



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

*La Universidad Católica de Loja*

ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA**

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

Trabajo de Fin de Carrera previo a la obtención del Título  
de Ingeniero en Administración en Banca y Finanzas  
y de Ingeniero en Administración de Empresas.

**Autores:**

Illescas Guillén Lourdes Patricia

Reyes Cabrera Alexandra del Rocío

**Director:**

Ing. Armijos Buitrón Verónica

**CUENCA - ECUADOR**

**2012**

Ing. Verónica Armijos Buitrón

**DOCENTE DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

C E R T I F I C A:

Que el presente trabajo realizado por las estudiantes Lourdes Patricia Illescas Guillén y Alexandra del Rocío Reyes Cabrera, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

Loja, diciembre de 2011.

f).....

## **CESIÓN DE DERECHOS**

“Nosotras, Lourdes Patricia Illescas Guillén y Alexandra del Rocío Reyes Cabrera declaramos ser autoras 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”.

.....  
PATRICIA ILLESCAS GUILLÉN

.....  
ALEXANDRA REYES CABRERA

## AUTORÍA

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

.....  
Patricia Illescas Guillén

.....  
Alexandra Reyes Cabrera

## DEDICATORIA

*A mis padres, por su gran ejemplo de superación y valioso apoyo en todo momento desde el inicio de mis estudios y a mi hija Gaby, quién es la razón de mi existencia.*

Alexandra Reyes Cabrera

*Este trabajo lo dedico con mucho cariño a mi esposo Javier y a mi hijo Javier Sebastián quienes son el motor que me impulsa cada día a cumplir con mis metas.*

Patricia Illescas Guillén

## **AGRADECIMIENTO**

Nuestro agradecimiento a la Universidad Técnica Particular de Loja por permitirnos realizar nuestros estudios profesionales a través de la Educación a Distancia, especialmente a las Escuelas de Administración de Empresas y Administración en Banca y Finanzas.

Dejamos expresa constancia de nuestros sinceros agradecimientos a todos y cada uno de los docentes de la Universidad Técnica Particular de Loja por guiarnos al camino del éxito y superación profesional, especialmente a nuestra directora la Ing. Verónica Armijos Buitrón, por su desinteresada y generosa labor de asesoramiento eficaz, sus acertados consejos y sugerencias que contribuyeron al alcance de esta meta significativa.

Los autores

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Resumen Ejecutivo .....	X
<b>CAPÍTULO I: EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO: BREVE DESCRIPCIÓN Y CARACTERIZACIÓN.....</b>	<b>11</b>
Introducción.....	12
<b>1.1 Ley general de instituciones financieras .....</b>	<b>12</b>
<b>1.1.1 Definición .....</b>	<b>12</b>
<b>1.1.2 Órganos rectores del sistema financiero.....</b>	<b>12</b>
▪ <b>Superintendencia de Bancos .....</b>	<b>13</b>
▪ <b>Banco Central del Ecuador .....</b>	<b>13</b>
<b>1.1.3 Alcance y regulaciones .....</b>	<b>14</b>
<b>1.2 Estructura sistema financiero ecuatoriano .....</b>	<b>14</b>
<b>1.1.4 Banca Privada .....</b>	<b>15</b>
<b>1.2.1 Definiciones básicas .....</b>	<b>15</b>
<b>1.2.1.1 Caracterización de la banca ecuatoriana.....</b>	<b>16</b>
<b>1.2.1.2 Productos y servicios financieros .....</b>	<b>17</b>
<b>1.2.2 Cooperativismo.....</b>	<b>17</b>
<b>1.2.2.2 Cooperativismo en el Ecuador .....</b>	<b>18</b>
<b>1.2.2.3 Productos y servicios .....</b>	<b>19</b>
<b>1.2.3 El Mutualismo.....</b>	<b>20</b>
<b>1.2.3.1 Definiciones básicas .....</b>	<b>20</b>
<b>1.2.3.2 El Mutualismo en el Ecuador.....</b>	<b>20</b>
<b>1.2.3.3 Productos y servicios .....</b>	<b>21</b>

1.2.4	La banca pública .....	21
1.2.4.1	Definiciones básicas .....	22
1.2.4.2	La banca pública en el Ecuador .....	22
1.2.4.3	Productos y servicios .....	23
1.3	Tendencias actuales de productos y servicios financieros .....	24
1.3.1	La importancia de la web 2.0 y la tecnología en los productos y servicios financieros .....	24
1.3.2	Canales de provisión de servicios financieros .....	26
1.3.3	Los retos futuros de los productos y servicios financieros en el Ecuador .....	26
<b>CAPÍTULO II: ANÁLISIS SITUACIONAL DEL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO. UNA PERSPECTIVA DESDE LA OFERTA POR PLAZA.....</b>		<b>28</b>
Introducción.....		29
2.1	El sistema financiero local (Análisis por plaza y subsistemas) .....	29
2.2	Evolutivo de captaciones.....	29
2.2.1	Por tipo de depósito .....	33
2.2.2	Por subsistema .....	39
2.3	Evolutivo de colocaciones.....	40
2.3.1	Por tipo de cartera.....	43
2.3.2	Por Subsistemas .....	49
2.4	PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS. TIPOS Y COSTOS .....	50
2.4.1.	Por Institución Financiera.....	50
2.4.2.	Por Subsistema .....	54
<b>CAPÍTULO III: ACCESO Y PREFERENCIA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS. UNA PERSPECTIVA DESDE LA DEMANDA. ....</b>		<b>62</b>
Introducción.....		62

<b>3.1 FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PREFERENCIA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS</b> .....	62
<b>3.1.1 ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE TIPOS DE IFIS</b> .....	78
<b>3.1.2 ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE PRODUCTOS Y SERVICIOS</b> .....	88
<b>3.2 LA COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE Y SERVICIO AL CLIENTE</b> .....	103
<b>3.2.2 SERVICIO AL CLIENTE</b> .....	115
<b>CONCLUSIONES</b> .....	121
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	123
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	125
<b>ANEXOS</b> .....	127

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El sistema financiero ecuatoriano se ha fortalecido en los últimos años tras la crisis vivida en el año 1999, esta experiencia ha permitido que las instituciones manejen sus riesgos de una manera más adecuada, propiciando la reactivación del crédito, que ha sido complementada por la práctica de políticas de originación saludables, mismas que han permitido la reducción de la cartera improductiva, con altos niveles de cobertura.

La finalidad de la presente investigación es lograr un diagnóstico en cuanto a la preferencia de los productos y servicios financieros en el Ecuador, así como también evaluar la percepción buena o mala que tienen los clientes sobre la calidad del servicio que brindan las instituciones financieras, basándose en la aplicación de encuestas a los usuarios de las IFIS en la plaza Azogues.

El análisis de la información recolectada a través de la investigación de campo permiten apreciar que las IFIS que conforman el sistema financiero nacional han volcado los esfuerzos en aumentar la inclusión financiera, es decir, incluir a un mayor número de personas al Sistema Financiero regulado, mediante una mayor oferta de productos y servicios de bajo costo.

# **CAPÍTULO I**

## **EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO: BREVE DESCRIPCIÓN Y CARACTERIZACIÓN**

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

### **Introducción**

El Sistema Financiero Ecuatoriano comprende el conjunto de instituciones financieras (bancos, sociedades financieras, asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda y las cooperativas de ahorro y crédito) que realizan intermediación financiera con el público.

Según lo menciona la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador, en los últimos 5 años desde el 2005 hasta el 2010, tanto la banca privada, cooperativas así como la banca pública han demostrado un notable comportamiento dentro del sistema financiero nacional lo cual se ha evidenciado en el incremento de usuarios que utilizan los servicios financieros que ofrece nuestro país.

### **1.1 Ley general de instituciones financieras**

#### **1.1.1 Definición**

De acuerdo a lo mencionado en el Art. 1 de la Codificación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, se puede definir a la Ley General de Instituciones Financieras como: “Esta Ley regula la creación, organización, actividades, funcionamiento y extinción de las instituciones del sistema financiero privado, así como la organización y funciones de la Superintendencia de Bancos, entidad encargada de la supervisión y control del sistema financiero, en todo lo cual se tiene presente la protección de los intereses del público.” (Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, 2001).

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

De acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador del 2008, el sistema financiero ecuatoriano se encuentra bajo el control y vigilancia de los siguientes organismos:

- **Superintendencia de Bancos**

El Art. 213 de la Constitución Política del Ecuador 2008, define a las superintendencias como organismos técnicos de vigilancia, auditoría, intervención y control de las actividades económicas, sociales y ambientales, y de los servicios que prestan las entidades públicas y privadas, con el propósito de que estas actividades y servicios se sujeten al ordenamiento jurídico y atiendan al interés general.

Las superintendencias actuarán de oficio por requerimiento ciudadano. Las facultades específicas de las superintendencias y las áreas que requieran del control, auditoría y vigilancia de cada una de ellas se determinará de acuerdo con la ley.

Las superintendencias serán regidas y representadas por las superintendentes o los superintendentes. La ley determinará los requisitos que deban cumplir quienes aspiren a dirigir estas entidades.

Las superintendentes o superintendentes serán nombrados por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social de una terna que enviará la Presidenta o Presidente de la República, conformada con criterios de especialidad y méritos y sujeta a escrutinio público y derecho de impugnación ciudadana.

- **Banco Central del Ecuador**

Según el Art. 303 de la Constitución del Ecuador, la formulación de las políticas monetaria, crediticia, cambiaria y financiera es facultad exclusiva de las Función Ejecutiva y se instrumentará a través del Banco Central. La ley regulará la circulación de la moneda con poder liberatorio en el territorio ecuatoriano.

La ejecución de la política crediticia y financiera también se ejercerá a través de la banca pública.

El Banco Central es una persona jurídica de derecho público, cuya organización y funcionamiento será establecido por ley.

### **1.1.3 Alcance y regulaciones**

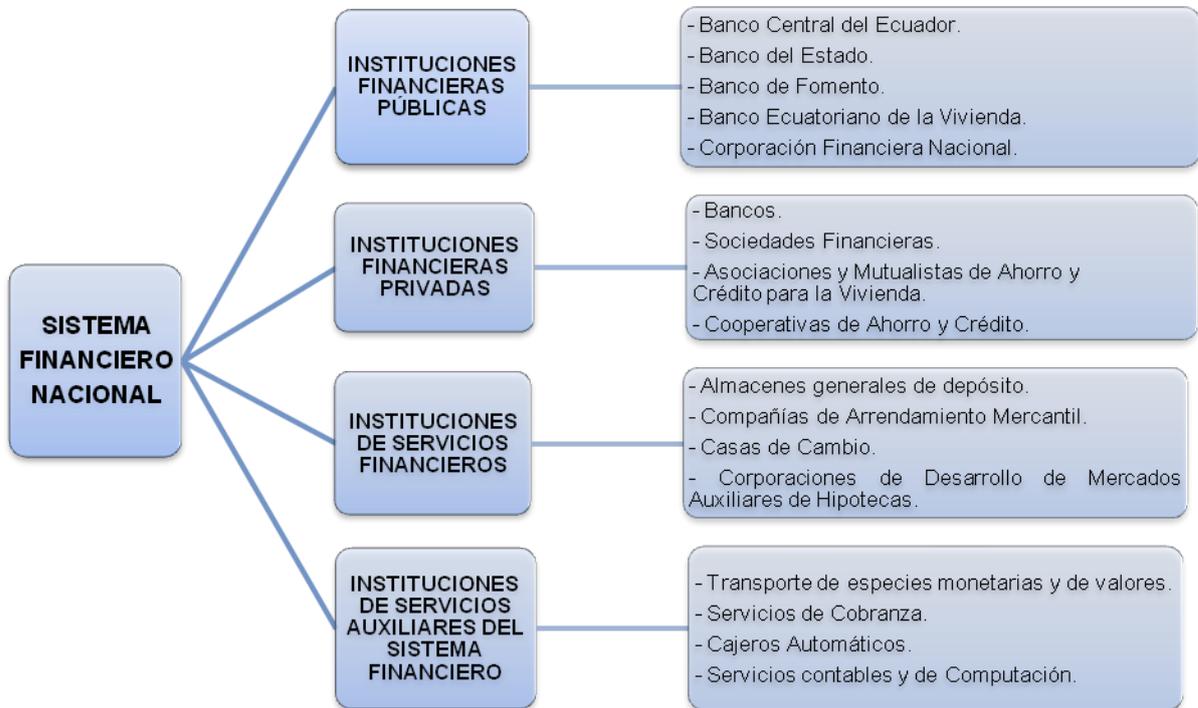
El sistema financiero ecuatoriano se rige actualmente según la siguiente normativa:

- Ley General de Instituciones del Sistema Financiero: regula la creación, organización, actividades, funcionamiento y extinción de las instituciones del sistema financiero privado.
- Reglamento General a la LGISF.
- Codificación de Resoluciones de la SBS y de la Junta Bancaria: la Superintendencia de Bancos y Seguros reglamenta el control mediante resoluciones de carácter obligatorio para las instituciones sujetas a su vigilancia.
- Normativa concordante: normativa suplementaria, disposiciones legales concordantes, los decretos y acuerdos ministeriales con instructivo por la Junta Bancaria.

