 años y 45% de clientes de entre 20 a 29 años utilizan la tarjeta de débito, en cambio el 80% de clientes de 30 a 39 años y el 69% del grupo de 50 a 59 años emplean las transferencias bancarias en la entidad.

**Gráfico No. 81: Servicios financieros por grupos de edad en banco de preferencia**

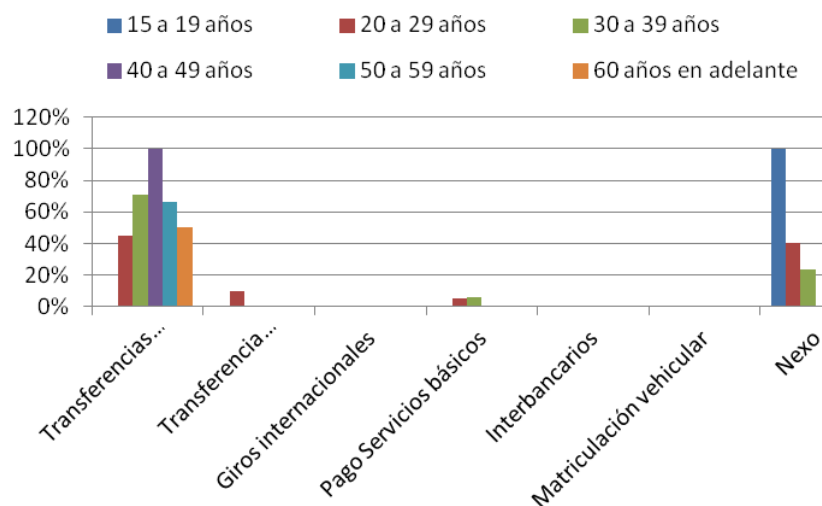


Fuente: Encuestas

Elaboración: Los autores

En el banco de preferencia dos, los servicios más utilizados son básicamente los mismos. El 100% de clientes entre 15 a 19 años y de 40 a 49 años, utilizan la tarjeta de débito y las transferencias bancarias respectivamente. El 71% de clientes de 40 a 49 años y el 67% de clientes de 50 a 59 años también emplean las transferencias bancarias para el movimiento de sus fondos, en cuanto que el grupo de 20 a 29 años, solo el 45% utiliza las transferencias bancarias y el 40% de clientes en este grupo utiliza el servicio de tarjeta de débito.

**Gráfico No. 82:** Servicios financieros por grupos de edad en banco de preferencia



**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Los autores

Un factor importante para la elección de los servicios financieros es que están ligados a los productos financieros, por ejemplo las cuentas de ahorro que traen consigo una tarjeta de débito, explica el por qué la opción nexo o tarjeta de débito tiene mayoría entre los clientes, y el por qué de la utilización de las transferencias bancarias ya que la cuenta de ahorro permite enviar el dinero fácilmente por medio de la web o solicitud directa en la entidad bancaria.

## **3.2 La comunicación con el cliente y servicio al cliente**

Debido a la gran cantidad de competidores existentes en el mercado financiero, que ofrecen los mismos productos y servicios financieros, es esencial la calidad con la que se otorga los mismos a los usuarios de la banca, ya que ese será el elemento determinante y diferenciador al momento de escoger una institución financiera por parte del cliente.

Es importante definir cómo percibe la calidad de los productos y servicios el cliente, siendo importante entregar los mismos el momento que el cliente los requiera, satisfaciendo su necesidad e inclusive superándola.

Por esta razón, se analizará desde la perspectiva del cliente, como percibe y valora la atención y servicio recibido por parte de las entidades financieras, así como los cambios y mejoras que los consumidores desearían recibir.

### **3.2.1 Comunicación con el cliente**

Los canales de contacto con los clientes, son los que permiten acceder a los clientes actuales y potenciales a toda la variedad de productos y servicios de las entidades, así como mantener una excelente relación, y lo más importante escuchar lo que el cliente tiene que decir a la institución.

La comunicación con el cliente, no se da únicamente cuando el consumidor se acerca a las oficinas de la entidad; aunque en este caso, se debe aprovechar al máximo el otorgar un excelente servicio, pues la imagen que se lleve el cliente es muy importante para empezar y mantener una sana relación; es importante ofrecer toda la información requerida de la manera más clara y precisa y prestando especial atención a la calidad con que se trata al cliente.

Los canales de comunicación con el cliente, no son únicamente el servicio directo en las oficinas, y tampoco el servicio prestado a través del teléfono, sino también cada uno de los medios que una entidad utiliza para dar a conocer sus productos, como la información que se coloca en los espacios físicos de la institución, la web, donde se puede colocar información con mayor detalle y de manera más gráfica, los e-mails,

que son importantes también porque son una forma de mantenerse en contacto con el cliente de una manera personal y directa.

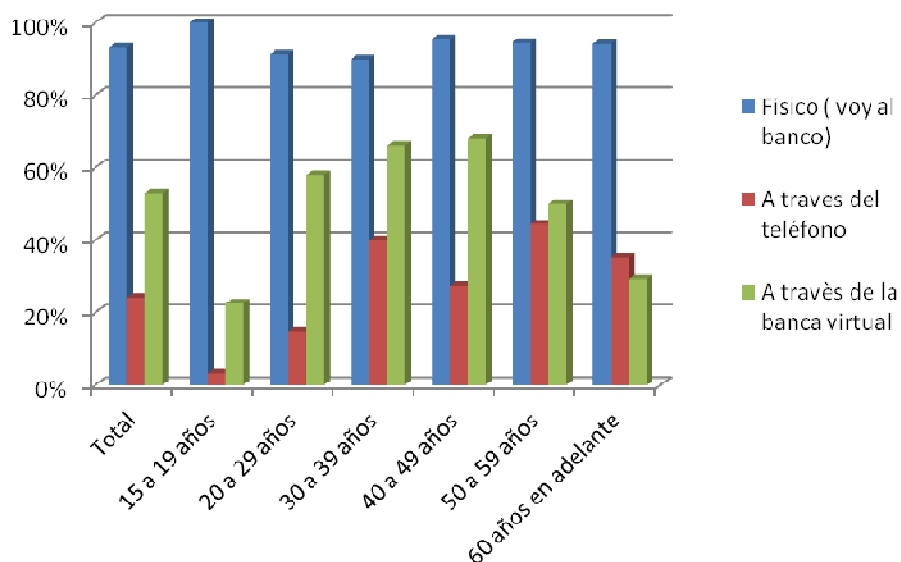
Para poder determinar cómo los actuales clientes de las instituciones de este estudio perciben la comunicación con el banco, en la encuesta se incluyó la variable, qué canales utiliza la institución financiera para estar en contacto con sus clientes.

Las respuestas recibidas indican que los tres principales canales de comunicación con los clientes respecto del sector financiero son, en primera instancia que el cliente se acerca directamente al banco, en segundo lugar lo realizan a través de la banca virtual y el último recurso es a través del teléfono.

De los clientes encuestados por edad, se puede observar que en promedio el 93% se acerca directamente a las instituciones, en el caso de la banca virtual en la gráfica se puede observar una curva interesante que empieza a desarrollarse con mayor intensidad en clientes a partir de 20 años y llega a su punto más alto en los clientes de hasta 49 años, esto posiblemente porque son ellos quienes están más familiarizados a manejar sus relaciones tanto sociales, laborales, comerciales así como financieras a través de la web.

Con respecto al contacto vía telefónica, de acuerdo al grupo encuestado el nivel más alto lo mantiene las personas entre 50 a 59 años, por otro lado las personas que utilizan menos este canal son los más jóvenes entre 15 a 19 años, probablemente esto sea porque están menos familiarizados con términos financieros o mantienen una experiencia menor con la banca en relación a los otros grupos de edad y prefieren acercarse personalmente a su banco de preferencia.

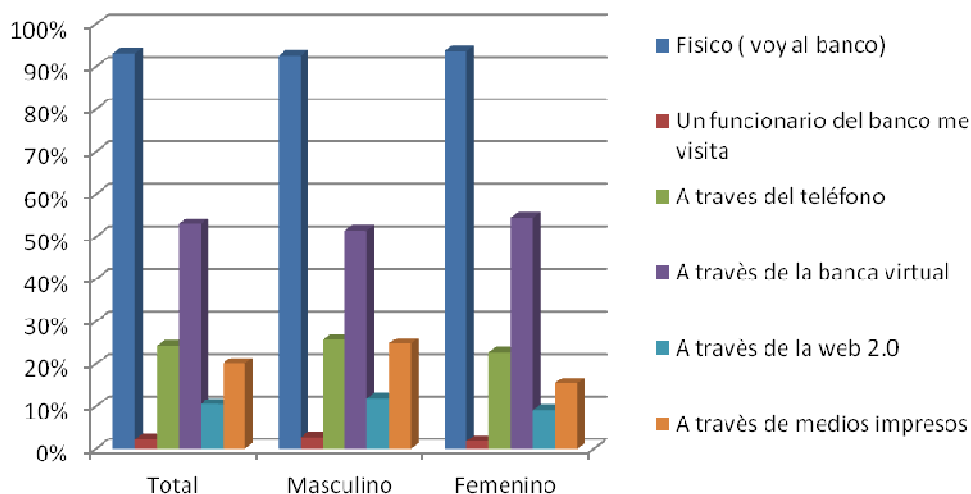
**Gráfico N. 83:** Relación de Canales de comunicación y edad



**Fuente:** Encuestas  
**Elaboración:** Los autores

Relacionando los canales de comunicación con los clientes dependiendo de su género, se puede determinar claramente con el gráfico que los porcentajes de uso de los mismos canales son bastante similares, ubicándose en un 93% que los hombres prefieren acercarse directamente a las oficinas de su banco y en las mujeres este porcentaje se ubica en un 94%, luego son las mujeres quienes hacen uso de la banca virtual en un porcentaje un tanto más alto que los hombres, en un 55% frente a un 51% respectivamente y por último tenemos que la comunicación vía telefónica se realiza más en los hombres con un promedio de 26% frente a las mujeres y su uso de un 23%.