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

El sistema financiero ecuatoriano se encuentra compuesto por instituciones financieras privadas (bancos, sociedades financieras, cooperativas y mutualistas); instituciones financieras públicas; instituciones de servicios financieros, compañías de seguros y compañías auxiliares del sistema financiero, entidades que se encuentran reguladas por la Superintendencia de Bancos.

**Cuadro 1.**



Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

#### **1.1.4 Banca Privada**

Lo conforman los bancos que se originan por iniciativa particular, su afán es de lucro y son constituidos en base a la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, la cual define su actividad, organización, campo de acción, funcionamiento, liquidación y control.

#### **1.2.1 Definiciones básicas**

Los bancos privados ecuatorianos son instituciones financieras que tienen autorización para aceptar depósitos y conceder créditos, persiguiendo la obtención de beneficios; por eso, tratan de prestar los fondos que reciben de tal forma que la diferencia entre los ingresos que obtienen y los costos en que incurren, sea lo mayor

posible, respetando las normas básicas del funcionamiento de los bancos, que son: garantizar la liquidez, la rentabilidad y la solvencia.

- **Liquidez:** los bancos siempre tienen que ser capaces de convertir los depósitos de sus clientes en dinero cuando éstos se los pidan.
- **Rentabilidad:** viene exigida a los bancos por los propietarios accionistas, ya que la remuneración o dividendos que éstos reciben, dependen de los beneficios.
- **Solvencia:** la banca ha de procurar tener siempre un conjunto de bienes y derechos superiores a sus deudas.

#### **1.2.1.1 Caracterización de la banca ecuatoriana**

La banca en el Ecuador está determinada básicamente por el funcionamiento de los bancos públicos y privados; los cuales tienen una amplia gama de operaciones que permiten el desarrollo de importantes sectores de la producción, en especial por el crédito, característica básica de las actividades bancarias.

Los bancos públicos tienen como característica otorgar créditos que estimulen el desarrollo económico y social; por lo tanto las condiciones de los préstamos tienen sus ventajas con respecto a los bancos privados, sea por el plazo, tasas de interés, años de gracia, garantías y formas de pago; por lo que este servicio está orientado principalmente al apoyo agrícola, ganadero, industrial, vivienda, exportaciones, infraestructura, turismo, pesca, artesanía, etc., que constituyen el sustento en la economía de las naciones.

Los bancos privados en cambio, si bien apoyan el desarrollo productivo de un país, persiguen el beneficio, por ello las condiciones de los préstamos son diferentes con relación a los bancos públicos, por lo que tienen menor flexibilidad en el otorgamiento de los créditos en comparación con los bancos estatales.

### **1.2.1.2 Productos y servicios financieros**

De acuerdo al Art. 51 de la Ley de Instituciones del Sistema Financiero se menciona que “los bancos podrán efectuar las siguientes operaciones en moneda nacional o extranjera, o en unidades de cuenta establecida en la ley” (Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, 2001); entre las cuales tenemos:

- Recibir recursos del público en depósitos a la vista
- Recibir depósitos a largo plazo
- Asumir obligaciones por cuentas de terceros
- Emitir obligaciones y cédulas garantizadas
- Recibir préstamos y aceptar créditos de instituciones financieras
- Otorgar préstamos hipotecarios y prendarios
- Conceder créditos en cuentas corrientes
- Negociar documentos que representen obligaciones
- Negociar títulos valores
- Constituir depósitos en instituciones financieras
- Efectuar operaciones con divisas
- Efectuar servicios de caja y tesorería
- Efectuar cobranzas, pagos y transferencias
- Emitir giros
- Recibir y conservar objetos muebles, valores y documentos en depósitos
- Actuar como emisor u operador de tarjetas de crédito, débito o tarjetas de pago.
- Efectuar operaciones de arrendamiento mercantil
- Comprar, edificar, conservar bienes raíces
- Comprar o Vender minerales preciosos
- Garantizar la colocación de acciones u obligaciones
- Efectuar inversiones de capital social
- Efectuar inversiones en el Capital de otras instituciones financieras.

### **1.2.2 Cooperativismo**

“El cooperativismo y en general el asociativismo es el movimiento socio-económico más grande de la humanidad y por ende de la economía solidaria. Es el sistema

económico, social, político y cultural, que ha permitido ascender el nivel de vida de millones de personas sobre todo de la clase media y baja, implementando en ellos los valores y principios de la solidaridad, equidad y justicia”.

(<http://www.coacgiron.fin.ec/informacion.php?seccion=4>)

#### **1.2.2.1 Definiciones básicas**

“Las cooperativas son asociaciones autónomas de personas que se reúnen de forma voluntaria para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales mediante una empresa de propiedad conjunta y gestión democrática sin fines de lucro”, (<http://www.gestiopolis.com>)

Se financian con el ahorro de sus socios, para formar una cooperativa se requiere de 15 personas, fueron creadas para otorgar créditos, ayuda a sus socios con tasas de interés más bajas que el de la banca privada; por lo que posee los siguientes valores cooperativos:

- Ayuda mutua.
- Responsabilidad propia.
- Democracia.
- Igualdad.
- Equidad.
- Solidaridad.

Existen cooperativas que han llegado a tener grandes capitales y que son controladas por la Superintendencia de Bancos y hay una gran cantidad de cooperativas pequeñas que son controladas por la Dirección Nacional de Cooperativas del Ministerio de Bienestar Social.

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

La cooperación ha estado presente en la historia de la humanidad desde las primeras civilizaciones. La búsqueda del bienestar y la incapacidad de solventar todas las necesidades, hacen parte de la esencia misma del hombre. En nuestro país fue en la década del 50 al 60 que cobró verdadera presencia cuando se da la

creación de la mayor parte de las organizaciones Cooperativas de primer y segundo grado con la intervención directa o indirecta de agentes ajenos a los sectores involucrados, es decir, instituciones públicas, privadas y promotores (religiosos, voluntarios extranjeros y algunos profesionales, a título personal o encargados por alguna organización de carácter político o social), cabe citar también la acción desarrollada por los gremios, sindicatos de trabajadores, organizaciones clasistas y personal del movimiento cooperativo sobre todo norteamericano.

El 7 de septiembre de 1966 en la presidencia interina de Clemente Yerovi I., se promulgó la Ley de Cooperativas, y el 17 de enero de 1968 se dicta el reglamento respectivo.

El crecimiento cooperativo en la década del sesenta al setenta fue vigoroso (449% de entidades y 402% de asociados); sin embargo, hacia fines de los años 70, al reducirse los recursos y la acción de fomento del Estado y del exterior, este proceso desaceleró el crecimiento cooperativo.

Hoy en día el sector cooperativo dentro del Sistema Financiero Privado es el segundo sector más importante por debajo de los Bancos y se ha puesto de manifiesto que constituyen el sector con tasas de crecimiento más elevadas tanto en activo como en pasivo. Actualmente, predominan las cooperativas de servicios, las de consumo y las de ahorro y crédito, es importante destacar la organización y el éxito que han sabido desarrollar gracias al sentido de pertenencia y asociatividad que tienen sus socios.

### **1.2.2.3 Productos y servicios**

Los principales productos y servicios que ofrecen las cooperativas son:

- Créditos especialmente dirigidos a la pequeña y mediana industria.
- Ahorro a la vista y captaciones
- Inversiones
- Asistencia Financiera

### **1.2.3 El Mutualismo**

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

#### **1.2.3.1 Definiciones básicas**

Son instituciones financieras privadas y son conocidas como mutualistas de ahorro, crédito y vivienda, se financian con la aportación de los ahorristas o socios y su función específica está dirigida a otorgar créditos para vivienda.

Las Mutualistas establecen dos categorías para sus asociados, no aportan capital, ni cuota inicial, no distribuyen excedentes, solo los socios activos participan del gobierno de la misma, no tiene derecho al reintegro de sus aportes. En el caso de las Mutualistas para la Vivienda, están autorizadas para incursionar en el negocio inmobiliario además del financiero.

#### **1.2.3.2 El Mutualismo en el Ecuador**

El 23 de mayo de 1961, se expide el decreto que crea el mutualismo en el Ecuador considerando el elevado déficit habitacional detectado en ese entonces y la insuficiencia de que el BEV pueda suplir dichas necesidades.

En nuestro país estas instituciones de carácter privado, han tenido un crecimiento significativo en los últimos años, especialmente por la facilidad de financiamiento a largo plazo para la adquisición principalmente de vivienda.

Sin embargo, en la actualidad también están otorgando créditos prendarios para la adquisición de artefactos de casa y electrónicos y vehículos. Los créditos de vivienda son de largo plazo y los créditos prendarios son para el corto plazo generalmente con vencimiento de 2 hasta 5 años. Las mutualistas han contribuido a nivel nacional para el desarrollo de la vivienda y han beneficiado al estrato social medio y alto.

### **1.2.3.3 Productos y servicios**

Dispone de los recursos captados a través de las cuentas de ahorros y los canaliza hacia las prestaciones de los socios para fines específicos como:

- Adquisición, construcción, mejora, ampliación o terminación de viviendas.
- Compra de terrenos destinados a vivienda.
- Adquisición de locales de trabajo y oficinas profesionales.
- Cualquier actividad que fortalezca el bienestar familiar.
- Depósitos de ahorro
- Títulos hipotecarios
- Depósitos a plazo de más de 360 días
- Asistencia Financiera

### **1.2.4 La banca pública**

Es una entidad financiera cuyo accionista es el Estado, a través de varias instituciones, las cuales tienen varias funciones que realizar dentro de la economía como por ejemplo el controlar y aplicar la política monetaria, estimular y acelerar el desarrollo socioeconómico del país mediante una amplia y adecuada intermediación con el objetivo de mejorar las condiciones de vida de la población más vulnerable.

La economía necesita contar con una banca oficial transparente y eficiente que contribuya a promover el ahorro y canalizar el crédito hacia proyectos de crecimiento.

En la mayoría de los países del mundo, incluidos los de mayor desarrollo funcionan bancos oficiales o con participación pública que cumplen funciones de promoción de actividades productivas y sociales así como contribuyen al financiamiento del consumo de los sectores de menores ingresos.

De allí que sea necesario contar con una banca pública que cumpla con los estándares de eficiencia indispensables y que esté al servicio de políticas de Estado y no de intereses privados.

### 1.2.4.1 Definiciones básicas

La Banca Pública está constituida por las siguientes instituciones que se describen en el cuadro a continuación:

Cuadro 2.