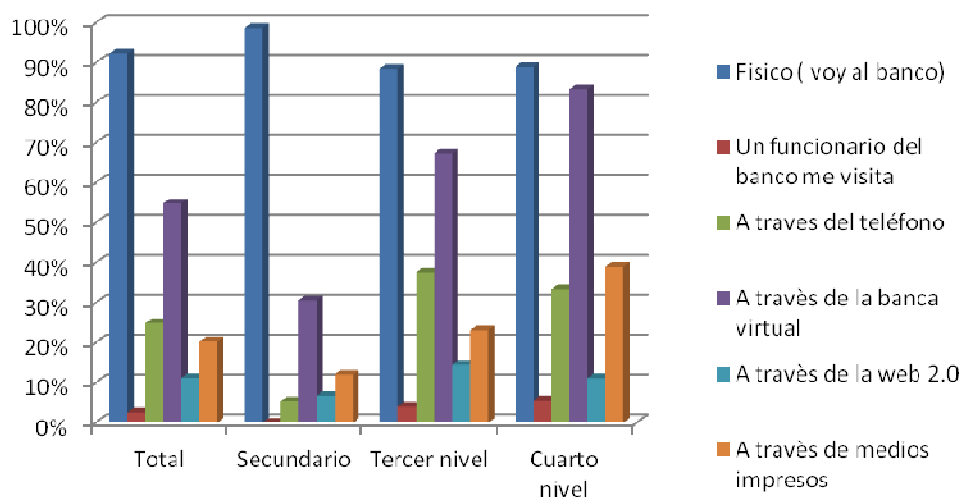
**Gráfico N. 84:** Relación Canales de comunicación y Género



**Fuente:** Encuestas  
**Elaboración:** Los autores

El nivel de educación es una variable importante a fin de determinar las preferencias de uso de ciertos canales para comunicarse con las entidades financieras, de acuerdo al gráfico que se presenta a continuación, se puede deducir que del grupo encuestado, en promedio el 99% de las personas con un nivel de estudios secundario prefiere acercarse directamente a las instituciones financieras, mientras que el nivel más alto de comunicación a través del segundo canal más utilizado, la banca virtual, tiene relación directa con un nivel de educación más alto, que en este caso son las personas con estudios de cuarto nivel, así como también es este mismo grupo quienes se mantienen al tanto de toda la información de sus instituciones financieras a través de medios impresos, esto puede darse principalmente debido a que este grupo de personas valora más la información brindada tanto por su institución como por las entidades que ofrezcan cualquier tipo de publicación donde el objetivo sea informar y estar al tanto de lo que ocurre con la banca y por lo tanto con sus recursos.

**Gráfico N. 85:** Relación Canales de comunicación y Nivel de Educación

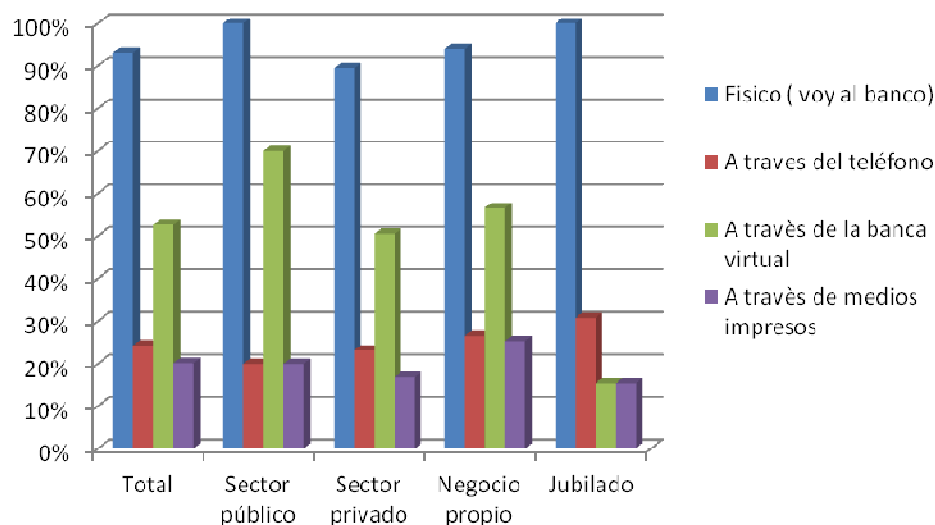


**Fuente:** Encuestas  
**Elaboración:** Los autores

Tomando en consideración la situación laboral de los encuestados, los resultados obtenidos indican que el mayor uso de la banca virtual lo hace el grupo de personas que labora en el sector público, seguido de las personas que mantienen su negocio propio, esto puede darse probablemente porque tienen mayor acceso a este medio.

El grupo de jubilados es el que mantiene un mayor acercamiento con su banco mediante vía telefónica, y de los encuestados que mantienen su negocio propio un 25% indicó que se mantenía informado a través de medios impresos.

**Gráfico N. 86:** Relación Canales de comunicación y Situación laboral



**Fuente:** Encuestas  
**Elaboración:** Los autores

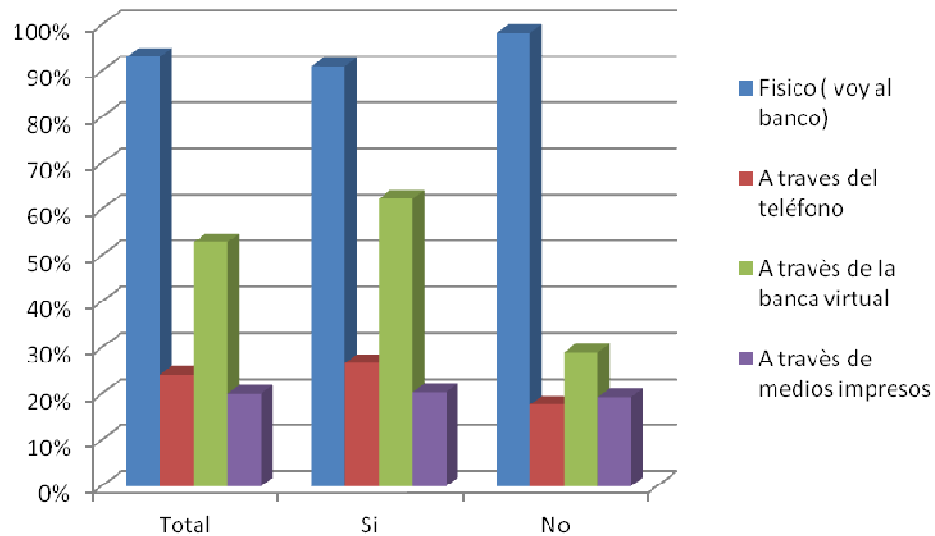
Haciendo un análisis entre las formas de comunicarse de la banca con sus clientes y el acceso a internet que estos últimos puedan tener, se puede observar que claramente la banca virtual es el segundo medio más utilizado, sin duda esto es porque el uso de internet es cada vez más común y los clientes tienen la oportunidad de realizar sus transacciones bancarias las 24 horas del día sin necesidad de acercarse físicamente a la oficina de su banco si no en la comodidad de su hogar.

Es importante que los bancos mejoren sus canales de internet a fin de ajustarse a las exigencias de sus clientes, ya que en ciertos casos la funcionalidad de estos es mínima obligando a que los clientes se acerquen físicamente a las instituciones o en otros casos la seguridad hace que los clientes sientan temor de usar los mismos.

Es importante que el servicio ofrecido sea el más seguro y transmita al cliente la misma imagen institucional de calidad y tradición.



**Gráfico N. 87:** Relación Canales de comunicación y acceso a Internet



**Fuente:** Encuestas  
**Elaboración:** Los autores

Con esta información, se determina que las entidades financieras de este estudio se caracterizan por ser bastante tradicionales en sus servicios y esperan que sean sus clientes quienes busquen a las instituciones financieras, cuando es la banca, la que debería entregar un servicio personalizado y sea quien busque a los clientes a fin de entregar el mejor servicio posible y mantener una relación comercial duradera.