<b>BANCA PÚBLICA</b>	<b>Banco Central del Ecuador</b> El Banco Central del Ecuador tiene como función constitucional establecer, controlar y aplicar la política crediticia del Estado, así como también la atribución de conocer, aprobar y evaluar la ejecución de los presupuestos de las instituciones financieras públicas.
	<b>Banco Nacional de Fomento</b> Es una entidad financiera cuyo objetivo central es brindar productos y servicios financieros competitivos e intervenir como ejecutor de las políticas de gobierno para apoyar a los sectores productivos y a sus organizaciones, contribuyendo al desarrollo socio-económico del país.
	<b>Corporación Financiera Nacional</b> Es una institución financiera pública, cuya misión consiste en canalizar productos financieros y no financieros alineados al Plan Nacional de Desarrollo para servir a los sectores productivos del país.
	<b>Banco Ecuatoriano de la Vivienda</b> Es una entidad financiera cuyo objetivo es el de consolidarse como Banca de Segundo Piso, a fin de atender el mercado hipotecario y financiero, que cubra las demandas de las viviendas de interés social y su financiamiento con suficientes recursos y con la participación dinámica del sector privado.
	<b>Banco del Estado</b> Tiene por finalidad canalizar los recursos para el desarrollo de obras y servicios públicos, orienta sus créditos hacia el sector público, acorde a las políticas del estado.
	<b>Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas</b> Es una institución financiera pública, dedicada a invertir en la formación del talento humano ecuatoriano, a través de la administración de recursos económicos, para la concesión de crédito educativo y becas.

Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

### 1.2.4.2 La banca pública en el Ecuador

“La banca pública en el Ecuador en el primer trimestre del 2011, alcanzó 412,8 millones de dólares en colocaciones tanto para obras de infraestructura local, como para proyectos productivos y habitacionales.

De este monto, la Corporación Financiera Nacional (CFN) entregó 120 millones en créditos a favor de 4.663 beneficiarios; el Banco Nacional de Fomento, 108,7 millones; Banco del Estado, 91,4 millones dólares; y el Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV), 92,7 millones (no se incluye el Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social ni al Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas)”. (<http://andes.info.ec/quienes-somos>)

Con ello se deja ver que ha mejorado el rendimiento de los recursos que manejan los bancos públicos del país, lo que a su vez permite dinamizar la economía, impulsar el sector productivo y generar fuentes de empleo.

“De acuerdo con datos de la CFN, hasta la fecha se han logrado crear 3.952 fuentes de empleo directo y 1.066 empleados indirectos. Esta entidad ha entregado un 50% en préstamos directos, un 8% para el plan Renova (para renovación de vehículos de transporte público), 10% para comercio exterior; y 28% para créditos de segundo piso.

En cuanto a los créditos que otorga el Banco del Estado, el 76,8% fueron destinados a los Municipios para proyectos de desarrollo favoreciendo a 158 de los 221 cantones del país”. ( <http://andes.info.ec/quienes-somos> )

Se puede ver que el ahorro del país se está destinando a proyectos de desarrollo que priorizan la economía social y solidaria.

#### **1.2.4.3 Productos y servicios**

Las instituciones públicas tienen un enfoque más microempresarial debido a que por medio de los diferentes Bancos apoya al desarrollo del agricultor en el caso del Banco de Fomento o en si a las microfinanzas como es el caso de la CFN.

Las Instituciones Financieras Privadas no son las únicas que captan depósitos, en el caso de las Instituciones Públicas, el Banco Nacional de Fomento al igual que el Banco de la Vivienda tienen cuentas de ahorros enfocados a las personas que tienen relación con este tipo de Instituciones; es decir, con personas que buscan

financiamiento para vivienda o para personas microempresarios de la zona rural especialmente. En el esquema se describen los productos y servicios que ofrece la banca pública.

**Cuadro 3.**

<b>Corporación Financiera Nacional</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Crédito de primer piso.</li><li>• Crédito de Segundo Piso</li><li>• Negocios Fiduciarios</li><li>• Programa de financiamiento bursátil</li><li>• Participación accionaria</li></ul>
<b>Banco Ecuatoriano de la Vivienda</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cuenta de ahorros</li><li>• Fondos de garantías</li><li>• Redescuento de cartera</li><li>• Créditos a organismos seccionales</li><li>• Fideicomisos inmobiliarios</li><li>• Créditos a constructores y org. sociales</li></ul>
<b>Banco Nacional de Fomento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cuenta corriente y ahorro, crédito</li><li>• Captaciones y depósitos a plazos</li></ul>
<b>Banco del Estado</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Créditos de preinversión y fortalecimiento institucional</li></ul>

Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

### **1.3 Tendencias actuales de productos y servicios financieros**

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

En la actualidad debido a los avances tecnológicos, los servicios financieros se han convertido en bienes comunes y para poder ganar a la competencia los bancos deben mejorar la experiencia de los clientes a través de una gestión de datos más

sofisticada. La multitud de canales que existen para relacionarse con los bancos junto con el nacimiento de la Web 2.0, aumentan la interactividad complicando aún más la captación y retención de clientes.

Con el objetivo de poder aumentar su competitividad el sector financiero debe proporcionar niveles superiores de servicio y mayor rapidez en adoptar los últimos avances tecnológicos, pensando siempre y en primer lugar en los clientes; pues nos encontramos frente a un crecimiento impresionante de las comunidades online, de la Web 2.0 y del poder del usuario que exige respuesta rápida, soluciones seguras y atención personalizada. En este sentido, las entidades que consigan crear una infraestructura sencilla, integrada y eficiente invirtiendo en tecnología para satisfacer las necesidades de los clientes serán las mejor posicionadas y sobrevivirán a las diferentes presiones del mercado.

El sector financiero tiene que seguir los ejemplos de las demás industrias, generando experiencias ricas para los usuarios de los servicios bancarios, experiencias que les proporcionan lo que están buscando en el momento que lo necesitan. La seguridad, la usabilidad y la personalización son las tres características principales de los servicios financieros para crear productos capaces de responder a las necesidades de los usuarios y fidelizarlos. Además, los expertos coinciden que actualmente la movilidad es la tecnología-clave para diferenciar el negocio de las entidades bancarias, satisfaciendo las necesidades de los clientes internos y externos para aumentar la productividad.

La Web 2.0 ha cambiado las reglas en el sector bancario en cuanto se ha impuesto como un movimiento masivo, global e imparable con tres principales tendencias: sociales (redes sociales e intercambio ilimitado de contenido), tecnológicas (SOA, firma electrónica, etc.) y de negocio (comunidades, BaaS). Los usuarios no sólo invierten su tiempo en buscar información, sino se preocupan sobre todo en intercambiarla y experimentarla y todo esto a través de múltiples dispositivos y plataformas.

En conclusión, se puede decir que los sistemas de información deben ser una herramienta que, de forma eficiente, permita a las entidades financieras realizar su negocio de manera eficaz.

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

Desde hace algún tiempo, las entidades bancarias han desarrollado algunos canales complementarios a la tradicional sucursal bancaria para la distribución de sus productos y servicios. En este contexto, podemos diferenciar dentro de los canales de provisión de servicios financieros dos grupos: la banca a distancia y la banca interactiva.

La banca a distancia comprende: banca telefónica, banca electrónica (por internet, televisión, ordenador, etc.), Ticketing; mientras la banca interactiva está compuesta por: Comercio Electrónico y Autoservicios (cajeros automáticos, puestos automáticos, puntos de venta (POS), TPVs (terminales dotados del software para gestionar pagos on-line).

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

La Banca ecuatoriana se encuentra concentrando sus esfuerzos hacia la masificación y modernización del uso de los productos y servicios financieros que permitan la inclusión de un mayor número de ecuatorianos en el sistema. Si bien el avance ha sido importante, los niveles de profundización financiera y bancarización al compararlos con las de América Latina aún se mantienen por debajo del promedio; por lo que es fundamental la adopción de nuevas políticas que estimulen el crecimiento sostenido del sector financiero.

Mediante el desarrollo tecnológico y la constante innovación, el Sistema Bancario Ecuatoriano ha fusionado varios servicios independientes con la intermediación financiera, como por ejemplo el internet y el celular. Al respecto, la Banca se encuentra permanentemente desarrollando nuevos productos y servicios de alta calidad, que antes eran inexistentes en el país, como la Banca Electrónica. En la actualidad, es común que la mayor parte de ecuatorianos realicen transacciones bancarias vía celular e Internet, extendiendo y agilizando el acceso a la actividad financiera en el país.

Por tal razón se puede decir que de acuerdo al número de clientes existentes, la meta que la banca ecuatoriana debe cumplir se relaciona con la oferta de productos y servicios de calidad y que sean oportunos para cada tipo de cliente, es decir atender las necesidades específicas de financiamiento y de seguridad y rentabilidad para sus ahorros con la mejor tecnología y mayor comodidad. Además, un factor adicional es la actitud y formación del personal pues este contribuirá a la efectividad comercial.

Dentro de este contexto, se ha tomado como referencia la información que se indica en la página web Tendencias Digitales quienes han llevado a cabo un estudio realizado sobre Banca Electrónica en Latinoamérica en los países de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela, encontrando que: “las transacciones realizadas por los latinoamericanos mediante la Banca Electrónica que presentaron mayor crecimiento durante el 2010 se dividen en dos categorías: actividades asociadas a inversiones, con crecimientos por encima del 200%, y transacciones relacionadas con medios de pago que registraron un aumento de más del 45%.

Si nos referimos a las actividades asociadas a inversiones, la compra de fondos mutuales (323%), realización de inversiones como certificados de depósito y plazo fijo (306%) y compra de acciones (202%) fueron las actividades que registraron un mayor crecimiento. Por su parte, cuando hablamos de transacciones con medios de pago las que más registraron crecimiento fueron el bloqueo de tarjetas de Crédito y Débito (95%), solicitud de chequeras (84%) y el pago de tarjetas de crédito del mismo banco (49%)”. (<http://www.tendenciasdigitales.com>)

**CAPÍTULO II**

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

## **CAPÍTULO II: ANÁLISIS SITUACIONAL DEL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO, UNA PERSPECTIVA DESDE LA OFERTA POR PLAZA**

### **Introducción**

Actualmente, el sistema financiero ecuatoriano es uno de los más modernos de la región. Sin embargo, aún falta desarrollar programas que mejoren la relación con los clientes y, además, permitan desarrollar el negocio financiero. Con el desarrollo de la banca nacional y la presión por generar mejores productos, el reto es simplificar los procesos, hacerlos más dinámicos y efectivos. Hacia allá camina la banca y las soluciones están a disposición.

Un sistema financiero es una característica básica para cualquier economía que busque un desarrollo socioeconómico sostenido; entendiéndose como tal a la generación de riqueza junto con el incremento del bienestar de la colectividad. Por ello es vital el control, y en mayor medida, el auto control de todos los participantes del mercado; es así como los bancos e instituciones financieras ecuatorianas poco a poco se han convertido en uno de los socios más importantes para cumplir los sueños de los emprendedores; sean estos grandes o pequeños.

### **2.1 El sistema financiero local (Análisis por plaza y subsistemas)**

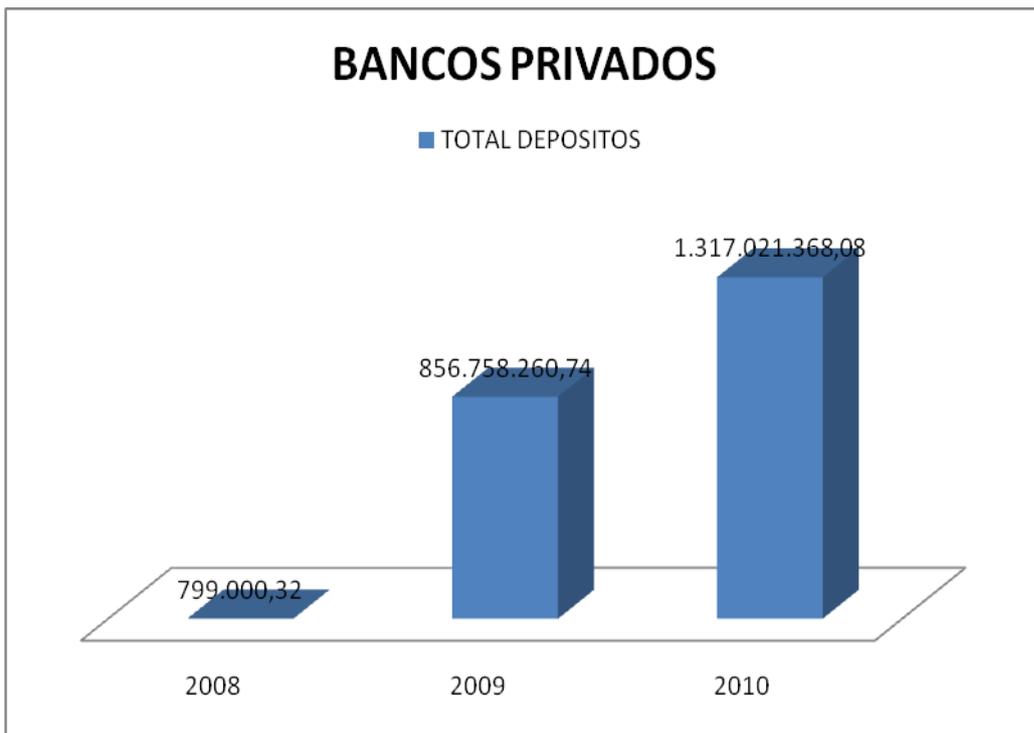
En la ciudad de Azogues para el presente análisis se ha considerado una muestra de siete bancos privados: Banco del Pichincha, Austro, Bolivariano, Promerica, Internacional, Pacífico y Guayaquil; tres cooperativas entre ellas: Cooperativa Juventud Ecuatoriana Progresista, Jardín Azuayo y Cacpe Biblián, una Mutualista: Mutualista Azuay, un Banco Público: Banco Nacional de Fomento, y una Sociedad Financiera como lo es Fidasa.

### **2.2 Evolutivo de captaciones**

Para las instituciones que conforman el sistema financiero ecuatoriano es importante conocer el criterio de sus clientes de manera que confíen su dinero en las entidades financieras locales obteniendo resultados favorables reflejados en la rentabilidad y servicios que ofrezcan al público.

Las captaciones totales de la banca privada contabilizaron una variación anual positiva siendo ésta del 54% entre el año 2009 y 2010. En este caso el saldo del 2008 al 2009 ascendió \$ 855.959.260,42 millones y del 2009 al 2010 fue de \$ 460.263.107,34 millones cuya evolución es resultado de las variaciones positivas tanto de los depósitos a la vista y depósitos a plazo.

**Cuadro 2.2.1.**

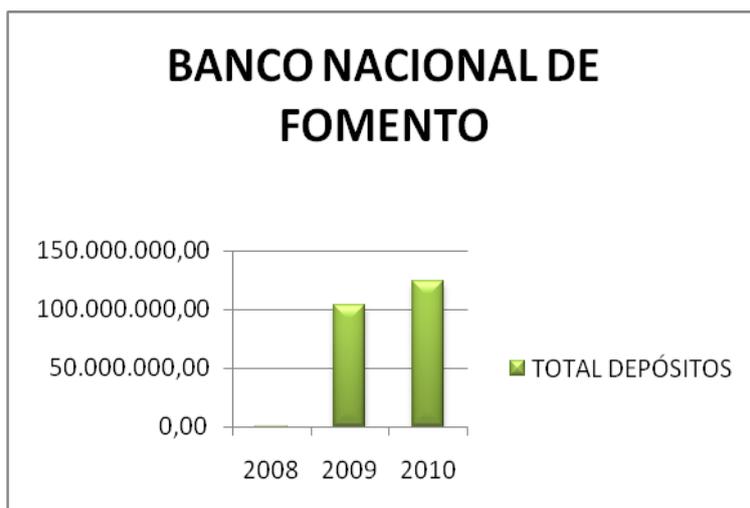


**Fuente:** [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

**Elaborador por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En cuanto al total de depósitos en el Banco Nacional de Fomento entre el año 2008 y el 2009 se registra un aumento que corresponde a un valor de \$ 103.403.872,18 millones y con respecto al año 2009 y 2010 se observa un incremento del 20% que representa \$ 20.735.632,44 millones. Este resultado positivo se debe a los índices favorables de depósitos de ahorro y depósitos que no generan intereses en lo que respecta a depósitos a la vista y los depósitos a plazo.

Cuadro 2.2.2.

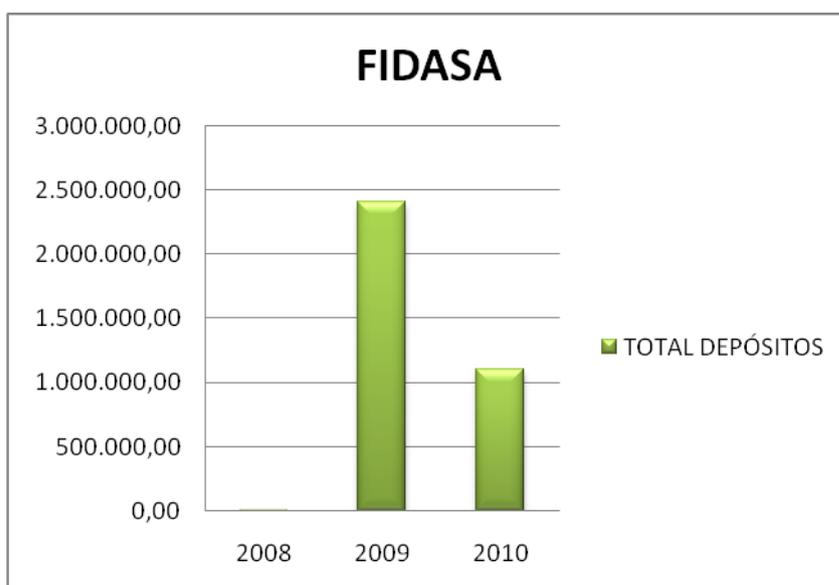


Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Dentro de las sociedades financieras se ha tomado como muestra de análisis a FIDASA cuyo total de captaciones nos indica una variación negativa entre el año 2009 y 2010 ya que se registra una baja del 54% en el año 2010 con respecto al 2009 lo que significa una disminución de \$ -1.304.476,40 millones. Este resultado se debe a la falta de depósitos a la vista y una disminución de depósitos a plazo del año 2010 con respecto al 2009.

Cuadro 2.2.3.

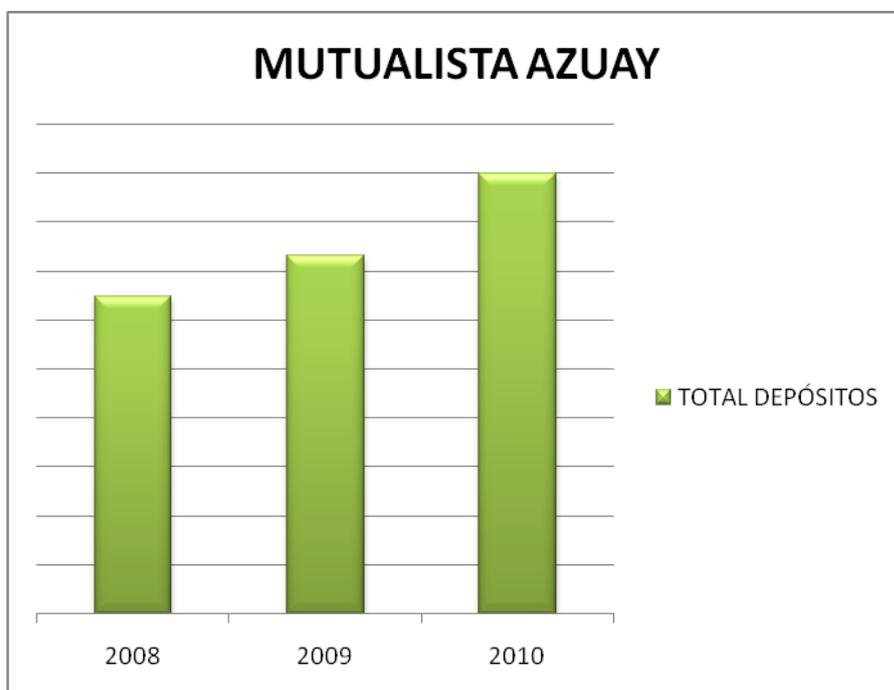


Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En el caso de las Mutualistas se ha tomado como referencia a Mutualista Azuay en donde el total de captaciones entre los años 2008, 2009 y 2010 indican un incremento entre un año y otro. Entre el año 2008 y 2009 se registra un incremento del 13% equivalente a \$ 4.186.600,92 y entre el año 2009 y 2010 se indica un auge del 23% correspondiente a un valor de \$ 8.430.875,80. Este aumento se presenta como resultado de la variación positiva tanto de los depósitos a la vista y depósitos a plazo de esta institución financiera.

Cuadro 2.2.4.

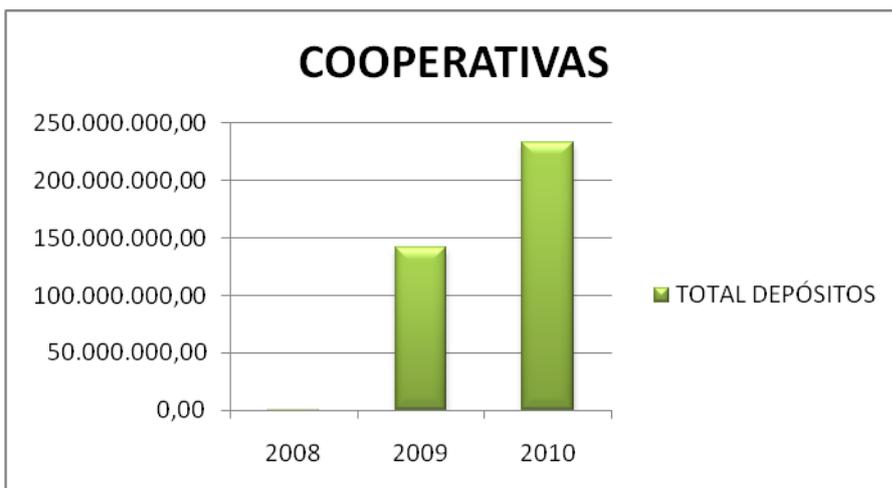


Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Por último, como parte de la conformación de las instituciones financieras que integran el sistema financiero ecuatoriano se encuentran las cooperativas en las que se presenta un índice de incremento entre los años 2008, 2009 y 2010 en su total de captaciones. En el 2010 se indica una alza del 64% que corresponde a \$ 90.527.703,29 millones con respecto al año anterior.

**Cuadro 2.2.5.**



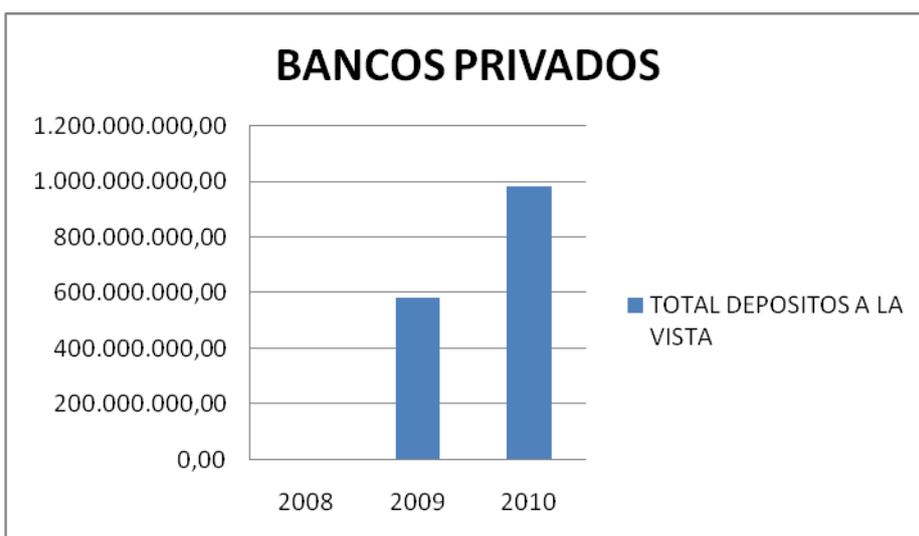
Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

### 2.2.1 Por tipo de depósito

Realizando un desglose por tipos de depósito, en lo referente a Depósitos a la Vista en Bancos Privados se observa una variación anual entre el 2009 y 2010 del 69% registrándose un incremento positivo en el año 2010 de \$ 403.115.723,13 millones respecto del año anterior.