La banca del nuevo milenio, es la encargada de buscar nuevas estrategias para diferenciar sus servicios de la banca tradicional.

### 3.2.2 Servicio al cliente

El servicio al cliente es una herramienta que permite entregar los productos y servicios de una entidad financiera en el momento adecuado y cuando los clientes lo precisen con excelencia y como un valor agregado con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores.

El servicio al cliente, desde cierto punto de vista es una vocación, en la que es importante ponerse en el lugar del otro para poder otorgar un alto nivel de calidad y maximizar la satisfacción del cliente. Por esta razón, la banca debería propender a que todo el personal de la institución, tanto los que tienen contacto con los clientes, como los que no, desarrollen un alto sentido de calidad en el servicio, ya que mientras mejor sea el servicio otorgado a los clientes, mayor será el nivel de clientes satisfechos y por tanto, mayor el margen de utilidades para la institución.

Es importante mantener control sobre los procesos de atención al cliente que se otorgan por parte del personal del banco a los clientes, ya que es necesario conocer ciertas variables que siempre van a hacer que un cliente se sienta bien atendido. Conocer cuáles son las necesidades del cliente, los tiempos de cumplimiento en la entrega de los servicios requeridos, y la satisfacción de los clientes al recibir los mismos, son detalles en los que la banca debe estar al tanto para mejorar los estándares de calidad.

Una de las formas para medir el grado de satisfacción de los clientes frente a los productos y servicios entregados por el banco, es la aplicación de pequeñas encuestas, y evaluaciones donde se pueda retroalimentar la percepción que tuvo el cliente frente al servicio entregado; así como la colocación de buzones de sugerencia, donde los clientes puedan dejar mensajes que serán de mucha utilidad para la entidad.

En la encuesta aplicada, se colocó ciertas preguntas que son de gran ayuda para determinar cómo se siente el cliente con el servicio ofrecido por las diferentes entidades financieras.

La primera pregunta expresa cómo valora el cliente al servicio que ofrece el banco.

La mayor parte de los clientes encuestados respecto de los bancos que corresponden a este estudio indicaron que el servicio que perciben es bueno.

Es importante hacer un análisis, como se hizo anteriormente considerando las diferentes variables que se dispone para este estudio a fin de entender mejor por qué los clientes tienen esta percepción de la banca.

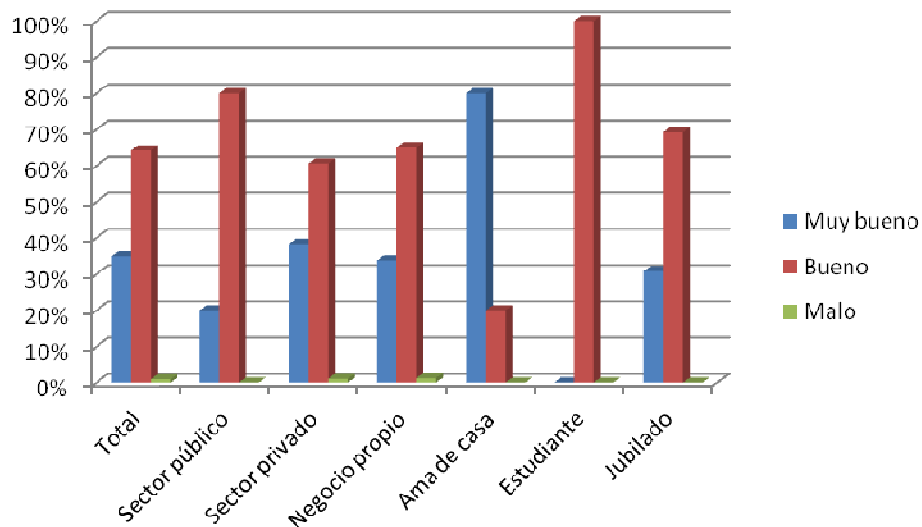
Considerando la situación laboral de los clientes encuestados, se obtuvo que los estudiantes son los que tienen una perspectiva más alta de que el servicio ofrecido

es bueno, seguido de los clientes que trabajan en el sector público y en tercer lugar los jubilados también mantienen una buena perspectiva de servicio al cliente.

Por otro lado el grupo de amas de casa encuestadas son quienes perciben que la calidad de servicio es muy buena, esto puede ser porque este grupo mantiene un perfil más conformista, lo cual puede darse por un nivel de estudio más bajo y en muchos casos no mantienen gran experiencia en la banca ya que generalmente se dedican más a labores del hogar.

La percepción de mal servicio se da en mínimas proporciones en el caso de los clientes encuestados, pues la gran mayoría ha optado por estas instituciones financieras como de su preferencia justamente porque cumplen con sus expectativas.

**Gráfico N. 88:** Percepción del servicio al cliente por situación laboral



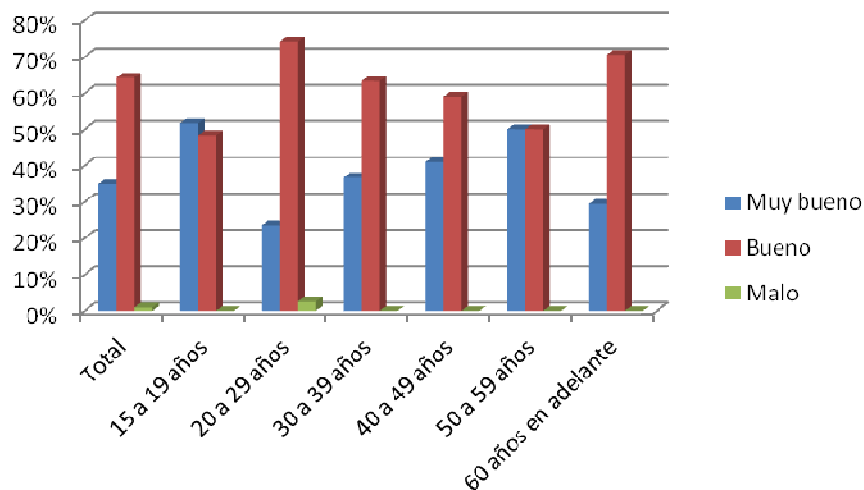
**Fuente:** Encuestas  
**Elaboración:** Los autores

Considerando el servicio al cliente en relación a los grupos de edad, se puede observar con los resultados obtenidos que la percepción de servicio muy bueno presenta una curva interesante iniciando con un promedio de 52% entre los clientes de 15 a 19 años, luego cae hasta ubicarse en un 23% en los clientes entre 20 a 29

años y empieza a crecer nuevamente hasta el grupo de edad de 59 años para volver a caer en los encuestados de mayor edad.

Esta percepción puede darse porque los clientes más jóvenes son más inexpertos y tienden a sentirse satisfechos más fácilmente, pero mientras la edad va avanzando los clientes se vuelven más exigentes hasta llegar a un punto en que el servicio de pronto ya no es tan importante y por otro lado pueden sentirse más preocupados por la seguridad de sus recursos.

**Gráfico N. 89:** Percepción del servicio al cliente por edad



**Fuente:** Encuestas  
**Elaboración:** Los autores

Un detalle importante a considerar también, es lo que el cliente quiere y espera de la institución financiera donde confió sus recursos, para ello se incluyó la variable qué mejoras le gustaría recibir, con la finalidad de escuchar a los consumidores financieros.

En la gráfica presentada a continuación se analiza la relación de las mejoras requeridas por los clientes con respecto de la edad de estos.

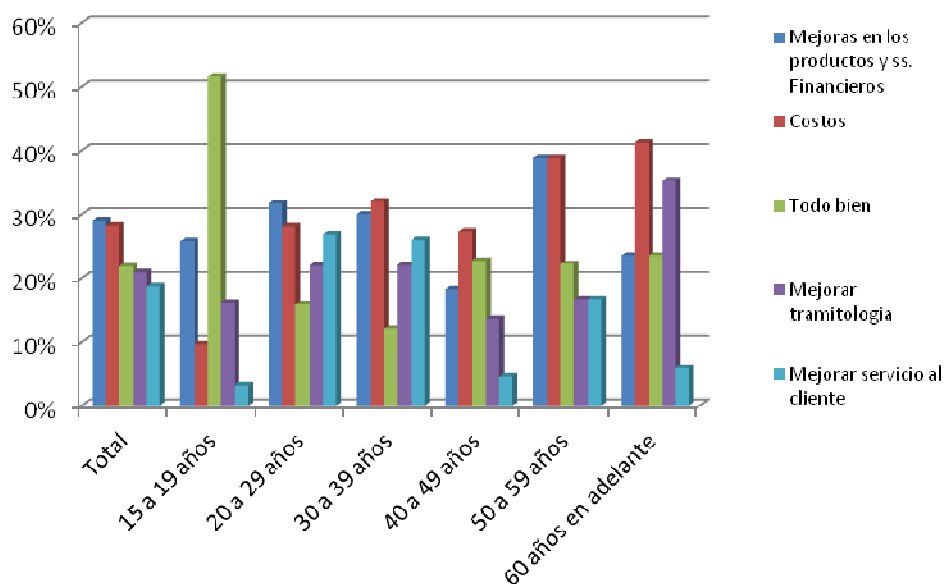
Como se mencionó en el análisis anterior con respecto al servicio al cliente, los más jóvenes son menos exigentes razón por la cual en esta pregunta en promedio el

52% de los encuestados en edad entre 15 a 19 años, indican que no deberían haber mejoras adicionales.