**Cuadro 2.2.1.1.**

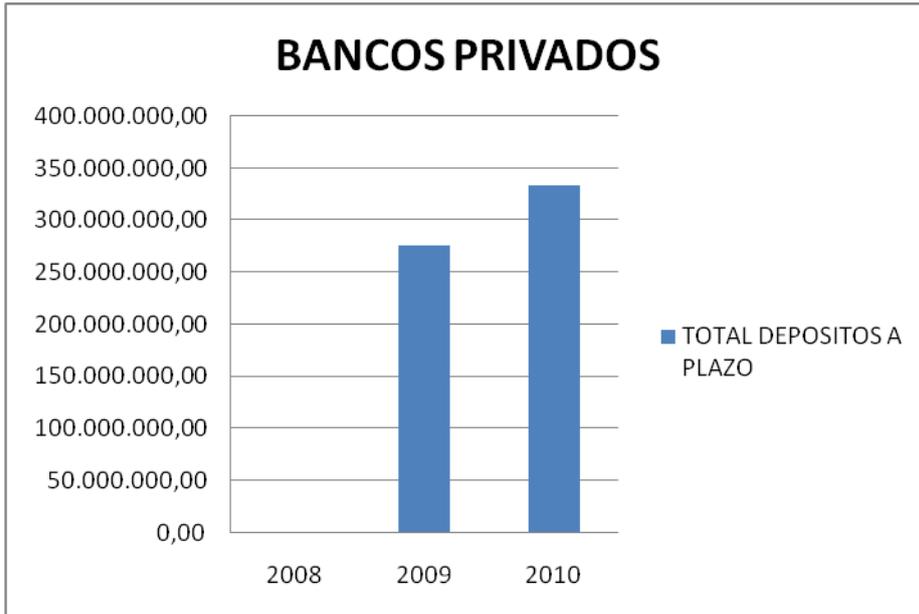


Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En las captaciones a plazo de los bancos privados durante estos tres años se presentó una favorable evolución. Durante los dos últimos años, se evidencia un aumento de \$57.147.383,21 millones que corresponde a un 21%. En general, las captaciones tanto de 1 y más de 361 días han tenido un movimiento positivo en cada uno de los bancos lo que indica que la gente está confiando sus ahorros.

**Cuadro 2.2.1.2.**

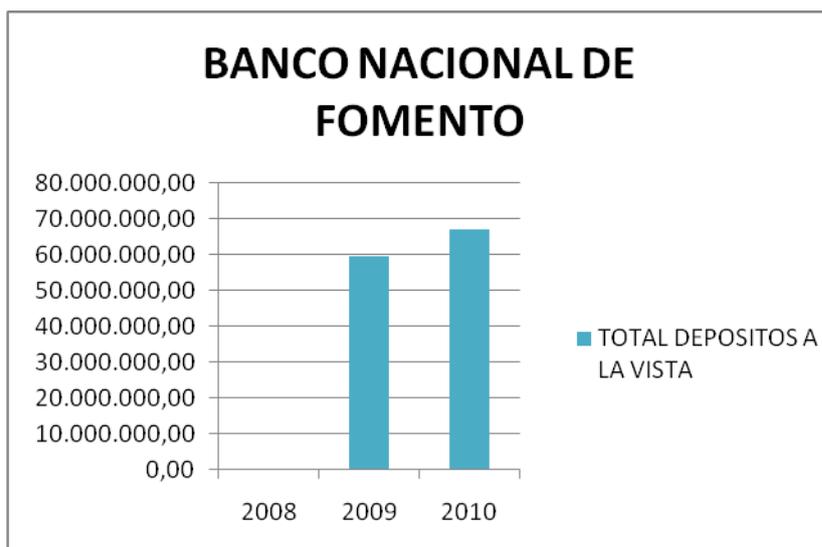


Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Para el análisis de captaciones de la banca pública se ha tomado como muestra el Banco Nacional de Fomento. En el Total de Depósitos a la Vista a partir del año 2008 al 2010 se ha observado una variación anual positiva; es así como entre el año 2009 y 2010 se registra un aumento del 13% que corresponde al \$ 7.491.752,44 millones, a pesar de que los Depósitos monetarios que generan intereses y los depósitos de las instituciones financieras en el 2010 tuvieron un ligero declive mientras que los depósitos de ahorro y los depósitos que no generan intereses repuntaron en el 2010 dando como resultado un incremento anual en este año en la banca pública.

Cuadro 2.2.1.3.

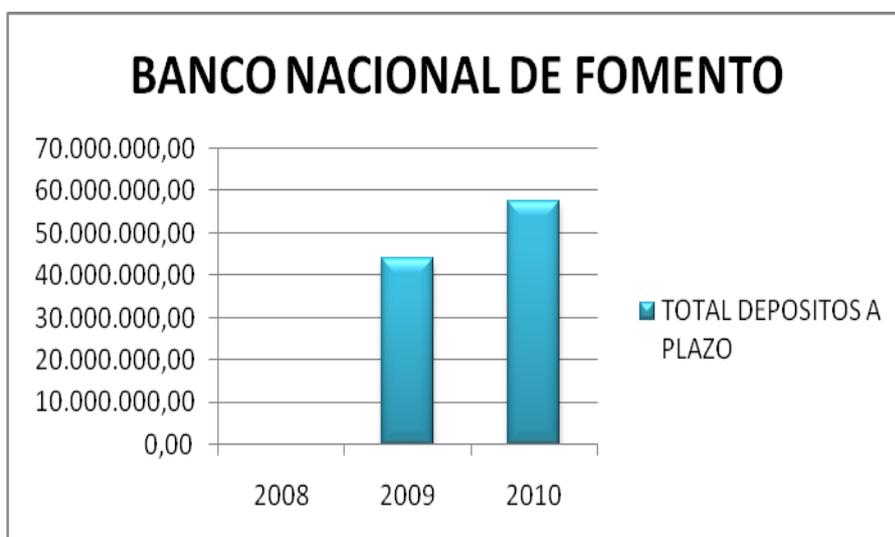


Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Las captaciones a plazo en la banca pública mejoraron en el 2010 con un incremento en relación al año anterior del 30% es decir \$ 13.243.880,00 ya que en los depósitos de 1 hasta los de más de 361 días del 2009 al 2010 existe una variación positiva y además se evidencia la ausencia de depósitos por confirmar.

Cuadro 2.2.1.4.



Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

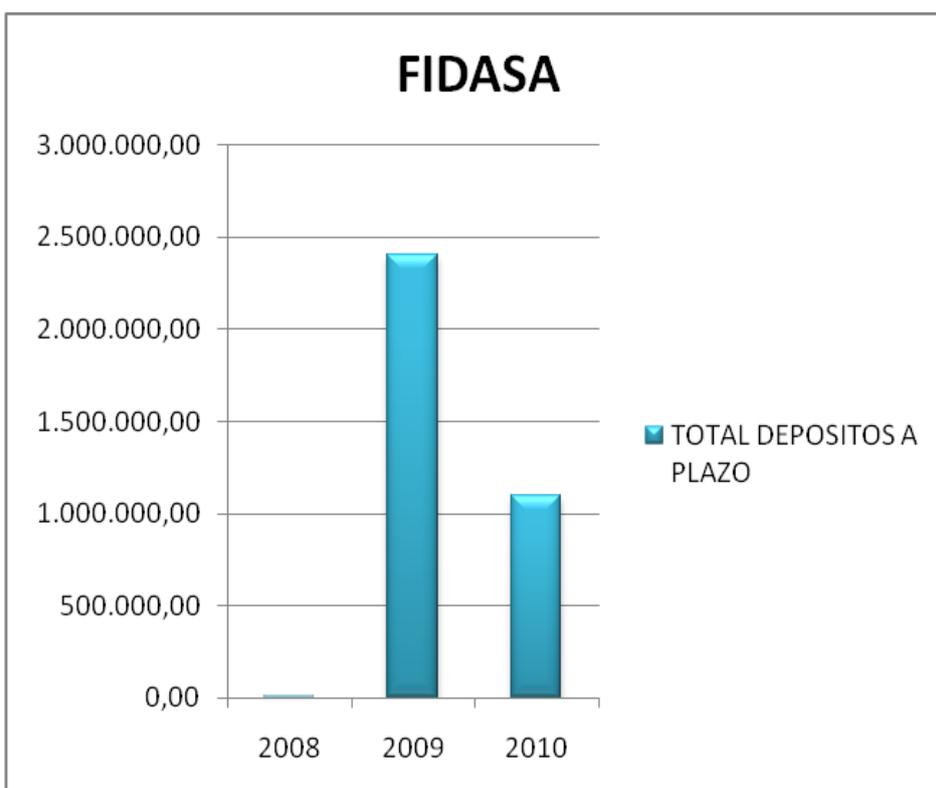
Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Las captaciones a plazo en la sociedad financiera en este caso FIDASA tuvieron un decremento en el año 2010 mientras que entre el año 2008 y 2009 se dio un incremento. Los índices de variación indican entre el año 2008 y 2009 un incremento

positivo del 99%, por el contrario entre el 2009 y 2010 se registra una baja del 54% equivalente a un valor de \$ -1.304.476,40 pues se observa ausencia de depósitos a plazos de más de 361 días.

Es importante indicar que no se registra un análisis de las captaciones a la vista ya que no se han realizado tales desde el año 2008 al 2010.

**Cuadro 2.2.1.5.**

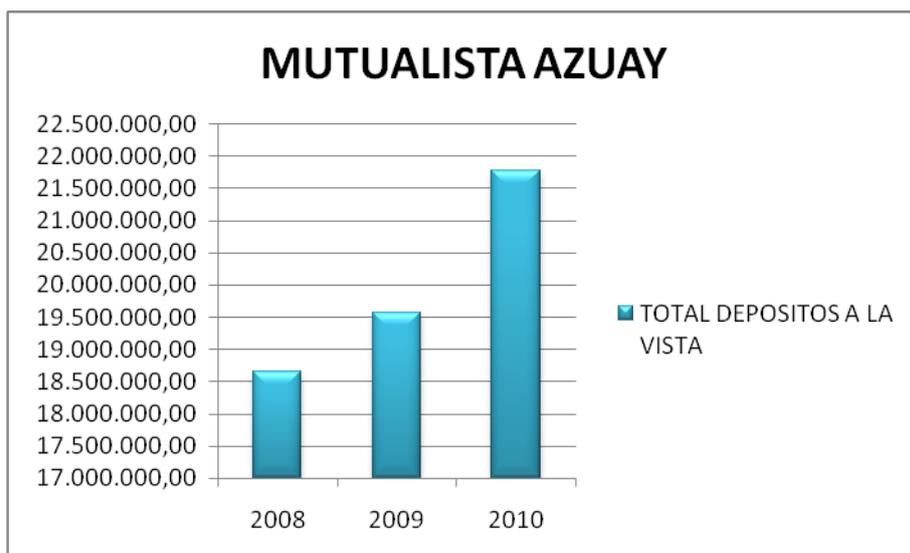


Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Los depósitos a la vista en la Mutualista Azuay presentan un índice de crecimiento entre los 3 años (2008,2009 y 2010) por ello se evidencia un incremento de depósitos del 11% para el 2010 en referencia del año anterior siendo equivalente este porcentaje a \$2.217.611,80 millones que en su totalidad se encuentran concentrados en depósitos de ahorro.

Cuadro 2.2.1.6.

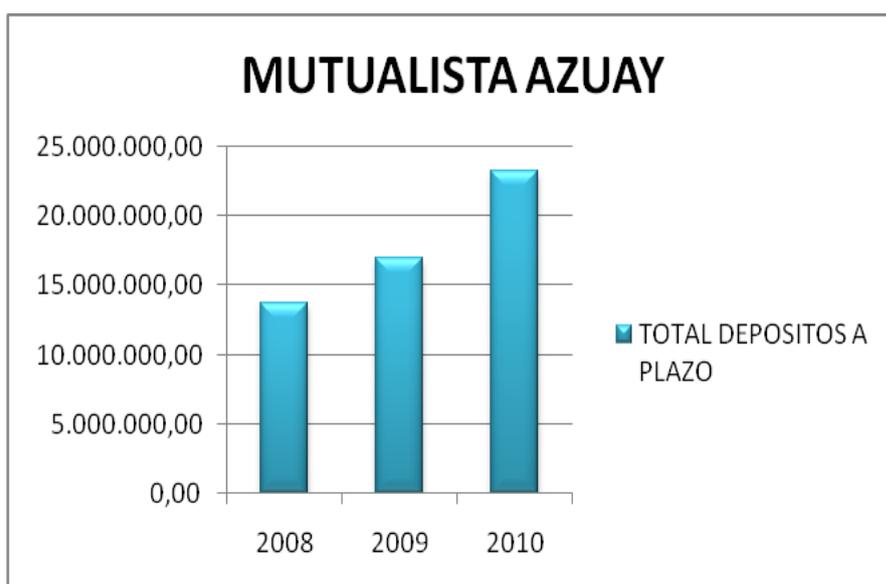


Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En cuanto a las captaciones a plazo de la Mutualista Azuay de igual manera existe un índice de incremento desde el año 2008 hasta el 2010. En el año 2010 se dio un crecimiento significativo del 24% correspondiente a un valor de \$8.430.875,80 en comparación con el año 2009 debido a mayores depósitos de 1 a 360 días y a la existencia de depósitos de más de 361 días los cuales no se registran en ninguno de los dos años anteriores.

Cuadro 2.2.1.7.

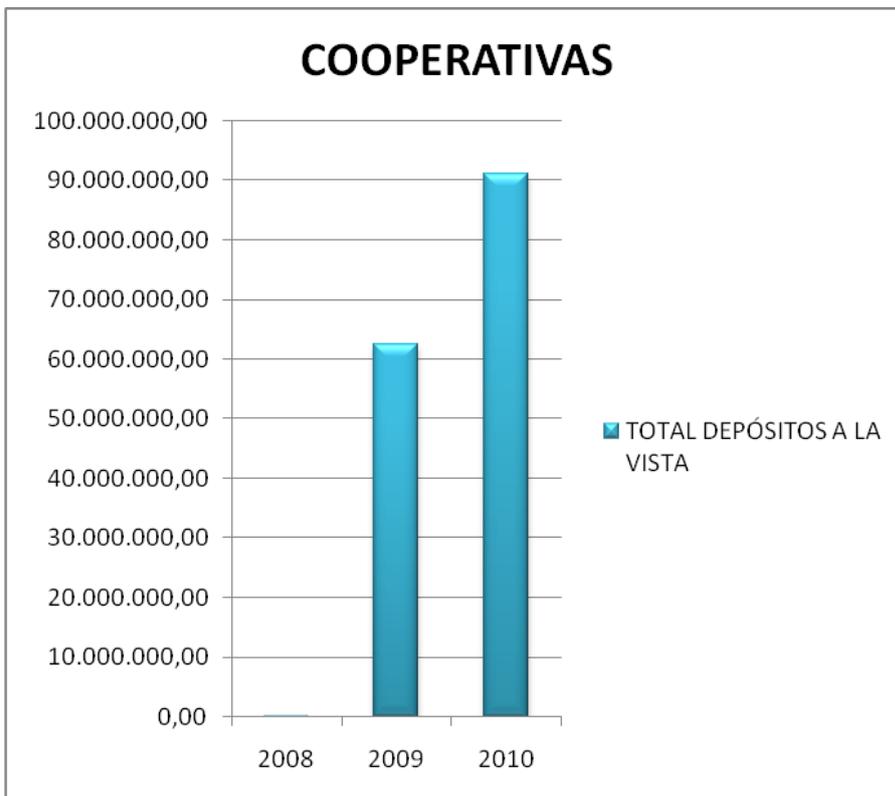


Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En el caso de las cooperativas sus captaciones a la vista nos indican crecimiento tanto en el año 2009 y 2010 al compararlos con los años que les anteceden respectivamente; es así como en el año 2010 se evidencia un incremento significativo del 46% en este tipo de depósitos que corresponde a un valor de \$28.792.750,54 y en el año 2009 existe un incremento de \$62.354.810,84 millones con respecto al año 2008. Estos resultados demuestran mayores captaciones de los depósitos de ahorros.

**Cuadro 2.2.1.8.**

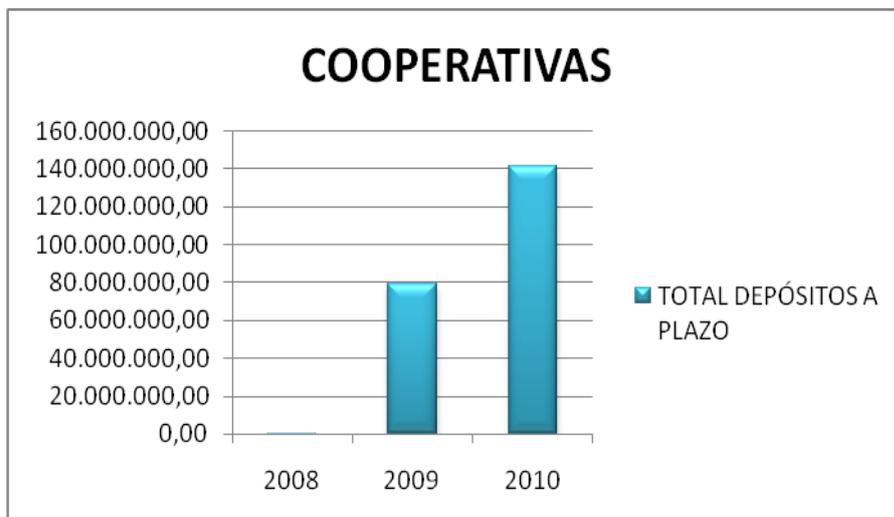


Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Los depósitos a plazo son el fuerte de las cooperativas y en estas captaciones se puede identificar un incremento entre el año 2008 al 2009 pues existe un alza favorable de \$79.425.056,29 millones para el 2009, mientras que para el año 2010 se registra un incremento del 78% equivalente a \$61.734.952,75 millones con respecto al 2009. Los depósitos de 31 a 90 días así como los de más de 361 días son los que indican mayores captaciones.

Cuadro 2.2.1.9.



Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

## 2.2.2 Por subsistema

Cuadro 2.2.2.1.

### ANÁLISIS DE LAS CAPTACIONES POR SUBSISTEMA

IFIS	CAPTACIONES			VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
	2008	2009	2010		
<b>BANCOS PRIVADOS</b>	799.000,32	856.758.260,74	1.317.021.368,08	460.263.107,34	54%
<b>BANCA PÚBLICA</b>	103.167,29	103.507.039,47	124.242.671,91	20.735.632,44	20%
<b>SOCIEDADES FINANCIERAS</b>	7.037,47	2.405.756,53	1.101.280,13	-1.304.476,40	-54%
<b>MUTUALISTAS</b>	32.364.888,11	36.551.489,03	44.982.364,83	8.430.875,80	23%
<b>COOPERATIVAS</b>	98.650,40	141.878.517,53	232.406.220,82	90.527.703,29	64%
<b>Total</b>	<b>33.372.743,59</b>	<b>1.141.101.063,30</b>	<b>1.719.753.905,77</b>	<b>578.652.842,47</b>	<b>51%</b>

Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

A Diciembre del 2010, el total de depósitos dentro de lo que comprende el sistema financiero de Azogues ascendió a 1.719.753.905,77 millones de dólares, esto quiere

decir 51% más que en Diciembre del año 2009 y en relación con el año 2008 se evidencia un crecimiento de 1.686.381.162,18 millones de dólares.

En cuanto a su subsistema se puede observar que las Cooperativas alcanzaron en el año 2010 un alza favorable del 64% en lo que respecta a su total de captaciones referenciales del 2009; es seguida por los bancos privados cuyo porcentaje de crecimiento para el año 2010 marca un 54%, es decir 460.263.107,34 millones de dólares más que el año que le antecede.

En cambio en las sociedades financieras se evidencia un receso para el año 2010 equivalente a -54% correspondiente a 1.304.476,40 millones de dólares debido a la ausencia de los depósitos en esta institución financiera durante los 3 años en lo que respecta a depósitos a la vista.

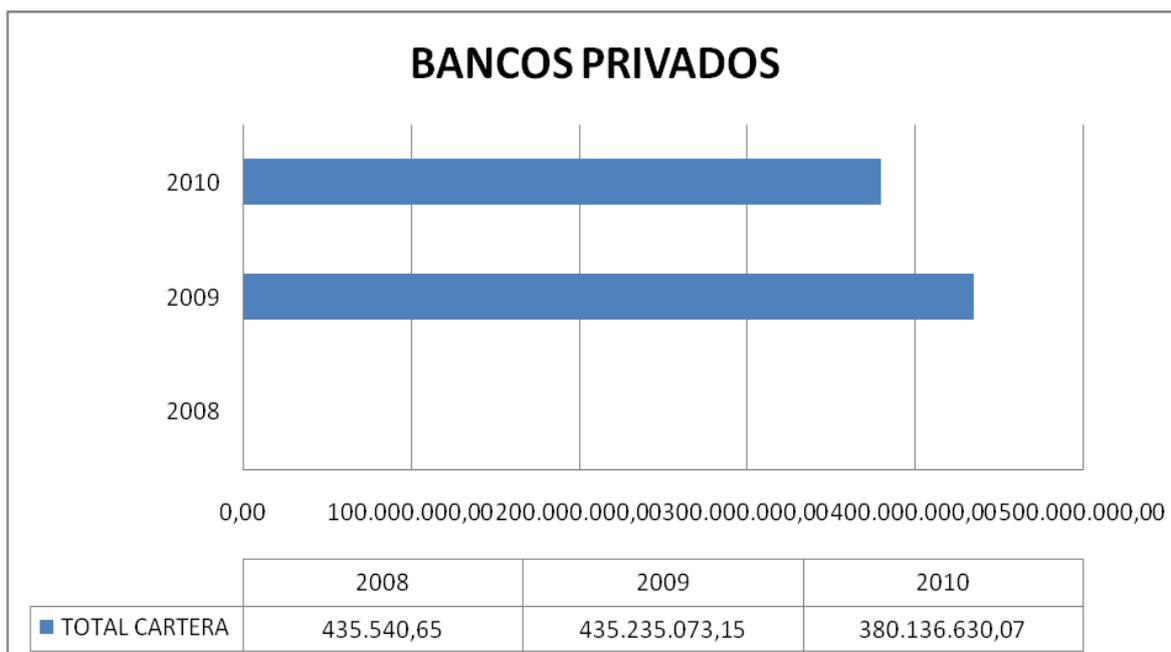
Finalmente, se encuentran las Mutualistas y la Banca Pública con un ligero crecimiento del 23% y 20% respectivamente lo cual indica que se debe poner mayor énfasis en estos subsistemas sobre todo en el caso de sus captaciones tanto a plazos como a la vista.

### **2.3 Evolutivo de colocaciones**

Una de las funciones de los intermediarios financieros es tomar fondos y colocarlos en el mercado, por este motivo es necesaria una adecuada y eficiente administración financiera de manera que coloque los recursos captados, en la cartera de créditos puesto que le permite recuperar luego del plazo pactado, el capital prestado más sus respectivos intereses.

Dentro de los bancos privados en su total de colocaciones para el año 2010 se ha sentido una baja sensible del 13% con respecto al año 2009 lo que representa un valor de 55.098.443,08 millones de dólares menos como resultado del descenso de colocaciones en la cartera de tipo comercial tanto para el 2009 como para el 2010; así como también se refleja la influencia de la disminución en la cartera de vivienda que para el año 2010 disminuyó en un 8%.