La variable más requerida por parte de los encuestados de casi todos los grupos de edad es mejorar el tema de costos, seguido por una alta demanda de mejoras en productos y servicios y también en mejorar la tramitología a fin de hacer que una visita al banco sea más eficiente.

El tema de mejorar el servicio al cliente es requerido especialmente en los grupos de edad desde 20 años hasta 39 años.

**Gráfico N. 90** Mejoras requeridas por edad



Fuente: Encuestas  
Elaboración: Los autores

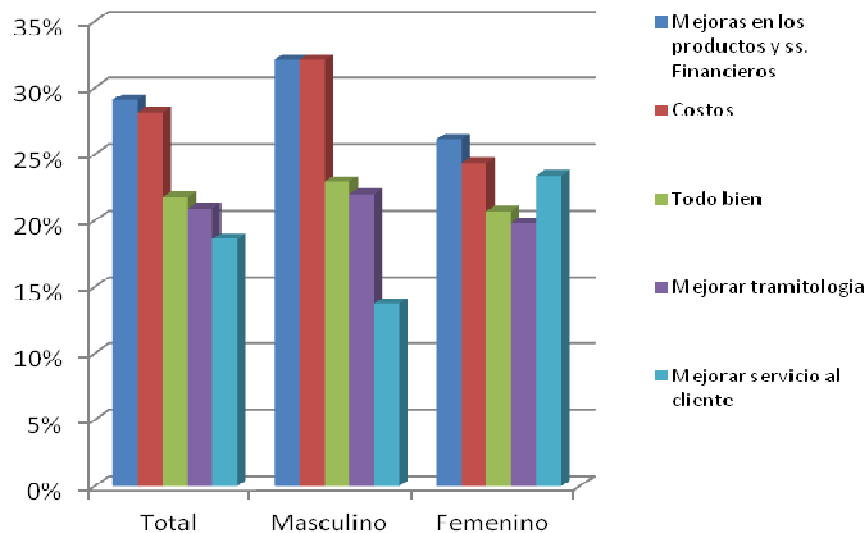
Relacionando las mejoras requeridas por el sexo de los encuestados, se puede observar que para los hombres es más importante que los bancos mejoren los productos y servicios ofrecidos así como los costos, seguido por mejorar la tramitología y en último lugar mejorar el servicio al cliente.

En cuanto a las mujeres, la primera mejora que les gustaría recibir al igual que al género masculino es en relación a los productos y servicios, luego mejoras en los

costos, la tercera mejora está relacionada con el servicio al cliente y en última instancia les gustaría recibir mejoras en cuanto a la tramitología.

Es importante por parte de los bancos considerar estos requerimientos por parte de los clientes con la finalidad de mejorar sus servicios y ofrecer un excelente servicio de alta calidad a los clientes y mantener una relación de largo plazo.

**Gráfico N. 91:** Mejoras requeridas por género



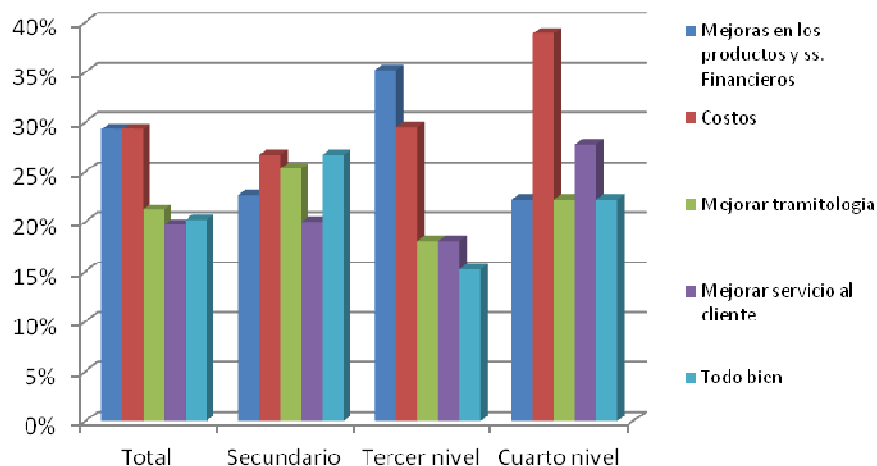
**Fuente:** Encuestas  
**Elaboración:** Los autores

En cuanto al nivel de instrucción, los promedios de respuesta de los encuestados con nivel de educación secundarios son casi los mismos, un 27% respondió que la mejora más importante sería que los bancos analicen sus costos, el otro 27% indicó que para ellos todo está bien, el 25% preferiría recibir mejoras en cuanto a tramitología y el 23% quisiera recibir mejoras en productos y servicios.

De la muestra encuestada, de las personas con un nivel de estudios superior un 35% indicó que les gustaría recibir mejoras en cuanto a productos y servicios, un 30% quisiera mejoras en los costos, un 18% en tramitología y un 18% en servicio al cliente.

En los clientes con un nivel de estudio de cuarto nivel, el 39% respondió que la mejora principal deseada es en costos, seguido de un 28% que les interesaría mejoras en el servicio al cliente, un 22% en productos y servicios y también en tramitología.

**Gráfico N. 92:** Mejoras requeridas por nivel de instrucción

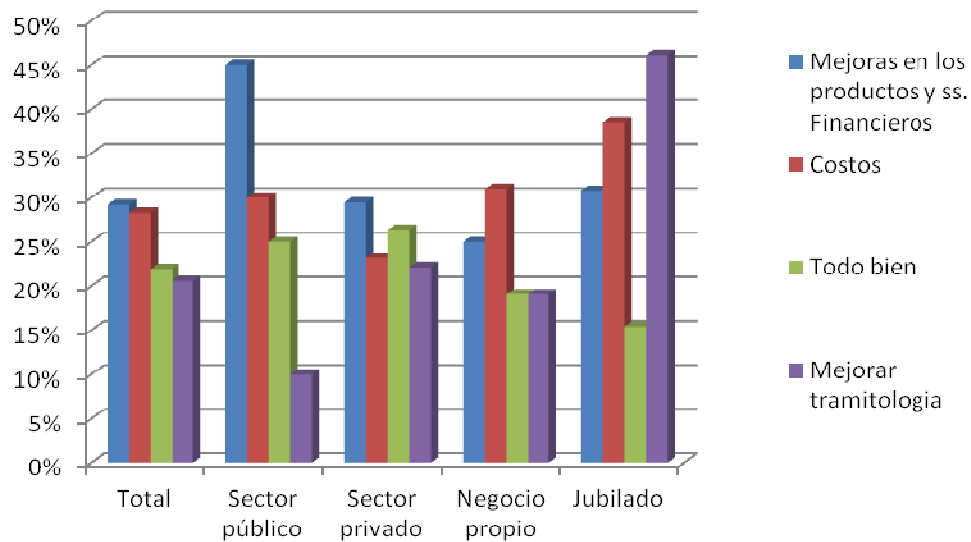


**Fuente:** Encuestas  
**Elaboración:** Los autores

Desde el punto de vista de la situación laboral de los encuestados, en promedio un 45% de los clientes que trabajan en el sector público desearían mejoras en productos y servicios financieros. En el sector privado, las mejoras solicitadas se encuentran casi en los mismos porcentajes de requerimiento por parte de los clientes, situándose en un 29% en promedio de personas a las que les gustaría que los productos y servicios financieros sean mejorados, un 23% de clientes encuestados quisieran mejoras en los costos y un 22% en tramitología.

En cuanto a los clientes que mantienen su negocio propio, el 31% de los encuestados dijo que lo más importante era mejorar costos, y en cuanto al grupo de encuestados que se ubican como jubilados, su prioridad de mejora es la tramitología.

**Gráfico N. 93: Mejoras requeridas por situación laboral**



**Fuente:** Encuestas  
**Elaboración:** Los autores

Con estos resultados, se puede deducir que los clientes tienen una mejor percepción de servicio de la banca actual, sin embargo es importante considerar las observaciones realizadas por los clientes en cuanto a mejoras, ya que se debe generar en la relación comercial un beneficio mutuo, que los clientes se sientan satisfechos con la calidad del servicio, el mismo que deber ser ágil sin trámites burocráticos, permitiendo que la experiencia del cliente con la entidad sea enriquecedora y que el banco recepte cada vez más recursos para poder continuar con su labor de intermediación financiera.



## CONCLUSIONES

En base a la información expuesta y analizada en los apartados anteriores, se llegó a obtener varias conclusiones de la investigación realizada sobre la preferencia en el uso de productos y servicios financieros, mismas que serán la guía para desarrollar las recomendaciones pertinentes más adelante.