**Cuadro 2.3.1.**

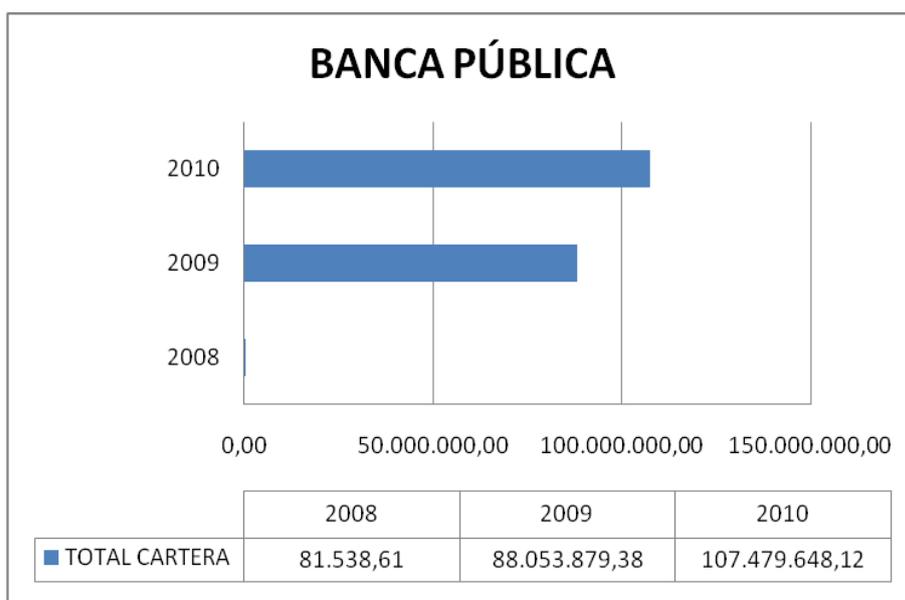


Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En el caso de la Banca Pública, se registra un incremento para el año 2010 en colocaciones para este tipo de institución financiera; con un porcentaje significativo de más del 100% se encuentra la cartera de microempresas ya que esta cartera elevó sus colocaciones en un valor de 5.999.084,47 millones de dólares, a pesar de que la cartera de consumo bajó sus colocaciones esto no fue un punto en contra.

**Cuadro 2.3.2.**

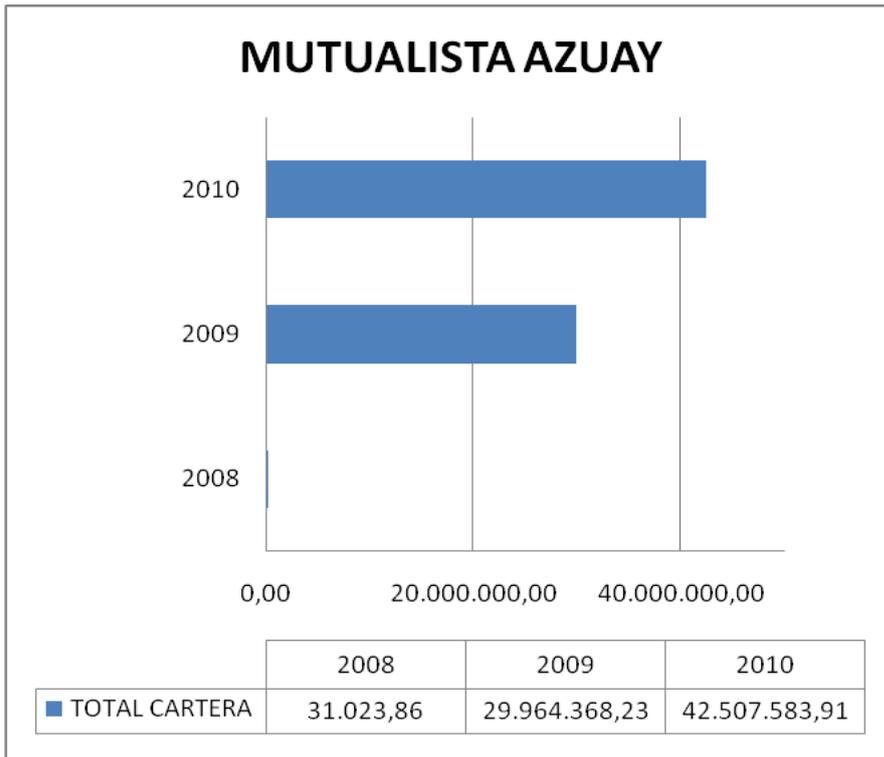


Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En las Mutualistas se presenta un positivo crecimiento en su total de colocaciones siendo éste del 42% en cartera total que representa un valor de crecimiento de 12.543.215,68 millones de dólares para el año 2010 y para el año 2009 una significativa alza de 29.964.368,23. En este caso ha jugado un papel muy importante la cartera de consumo por sus puntos positivos en colocaciones.

**Cuadro 2.3.3.**

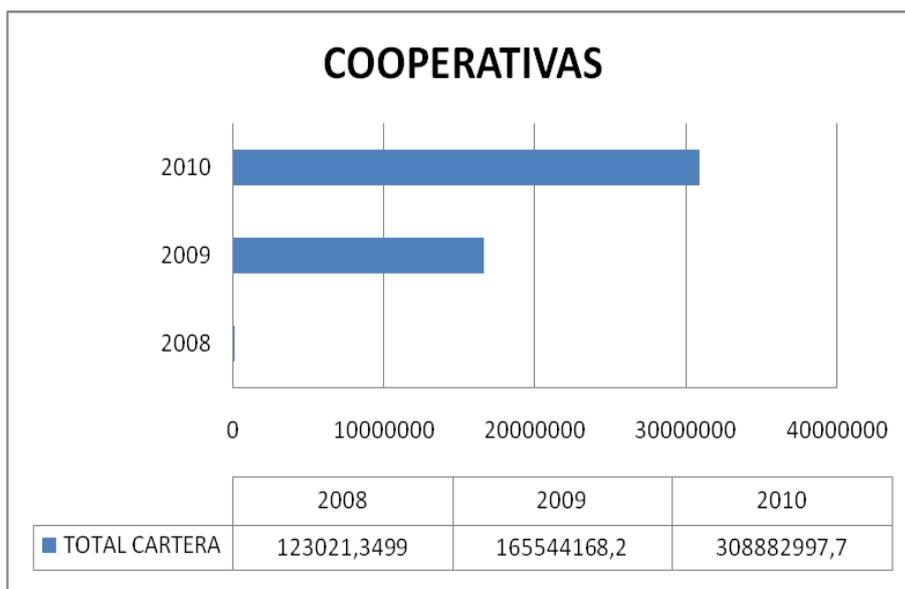


Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Para las cooperativas existe un incremento tanto para el año 2009 y para el año 2010 en su total de cartera. En el año 2009, el incremento corresponde a 165.421.146,80 millones de dólares y en el año 2010 representa el 87% de incremento en relación con el año 2009 y equivale a 143.338.829,54 millones de dólares. Este representativo incremento se debe a una favorable colocación en cartera de consumo.

**Cuadro 2.3.4.**



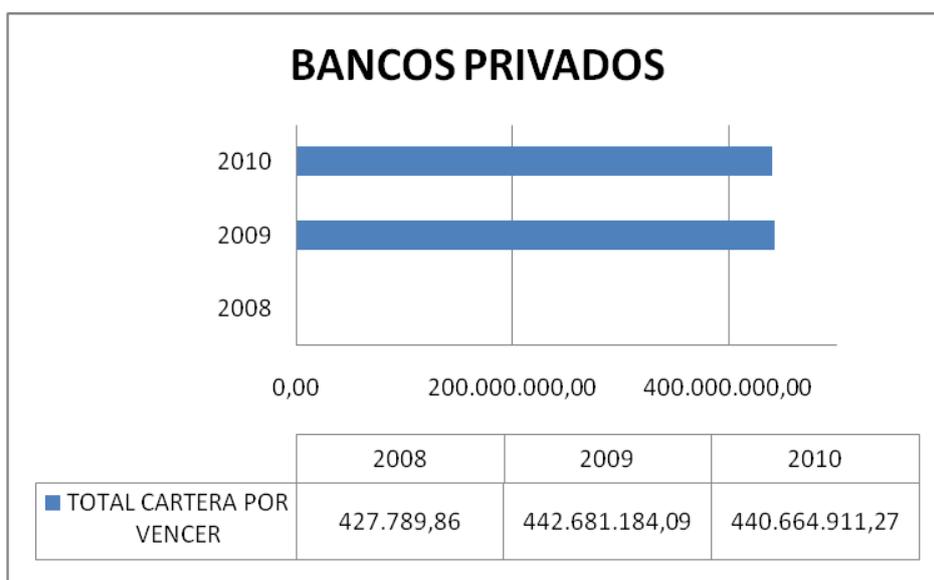
Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

### 2.3.1 Por tipo de cartera

Desagregando el análisis del tipo de cartera en el caso de los Bancos Privados se puede indicar que en lo que respecta a la cartera por vencer, ésta se vio afectada por la reducción en colocaciones tanto en cartera comercial y cartera de vivienda, es así que se registra un descenso en colocaciones de la cartera por vencer para el año 2010 de -2.016.272,82 millones de dólares, mientras que del año 2008 al año 2009 existe un incremento 440.237.121,41.

**Cuadro 2.3.1.1.**

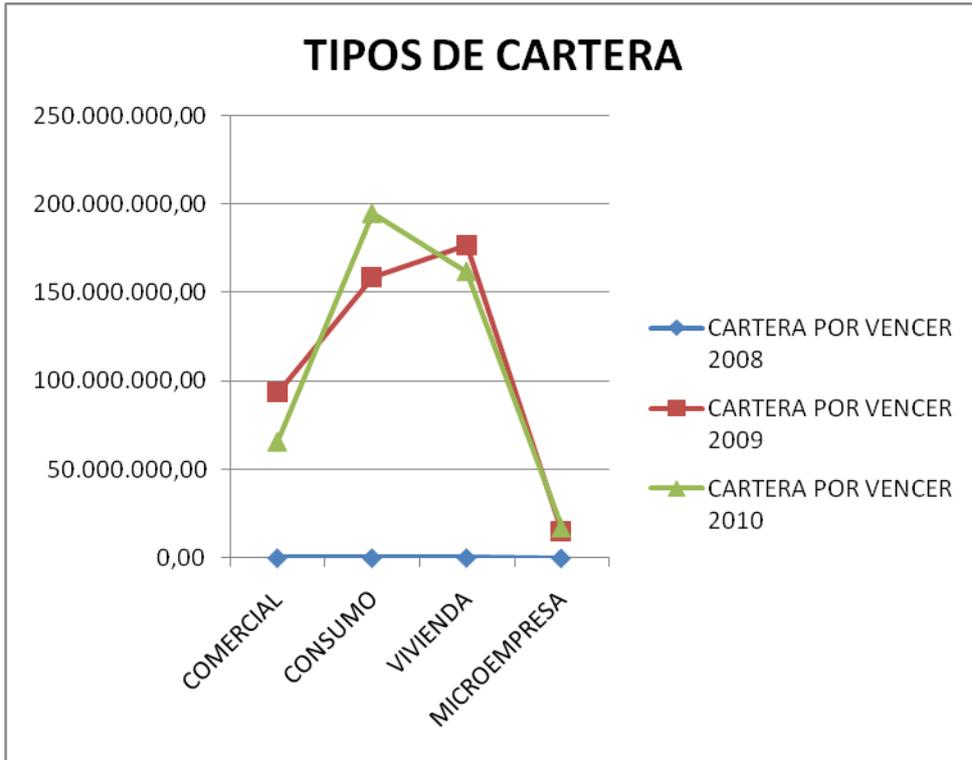


Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Como nos indica el gráfico a continuación en el año 2010 el tipo de colocaciones en cartera con mayor significancia fue el de cartera de consumo registrando un 23% de incremento en relación a los años anteriores. En cambio la cartera de comercial en el año 2010 declinó en relación con los datos registrados en el año 2009 por lo que tuvo un descenso del 29% en colocaciones de este tipo de cartera.