1. De los clientes encuestados en la plaza asignada, la población joven es la que tiene mayor acceso al sistema financiero ecuatoriano, ya que un 37% de clientes encuestados está dentro del rango de edad de 20 a 29 años, seguido de un 23% de clientes que tienen entre 30 a 39 años.
2. Los clientes de las instituciones financieras de la plaza de Quito poseen en un 48% nivel de instrucción de tercer nivel y en un 34% nivel de estudios secundarios.
3. De los clientes encuestados el 43% son empleados del sector privado y el 38% trabajan en sus negocios propios.
4. La solidez es el principal factor que influye al momento de elegir la institución financiera, esto lo representa el 73% de la muestra analizada.
5. Para las personas que trabajan en el sector público, las amas de casa, los estudiantes y las personas que manejan sus propios negocios el principal factor para elegir una entidad bancaria son los productos y servicios financieros que ofrecen.
6. Las personas que laboran en el sector privado son clientes de los bancos por recomendación, esto debido a que las empresas para las cuales trabajan tienen convenio de pago de sus roles mediante una entidad bancaria.
7. El 60% de los encuestados tienen una cuenta de ahorro en un banco, esto contrasta con lo enunciado en el punto anterior, ya que muchos de los clientes reciben sus salarios por acreditación en su cuenta de ahorro.

8. Los clientes entre 15 a 19 años se bancarizaron en el sistema financiero mediante una cuenta de ahorro, esto es debido a que reciben sus remesas para sus estudios secundarios o superiores.
9. Alrededor del 10% de la muestra encuestada son clientes tarjetahabientes del sistema financiero.
10. El 53 % de clientes utilizan como principal servicio las transferencias interbancarias, esto debido a que les permite trasladar su dinero con mayor seguridad y rapidez. El 41% utilizan las tarjetas de débito y compras, esto es porque les permite hacer retiros de los cajeros automáticos y acceder al efectivo con mayor facilidad.
11. Los clientes prefieren realizar el pago de servicios básicos en la entidad bancaria, esto porque lo pueden realizar con mayor comodidad ya que existen convenio de débito de sus cuentas de ahorro o de sus tarjetas de crédito y también se lo puede realizar por la banca virtual.
12. Las nuevas tecnologías de comunicación, ha permitido que se desarrollen mejores servicios y transacciones manejables desde la red que genera mayor comodidad y accesibilidad para el cliente.
13. El servicio de tarjeta de débito es el más utilizado por los clientes de entre 15 a 19 años y entre los clientes de 20 a 29 años.
14. La información entregada al cliente y la claridad con la que él la recibe es primordial, esto adherido a la calidad de atención que se da al cliente, permite generar un mayor vínculo de fidelidad con la institución.
15. Un 30% de los clientes encuestados optan como principal canal de comunicación con la entidad, la visita física al banco y un 17% utilizan la banca virtual como canal de comunicación.
16. De acuerdo a los resultados de la encuesta el 52% expresó que el servicio recibido en la entidad financiera es muy bueno y el 47% califica el servicio como bueno. Esto refleja que la percepción de la banca privada es mejor ya que han generado un servicio de calidad para con sus clientes.

## RECOMENDACIONES

Es necesario aportar con una serie de recomendaciones después de el análisis realizado a las diferentes variables del presente estudio, con la finalidad de que cada institución financiera pueda aprovechar y potencializar sus fortalezas y por otro lado, prestar más atención a ciertos puntos que de pronto se los está pasando por alto a fin de mejorar sus debilidades.

- Al considerar que la mayor parte de los clientes encuestados son jóvenes, es importante que las entidades se enfoquen en crear productos innovadores, que cumplan con las expectativas de los mismos a fin de crear un sentimiento de fidelidad hacia las Instituciones, ya que este lazo puede ir fortaleciéndose con el pasar del tiempo y son estos clientes los que ahora empiezan a conocer y a trabajar con la entidad a través de productos básicos como cuentas de ahorro, son los que en un futuro van a continuar manteniendo esta relación y manejando no solo uno sino todos los productos del banco gracias a la confianza entregada por parte de la institución.
- Un punto importante a ser tomado en consideración por parte de la banca, es que un porcentaje importante de los clientes encuestados tienen su negocio propio, lo cual debe ser explotado por la banca con la otorgación de créditos, ya que estos clientes necesitan recursos con la finalidad de adquirir su materia prima o equipos para desarrollar sus actividades.
- El porcentaje más alto de los clientes encuestados son trabajadores del sector privado, esto en gran parte a que reciben sus sueldos o salarios a través de convenios con las empresas en las que laboran, esto es interesante para la banca, porque adicional a manejar una cuenta de rol de pagos con la empresa, pueden ponerse en contacto con los empleados y ofrecer toda la gama de productos que mantienen, desde planes de ahorro hasta créditos, con una autorización por parte del cliente el banco puede realizar los débitos mensuales, ya sea para cubrir deuda o para hacer que el cliente cumpla con su objetivo de ahorrar.

- De la muestra encuestada, el 73% indica que uno de los aspectos más importantes al momento de elegir una entidad financiera es la solidez, la cual debido a la crisis financiera vivida por muchos clientes en el año 1999 se ha visto opacada por el temor que tienen éstos de confiar nuevamente en una institución financiera, por lo cual es importante que las instituciones financieras de este estudio, mismas que se encuentran con las mejores calificaciones de riesgo, según lo expresado por la Superintendencia de Bancos, se encargue de difundir esta ventaja, la cual es una gran garantía para que los clientes confíen sus recursos y tengan una percepción de seguridad con el sistema financiero.
- El 60% de los encuestados tiene una cuenta de ahorros en la banca, las entidades deben aprovechar esta apertura por parte de los clientes y ofrecer diferentes planes de ahorro, muchos de los clientes no conocen otros productos y al mantener sus recursos en una cuenta a la vista, este dinero se considera volátil, ya que el cliente puede hacer uso de el mismo en cualquier momento y a la institución financiera no le conviene que la mayor parte de sus recursos estén a la vista, por lo que es recomendable que las entidades creen y ofrezcan productos de ahorro, como planes de ahorro programado, certificados a plazo fijo o cuentas donde se incentive al ahorro y permitan convencer a los clientes potenciales de colocar sus recursos y conservar a los actuales.
- En promedio, el 50% de los clientes usan el servicio de banca en línea, por lo cual es importante para la banca ofrecer un servicio ágil y seguro para que los clientes puedan movilizar sus recursos muy fácilmente y sin la necesidad de acercarse personalmente a la entidad, considerando siempre que estos servicios deben ser cómodos, de fácil acceso y uso, rápidos y que las transacciones que se puedan realizar mediante este medio, sean en línea, así los clientes podrán constatar sus movimientos y saldos cuando lo requieran. Otro de los servicios que usualmente es utilizado por los clientes es el relacionado a pago de servicios básicos, en la actualidad algunas instituciones financieras ya lo mantienen con lo que han generado un plus para con sus clientes, pero aún falta promocionarlo más y de mejor manera con el fin de que los usuarios bancarios puedan beneficiarse de este servicio ofrecido por el banco.
- Uno de los puntos importantes que debe considerar la banca, es en cuanto a costos, ya que en gran medida los clientes no se sienten conformes con los

costos y causan un efecto negativo en la producción de la entidad, pues en el caso del ahorro, algunas instituciones financieras cobran las cartolas, o por el uso de los ATM's dependiendo de la transaccionalidad también se generan costos, el costo de chequeras, la emisión de cheques de gerencia, todos estos costos que se cargan a los usuarios son los que desmotivan a los clientes al ahorro. A pesar que el tema de costos está regulado por la Superintendencia de Bancos, los clientes consideran que no es rentable mantener sus fondos en un banco. Este es un aspecto que la banca debería considerar a fin de reactivar a los clientes potenciales o actuales que por este motivo no se sienten satisfechos al trabajar con una entidad financiera.

- En cuanto al tema de la calidad del servicio de las instituciones financieras, según el estudio se pudo determinar que un porcentaje importante de clientes se siente satisfecho con el servicio recibido. Si bien es cierto, estos resultados son un aliciente para la banca, es importante también que las instituciones no se conformen y continúen trabajando y ofreciendo sus productos y servicios con calidad y de manera eficiente.

## BIBLIOGRAFÍA

1. FELIBAN (Federación Latinoamericana de Bancos). (2007). Que sabemos de la bancarización en América Latina. Disponible en:  
[http://www.felaban.com/archivos/arte\\_bancarización.pdf](http://www.felaban.com/archivos/arte_bancarización.pdf).
2. Joume, T.; Oriol, A. y Esteve, M. (1999). ¿Cómo analizan las entidades financieras a sus clientes?. Barcelona- España. Gestión 2000.
3. López, P.J. y González, A. (2008). Gestión Bancaria. Madrid- España. McGraw Hill.
4. Muñoz, Roberto. (2010). Desarrollo Financiero. Disponible en:  
[http://www.superban.gov.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/articulosfinancieros/Estudios%20Tecnicos/2011/AT1\\_2011.pdf](http://www.superban.gov.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/articulosfinancieros/Estudios%20Tecnicos/2011/AT1_2011.pdf). Consultado por última vez 12 julio 2011.
5. Rioseco, Juan Pablo. (2008). Especial bancos con coraza. Revista América Economía Ecuador. 36, 34-51.
6. Sierra, Iván. (2006). Bancos. ¿Servicio y Tecnología? Revista Markka. Edición 30, 17-22.
7. Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador. (2011). Disponible en:  
[http://www.superban.gov.ec/practq/p\\_index](http://www.superban.gov.ec/practq/p_index). Consultado por última vez 23 julio 2011.
8. Tobar, Paulina (2010). Desarrollo Financiero. Disponible en:  
[http://www.superban.gov.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/articulos\\_financieros/Estudios%20Tecnicos/AT33\\_2010.pdf](http://www.superban.gov.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/articulos_financieros/Estudios%20Tecnicos/AT33_2010.pdf). Consultado por última vez 23 julio 2011.

## ANEXOS

### ANEXO 1

#### Tablas tomadas de SPSS para el análisis de los resultados de las encuestas

Incidencia de Clientes por Canal de Comunicación														
	Edad													
	Total		15 a 19 años		20 a 29 años		30 a 39 años		40 a 49 años		50 a 59 años		60 años en adelante	
	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma
Físico ( voy al banco)	93%	204.00	100%	31.00	91%	74.00	90%	45.00	95%	21.00	94%	17.00	94%	16.00
Un funcionario del banco me visita	2%	5.00	0%	.00	2%	2.00	6%	3.00	0%	0.00	0%	.00	0%	.00
A través del teléfono	24%	53.00	3%	1.00	15%	12.00	40%	20.00	27%	6.00	44%	3.00	35%	6.00
A través de la banca virtual	53%	116.00	23%	7.00	58%	47.00	66%	33.00	63%	15.00	50%	9.00	29%	5.00
A través de la web 2.0	11%	23.00	0%	.00	12%	10.00	18%	9.00	14%	3.00	6%	1.00	0%	.00
A través de medios impresos	20%	44.00	3%	1.00	19%	15.00	30%	15.00	27%	6.00	22%	4.00	13%	3.00

Incidencia de Clientes por Canal de Comunicación									
	Nivel Instrucción								
	Total		Secundario		Tercer nivel		Cuarto nivel		
	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Suma
Físico ( voy al banco)	92%	182.00	99%	74.00	88%	92.00	89%	16.00	
Un funcionario del banco me visita	3%	5.00	0%	.00	4%	4.00	6%	1.00	
A través del teléfono	25%	49.00	5%	4.00	38%	39.00	33%	6.00	
A través de la banca virtual	55%	108.00	31%	23.00	67%	70.00	83%	15.00	
A través de la web 2.0	11%	22.00	7%	5.00	14%	15.00	11%	2.00	
A través de medios impresos	20%	40.00	12%	9.00	23%	24.00	39%	7.00	

Incidencia de Clientes por Canal de Comunicación						
	Tiene cuenta correo					
	Total		Si		No	
	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma
Físico ( voy al banco)	93%	204.00	91%	143.00	98%	61.00
Un funcionario del banco me visita	2%	5.00	3%	4.00	2%	1.00
A través del teléfono	24%	53.00	27%	42.00	18%	11.00
A través de la banca virtual	53%	116.00	62%	98.00	29%	18.00
A través de la web 2.0	11%	23.00	13%	21.00	3%	2.00
A través de medios impresos	20%	44.00	20%	32.00	19%	12.00

Incidencia de Clientes por Razones para ser cliente														
	Edad													
	Total		15 a 19 años		20 a 29 años		30 a 39 años		40 a 49 años		50 a 59 años		adelante	
	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma
Solidez	79%	173.00	55%	17.00	72%	59.00	94%	47.00	91%	20.00	89%	16.00	82%	14.00
Tradición	25%	57.00	3%	1.00	25%	21.00	35%	18.00	50%	11.00	17%	3.00	18%	3.00
Prestigio	32%	71.00	13%	5.00	23%	23.00	42%	21.00	41%	9.00	33%	6.00	41%	7.00
Recomendación	53%	123.00	53%	18.00	57%	47.00	54%	27.00	45%	10.00	67%	12.00	53%	9.00
Cobertura	45%	100.00	42%	13.00	43%	39.00	35%	18.00	45%	10.00	50%	9.00	65%	11.00
Productos y servicios financieros	55%	121.00	23%	7.00	59%	48.00	54%	27.00	55%	12.00	78%	14.00	76%	13.00
Costos	31%	69.00	3%	1.00	32%	26.00	35%	18.00	41%	9.00	44%	8.00	41%	7.00
Servicio al cliente	10%	22.00	3%	1.00	13%	8.00	15%	8.00	14%	3.00	6%	1.00	6%	1.00
Ubicación	31%	69.00	45%	14.00	34%	28.00	23%	14.00	32%	7.00	22%	4.00	12%	2.00
Fácil tramitología	13%	28.00	23%	7.00	17%	14.00	5%	3.00	0%	0.00	17%	3.00	6%	1.00

Incidencia de Clientes por Razones para ser cliente							
	Sexo						
	Total		Masculino		Femenino		
	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Suma
Solidez	79%	173.00	83%	91.00	74%	82.00	
Tradición	26%	57.00	28%	31.00	23%	26.00	
Prestigio	32%	71.00	38%	41.00	27%	30.00	
Recomendación	53%	123.00	51%	56.00	60%	67.00	
Cobertura	45%	100.00	44%	48.00	47%	52.00	
Productos y servicios financieros	55%	121.00	56%	61.00	54%	60.00	
Costos	31%	69.00	27%	29.00	36%	40.00	
Servicio al cliente	10%	22.00	9%	10.00	11%	12.00	
Ubicación	31%	69.00	30%	33.00	32%	36.00	
Fácil tramitología	13%	28.00	12%	13.00	14%	15.00	



Incidencia de Clientes por Razones para ser cliente								
	Nivel Instrucción							
	Total		Secundario		Tercer nivel		Cuarto nivel	
	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma
Solidez	79%	156.00	65%	49.00	89%	93.00	78%	14.00
Tradición	27%	53.00	13%	10.00	33%	35.00	44%	8.00
Prestigio	33%	66.00	19%	14.00	40%	42.00	56%	10.00
Recomendación	56%	111.00	57%	43.00	53%	56.00	67%	12.00
Cobertura	44%	87.00	43%	32.00	46%	48.00	39%	7.00
Productos y servicios financieros	53%	105.00	45%	34.00	59%	62.00	50%	9.00
Costos	32%	63.00	23%	17.00	36%	38.00	44%	8.00
Servicio al cliente	11%	21.00	5%	4.00	11%	12.00	28%	5.00
Ubicación	32%	63.00	37%	28.00	30%	32.00	17%	3.00
Fácil tramitología	13%	25.00	15%	11.00	11%	12.00	11%	2.00

Incidencia de Clientes por Razones para ser cliente														
	Sit. Laboral													
	Total		Sector público		Sector privado		Negocio propio		Ama de casa		Estudiante		Jubilado	
	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma
Solidez	79%	172.00	95%	13.00	74%	70.00	81%	68.00	80%	4.00	50%	1.00	77%	10.00
Tradición	26%	57.00	10%	2.00	23%	22.00	35%	30.00	40%	2.00	0%	.00	8%	1.00
Prestigio	32%	71.00	50%	10.00	26%	25.00	35%	30.00	0%	.00	0%	.00	46%	6.00
Recomendación	56%	122.00	70%	14.00	59%	56.00	50%	42.00	60%	3.00	50%	1.00	46%	6.00
Cobertura	46%	100.00	80%	13.00	40%	38.00	42%	35.00	0%	.00	50%	1.00	77%	10.00
Productos y servicios financieros	55%	120.00	90%	13.00	42%	40.00	55%	46.00	80%	4.00	100%	2.00	77%	10.00
Costos	32%	69.00	45%	9.00	25%	24.00	35%	29.00	40%	2.00	0%	.00	38%	5.00
Servicio al cliente	10%	22.00	10%	2.00	15%	14.00	7%	6.00	0%	.00	0%	.00	0%	.00
Ubicación	31%	68.00	35%	7.00	37%	35.00	27%	23.00	20%	1.00	50%	1.00	8%	1.00
Fácil tramitología	12%	27.00	15%	3.00	15%	14.00	10%	8.00	0%	.00	50%	1.00	8%	1.00

Incidencia de Clientes por Mejoras esperadas														
	Edad													
	Total		15 a 19 años		20 a 29 años		30 a 39 años		40 a 49 años		50 a 59 años		adelante	
	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma
Productos y ss. Financieros	29%	64.00	26%	8.00	32%	26.00	30%	15.00	18%	4.00	39%	7.00	24%	4.00
Imagen institucional	13%	28.00	3%	1.00	15%	12.00	20%	10.00	18%	4.00	6%	1.00	0%	.00
Servicio al cliente	19%	41.00	3%	1.00	27%	22.00	26%	13.00	5%	1.00	17%	3.00	6%	1.00
Recurso humano	11%	24.00	6%	2.00	11%	9.00	20%	10.00	9%	2.00	0%	.00	6%	1.00
Tecnología	16%	36.00	6%	2.00	24%	20.00	20%	10.00	9%	2.00	11%	2.00	0%	.00
Tramitología	21%	46.00	16%	5.00	22%	18.00	22%	11.00	14%	3.00	17%	3.00	35%	6.00
Costos	28%	62.00	10%	3.00	28%	23.00	32%	16.00	27%	6.00	39%	7.00	41%	7.00
Todo bien	22%	48.00	52%	16.00	16%	13.00	12%	6.00	23%	5.00	22%	4.00	24%	4.00
Otros	0%	1.00	0%	.00	0%	.00	0%	.00	0%	.00	6%	1.00	0%	.00

Incidencia de Clientes por Mejoras esperadas						
	Sexo					
	Total		Masculino		Femenino	
	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma
Productos y ss. Financieros	29%	64.00	32%	35.00	26%	29.00
Imagen institucional	13%	28.00	13%	14.00	13%	14.00
Servicio al cliente	19%	41.00	14%	15.00	23%	26.00
Recurso humano	11%	24.00	14%	15.00	8%	9.00
Tecnología	16%	36.00	17%	18.00	16%	18.00
Tramitología	21%	46.00	22%	24.00	20%	22.00
Costos	28%	62.00	32%	35.00	24%	27.00
Todo bien	22%	48.00	23%	25.00	21%	23.00
Otros	0%	1.00	0%	.00	1%	1.00

Incidencia de Clientes por Mejoras esperadas								
	Nivel Instrucción							
	Total		Secundario		Tercer nivel		Cuarto nivel	
	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma
Productos y ss. Financieros	29%	58.00	23%	17.00	35%	37.00	22%	4.00
Imagen institucional	13%	26.00	9%	7.00	14%	15.00	22%	4.00
Servicio al cliente	20%	39.00	20%	15.00	18%	19.00	28%	5.00
Recurso humano	12%	23.00	13%	10.00	12%	13.00	0%	.00
Tecnología	18%	36.00	13%	10.00	17%	18.00	44%	8.00
Tramitología	21%	42.00	25%	19.00	18%	19.00	22%	4.00
Costos	29%	58.00	27%	20.00	30%	31.00	39%	7.00
Todo bien	20%	40.00	27%	20.00	15%	16.00	22%	4.00
Otros	1%	1.00	0%	.00	1%	1.00	0%	.00

Incidencia de Clientes por Mejoras esperadas														
	Sit. Laboral													
	Total		público		privado		propio		Ama de casa		Estudiante		Jubilado	
	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma	Media	Suma
Productos y ss. Financieros	29%	64.00	45%	9.00	29%	28.00	25%	21.00	40%	2.00	0%	.00	31%	4.00
Imagen institucional	13%	28.00	5%	1.00	12%	11.00	19%	16.00	0%	.00	0%	.00	0%	.00
Servicio al cliente	19%	41.00	5%	1.00	19%	18.00	25%	21.00	0%	.00	0%	.00	8%	1.00
Recurso humano	11%	24.00	5%	1.00	9%	9.00	15%	13.00	0%	.00	0%	.00	8%	1.00
Tecnología	16%	36.00	5%	1.00	18%	17.00	19%	16.00	0%	.00	100%	2.00	0%	.00
Tramitología	21%	45.00	10%	2.00	22%	21.00	19%	16.00	0%	.00	0%	.00	46%	6.00
Costos	28%	62.00	30%	6.00	23%	22.00	31%	26.00	60%	3.00	0%	.00	38%	5.00
Todo bien	22%	48.00	25%	5.00	26%	25.00	19%	16.00	0%	.00	0%	.00	15%	2.00
Otros	0%	1.00	0%	.00	1%	1.00	0%	.00	0%	.00	0%	.00	0%	.00

PERCEPCION DE SERVICIO AL CLIENTE														
	Edad													
	Total	15 a 19 años		20 a 29 años		30 a 39 años		40 a 49 años		50 a 59 años		60 años en adelante		
	Recuento	% del N de la columna	Recuento	% del N de la columna	Recuento	% del N de la columna	Recuento	% del N de la columna	Recuento	% del N de la columna	Recuento	% del N de la columna	Recuento	% del N de la columna
Muy bueno	76	35%	16	52%	19	23%	18	37%	9	41%	9	50%	5	29%
Bueno	140	64%	15	48%	60	74%	31	63%	13	59%	9	50%	12	71%
Malo	2	1%	0	0%	2	2%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%

PERCEPCION DEL SERVICIO AL CLIENTE			
	Sexo		
	Total	Masculino	Femenino
	% del N de la columna	% del N de la columna	% del N de la columna
Muy bueno	35%	32%	37%
Bueno	64%	66%	63%
Malo	1%	2%	0%

PERCEPCION DEL SERVICIO AL CLIENTE					
	Nivel Instrucción				
	Total	Primario	Secundario	Tercer nivel	Cuarto nivel
	% del N de la columna	% del N de la columna	% del N de la columna	% del N de la columna	% del N de la columna
Muy bueno	35%	0%	41%	27%	39%
Bueno	64%	0%	59%	71%	61%
Malo	1%	0%	0%	2%	0%

PERCEPCION DEL SERVICIO AL CLIENTE								
	Sit. Laboral							
	Total	Desempleado	Sector público	Sector privado	Negocio propio	Ama de casa	Estudiante	Jubilado
	% del N de la columna	% del N de la columna	% del N de la columna	% del N de la columna	% del N de la columna	% del N de la columna	% del N de la columna	% del N de la columna
Muy bueno	35%	0%	20%	38%	34%	80%	0%	31%
Bueno	64%	0%	80%	61%	65%	20%	100%	69%
Malo	1%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	0%

## **ANEXO 2**

### **DEFINICION DE CALIFICACION DE RIESGO**

**AAA.-** La situación de la institución financiera es muy fuerte y tiene una sobresaliente trayectoria de rentabilidad, lo cual se refleja en una excelente reputación en el medio, muy buen acceso a sus mercados naturales de dinero y claras perspectivas de estabilidad. Si existe debilidad o vulnerabilidad en algún aspecto de las actividades de la institución, ésta se mitiga enteramente con las fortalezas de la organización;

**AA.-** La institución es muy sólida financieramente, tiene buenos antecedentes de desempeño y no parece tener aspectos débiles que se destaquen. Su perfil general de riesgo, aunque bajo, no es tan favorable como el de las instituciones que se encuentran en la categoría más alta de calificación;

**A.-** La institución es fuerte, tiene un sólido récord financiero y es bien recibida en sus mercados naturales de dinero. Es posible que existan algunos aspectos débiles, pero es de esperarse que cualquier desviación con respecto a los niveles históricos de desempeño de la entidad sea limitada y que se superará rápidamente. La probabilidad de que se presenten problemas significativos es muy baja, aunque de todos modos ligeramente más alta que en el caso de las instituciones con mayor calificación;

**BBB.-** Se considera que claramente esta institución tiene buen crédito. Aunque son evidentes algunos obstáculos menores, éstos no son serios y/o son perfectamente manejables a corto plazo;

**BB.-** La institución goza de un buen crédito en el mercado, sin deficiencias serias, aunque las cifras financieras revelan por lo menos un área fundamental de preocupación que le impide obtener una calificación mayor. Es posible que la entidad haya experimentado un período de dificultades recientemente, pero no se espera que esas presiones perduren a largo plazo. La capacidad de la institución para afrontar imprevistos, sin embargo, es menor que la de organizaciones con mejores antecedentes operativos:

**B.-** Aunque esta escala todavía se considera como crédito aceptable, la institución tiene algunas deficiencias significativas. Su capacidad para manejar un mayor deterioro está por debajo de las instituciones con mejor calificación;

**C.-** Las cifras financieras de la institución sugieren obvias deficiencias, muy probablemente relacionadas con la calidad de los activos y/o de una mala estructuración del balance. Hacia el futuro existe un considerable nivel de incertidumbre. Es dudosa su capacidad para soportar problemas inesperados adicionales;

**D.-** La institución tiene considerables deficiencias que probablemente incluyen dificultades de fondeo o de liquidez. Existe un alto nivel de incertidumbre sobre si esta institución podrá afrontar problemas adicionales;

**E.-** la institución afronta problemas muy serios y por lo tanto existe duda sobre si podrá continuar siendo viable sin alguna forma de ayuda externa, o de otra naturaleza.

A las categorías descritas se pueden asignar los signos (+) o (-) para indicar su posición relativa dentro de la respectiva categoría.

## ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

Cuadro No. 1: Bancos Privados en el mercado financiero ecuatoriano. Año 2010. ....	16	Gráfico No. 11: Evolución depósitos a plazo en dólares .....	40
Cuadro No. 2: De las operaciones y funcionamiento de las IFIS (2010) .....	17	Gráfico No. 12: Depósitos a plazo por Subsistema, Banca privada .....	40
Cuadro No. 3: De la participación de las IFIS en el sistema financiero nacional. ....	18	Gráfica No. 13: Depósitos a plazo por Subsistema, Cooperativas.....	41
Cuadro No. 4: De los productos y servicios financieros regulados: .....	19	Gráfica No. 14: Depósitos a plazo por Subsistema, Sociedades Financieras .....	43
Cuadro No. 5: Cooperativas reguladas por la Superintendencia de bancos(2010) .....	20	Gráfica No. 15: Depósitos a plazo por Subsistema, Mutualistas .....	43
Cuadro No. 6: Sociedades mutualistas del mercado ecuatoriano. Año 2010. ....	22	Gráfica No. 16: Depósitos a plazo por Subsistema, Banca pública .....	45
Cuadro No. 7: Instituciones públicas del mercado ecuatoriano. Año 2010.....	23	Gráfico No. 17: Evolución de captaciones subsistemas Bancos Privados.....	46
Cuadro No. 8: De la participación de la banca pública en el mercado ecuatoriano. Año 2010.....	24	Gráfica No. 18: Participación de captaciones de la plaza sobre el total Bancos Privados 2010 .....	47
Cuadro No.9: Densidad Financiera por subsistema .....	27	Gráfico No.19: Participación en el total nacional del subsistemas de Bancos Privados de la plaza Quito.....	47
Cuadro No. 10: Productos y Servicios financieros tarifados .....	85	Gráfico No 20: Evolución de captaciones subsistema de Cooperativas de ahorro y Crédito .....	48
Cuadro No. 11: Servicios Financieros no tarifados.....	86	Gráfico No. 21: Participación de captaciones sobre el total de Cooperativas.....	49
Cuadro No. 12: Tasas de interés por instituciones y por tipo de crédito. ....	89	Gráfico No. 22: Participación en el total nacional Cooperativas de Ahorro y Crédito .....	50
Cuadro No. 13: Tasas de interés por captaciones. Año 2010.....	91	Gráfico No. 23: Evolución de captaciones subsistema de Mutualistas .....	51
Cuadro No. 14: Tasas de interés por subsistema y por tipo de crédito. Año 2010. ....	93	Gráfico No. 24: Participación en el total nacional Mutualistas .....	52
Cuadro No. 15: Tasas de interés por subsistema y por captaciones. Año 2010. ....	93	Gráfico No. 25: Evolución captaciones subsistema de Sociedades Financieras.....	53
Gráfico No. 1: Esquema del sistema financiero .....	12	Gráfico No. 26: Participación en el total nacional Sociedades Financieras.....	53
Gráfico No. 2: Sistema Financiero Local. Operaciones Financieras Agregadas.....	32	Gráfico No. 27: Evolución captaciones subsistema Banca Pública.....	54
Gráfica No. 3: Evolución depósitos monetarios (cuentas corrientes).....	33	Gráfico No. 28: Participación colocaciones Banca Pública .....	55
Gráfica No. 4: Depósitos monetarios por Subsistema, Banca privada.....	34	Gráfica No. 29: Profundización financiera de Captaciones.....	56
Gráfica No. 5: Depósitos monetarios por Subsistema, Banca pública.....	35	Gráfico No. 30: Evolución de cartera comercial .....	58
Gráfico No. 6: Evolución de depósitos de ahorro .....	36	Gráfico No. 31: Evolución de cartera comercial por institución financiera bancos privados	59
Gráfica No. 7: Depósitos de ahorro por Subsistema, Banca privada.....	37	Gráfico No. 32: Evolución de cartera comercial por institución financiera cooperativas .....	60
Gráfica No. 8: Depósitos de ahorro por Subsistema, Cooperativas .....	38	Gráfico No. 33: Evolución de cartera comercial por institución financiera mutualistas.....	61
Gráfica No. 9: Depósitos de ahorro por Subsistema, Mutualistas .....	39		
Gráfica No. 10: Depósitos de ahorro por Subsistema, Banca pública .....	39		

Gráfica No. 34: Evolución de la cartera comercial por institución financiera, sociedades financieras.....	61	Gráfico No. 53: Evolución de cartera subsistema de Bancos Privados .....	77
Gráfico No. 35: Evolución de cartera comercial por institución financiera banca pública ....	62	Gráfica No. 54: Evolución de cartera subsistema de Cooperativas .....	78
Gráfico No. 36: Evolución de la cartera de consumo .....	62	Gráfica No. 55: Evolución de cartera subsistema de Mutualistas .....	79
Gráfico No. 37: Evolución de cartera de consumo por institución financiera banca privada.....	63	Gráfico No. 56: Evolución de cartera subsistema de Sociedades Financieras...	80
Gráfico No. 38: Evolución de cartera de consumo por institución financiera cooperativas .....	64	Gráfico No. 57: Evolución de la cartera subsistema de Banca Pública.....	81
Gráfico No. 39: Evolución de cartera consumo por institución financiera mutualistas .....	65	Gráfico No. 58: Profundización financiera de colocaciones .....	82
Gráfica No. 40: Evolución de la cartera por instituciones financieras, sociedades financieras .....	65	Gráfico No. 59: Rangos de edad del universo encuestado.....	92
Gráfico No. 41: Evolución de cartera de consumo por institución financiera banca pública .....	66	Gráfico No. 60: Nivel de instrucción del universo encuestado.....	93
Gráfico No. 42: Evolución de cartera para I7 vivienda .....	67	Gráfico No. 61: Nivel de instrucción del universo encuestado.....	94
Gráfico No. 43: Evolución de cartera de vivienda por institución financiera banca privada.....	68	Gráfico No. 62: Total distribución de encuestas .....	95
Gráfico No. 44: Evolución de cartera de vivienda por institución financiera cooperativas.....	69	Gráfico No. 63: Bancos como segunda opción de preferencia en el universo encuestado..	95
Gráfica No. 45: Evolución de cartera de vivienda por institución financiera mutualistas .....	70	Gráfico No. 64: Principales factores para ser cliente de una entidad financiera .....	96
Gráfica No. 46: Evolución de cartera de vivienda por institución financiera, sociedades financieras.....	70	Gráfico No. 65: Principales factores para ser cliente de una entidad financiera en promedio de clientes y por género en porcentajes .....	98
Gráfica No. 47: Evolución de cartera de vivienda por institución financiera banca pública .....	71	Gráfico No. 66: Principales factores para ser cliente de una entidad financiera en promedio de clientes y por nivel de instrucción en porcentajes.....	99
Gráfico No. 48: Evolución de cartera para la microempresa.....	72	Gráfico No. 67: Principales factores para ser cliente de una entidad financiera en promedio de clientes y situación laboral en porcentajes .....	100
Gráfico No. 49: Evolución de cartera para la microempresa por institución financiera banca privada.....	73	Gráfico No. 68: Principales factores para ser cliente de una entidad financiera en promedio de clientes y situación laboral.	102
Gráfico No. 50: Evolución de cartera para la microempresa por institución financiera cooperativas .....	74	Gráfico No. 69: Solidez como determinante en la elección de la entidad financiera .....	103
Gráfico No. 51: Evolución de cartera para la microempresa por institución financiera asociaciones mutualistas y sociedades financieras .....	75	Gráfico No. 70: Prestigio como determinante en la elección de la entidad financiera ...	103
Gráfico No. 52: Evolución de cartera para la microempresa por institución financiera banca pública .....	76	Gráfico No. 71: Tradición como determinante en la elección de la entidad financiera ...	104
		Gráfico No. 72: Recomendación como determinante en la elección de la entidad financiera.....	105
		Gráfico No. 73: Cobertura como determinante en la elección de la entidad financiera ...	106
		Gráfico No. 74: Productos financieros.....	107
		Gráfico No. 75: Productos financieros banco de preferencia uno.....	108

Gráfico No. 76: Productos financieros banco de preferencia uno, elección por género.	109	Gráfico N. 86: Relación Canales de comunicación y Situación laboral .....	120
Gráfico No. 77: Productos financieros banco de preferencia uno, elección por edad....	110	Gráfico N. 87: Relación Canales de comunicación y acceso a Internet .....	121
Gráfico No. 78: Productos financieros banco de preferencia dos, elección por género.	111	Gráfico N. 88: Percepción del servicio al cliente por situación laboral .....	123
Gráfico No. 79: Productos financieros banco de preferencia dos, elección por edad ....	112	Gráfico N. 89: Percepción del servicio al cliente por edad .....	124
Gráfico No. 80: Servicios financieros .....	113	Gráfico N. 90 Mejoras requeridas por edad	125
Gráfico No. 81: Servicios financieros por grupos de edad en banco de preferencia	113	Gráfico N. 91: Mejoras requeridas por género .....	126
Gráfico No. 82: Servicios financieros por grupos de edad en banco de preferencia	114	Gráfico N. 92: Mejoras requeridas por nivel de instrucción.....	127
Gráfico N. 83: Relación de Canales de comunicación y edad.....	117	Gráfico N. 93: Mejoras requeridas por situación laboral.....	128
Gráfico N. 84: Relación Canales de comunicación y Género.....	118		
Gráfico N. 85: Relación Canales de comunicación y Nivel de Educación.....	119		