**Cuadro 2.3.1.2.**

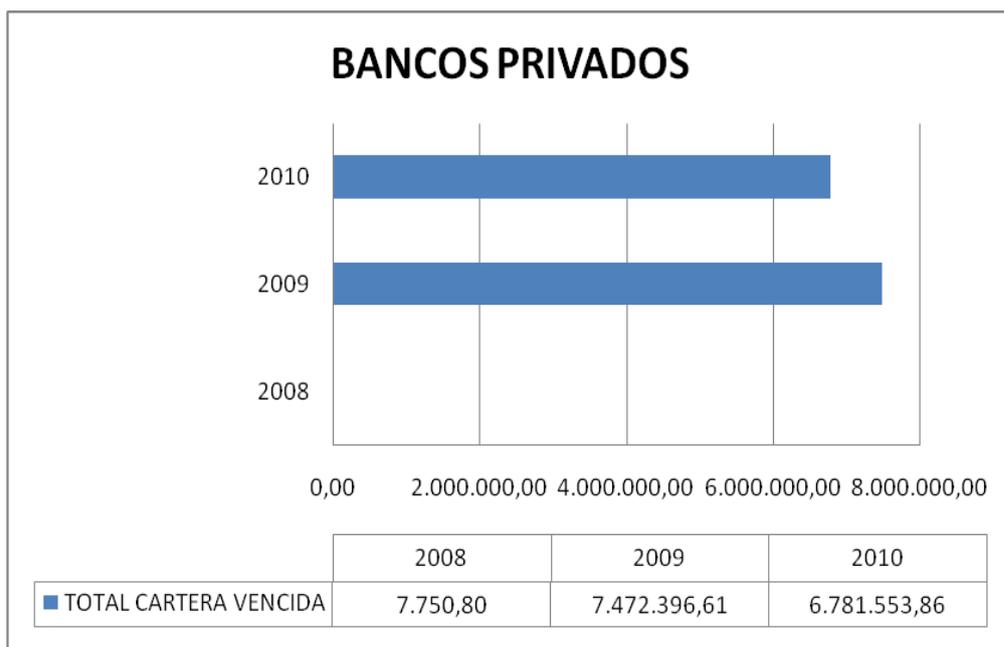


Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En lo referente a la cartera vencida se indica una disminución en el total de cartera vencida para el año 2010 de -690.842,75 millones de dólares que equivale a un 9% con respecto al año anterior. En cambio entre el año 2008 al 2009 se observa un incremento de 7.472.396,61 millones de dólares. Estos resultados se reflejan por una influencia en la disminución tanto de la cartera comercial vencida, cartera de vivienda vencida y cartera de microempresas vencida.

**Cuadro 2.3.1.3.**

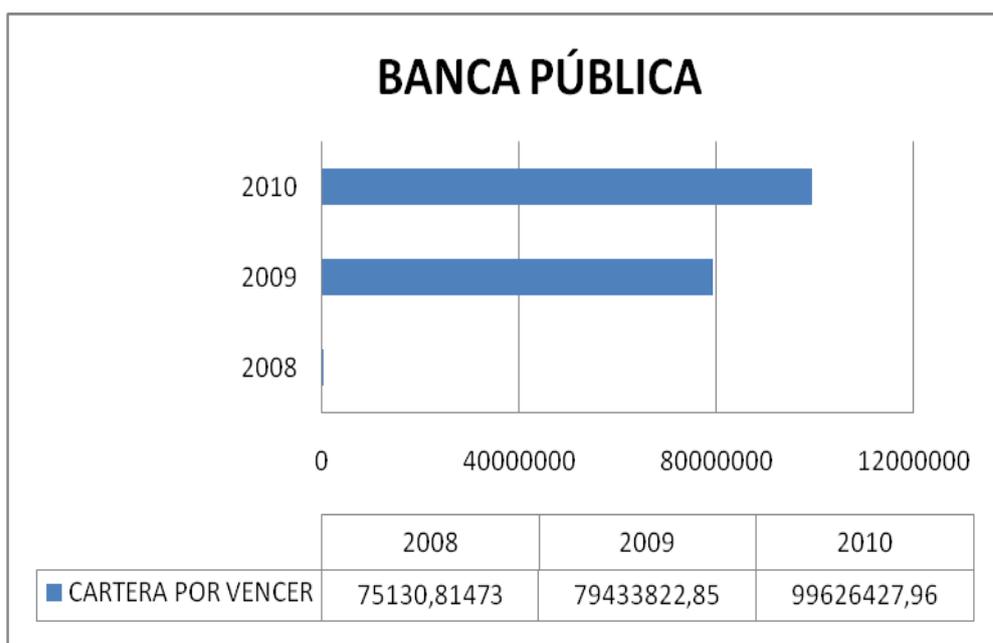


Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

La Banca Pública en su cartera por vencer señala un incremento para el año 2010 representado en un valor de 20.192.605,11 mayor que el año 2009 equivalente a un 25%. En este tipo de cartera la mayor colocación se registra en cartera de microempresas seguida de la cartera comercial.

**Cuadro 2.3.1.4.**

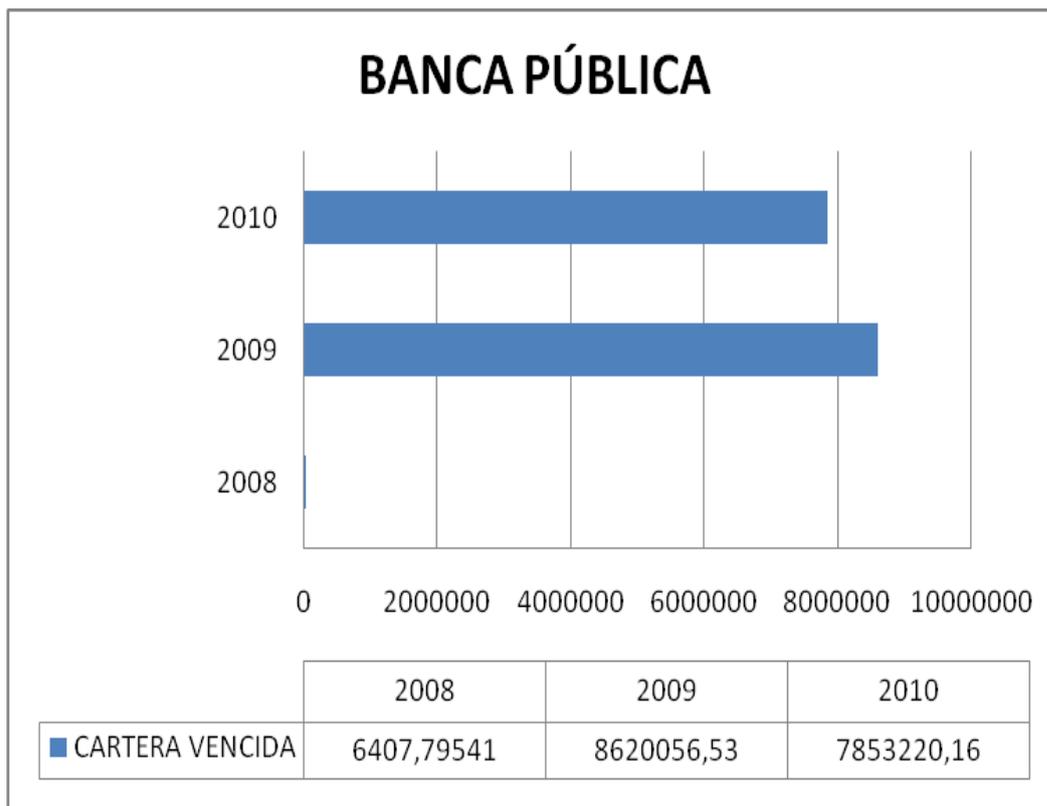


Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En cuanto a la cartera vencida de la Banca Pública existe un descenso en el año 2010 siendo esta del 9% correspondiente a un valor de -766.836,37 millones de dólares lo cual se debe a la disminución tanto en cartera comercial, de microempresa como en cartera de consumo, incluso se evidencia ausencia de movimiento en la cartera de vivienda.

**Cuadro 2.3.1.5.**

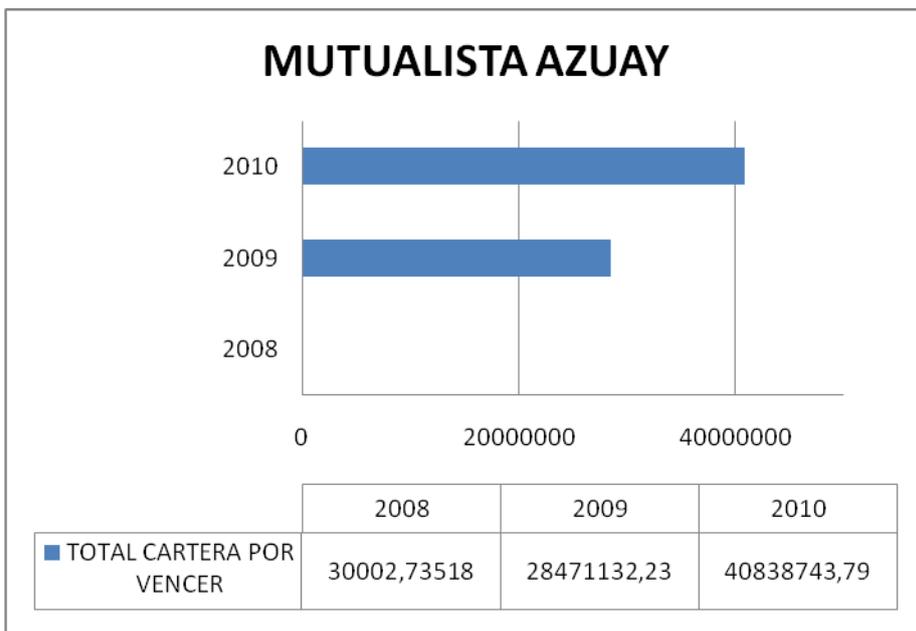


Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Según se puede observar en el gráfico para el año 2010 las Mutualistas en lo que respecta a sus colocaciones en cartera por vencer poseen un alza positiva del 43% siendo ésta por un valor de 12.367.611,56 millones de dólares en relación al año 2009, siendo la cartera de consumo la que mayor porcentaje de colocaciones registra dentro de este tipo de institución financiera.

**Cuadro 2.3.1.6.**

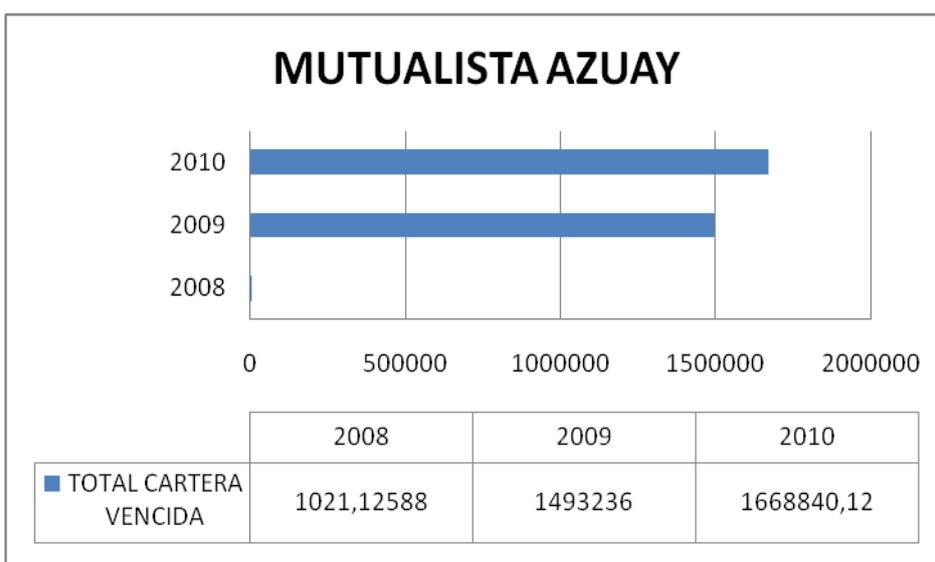


Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

De igual manera, para la cartera vencida en las Mutualistas existe un incremento en el año 2010 del 12% pues aumentó en un valor de 175.604,12 siendo la cartera de consumo la de mayores colocaciones.

**Cuadro 2.3.1.7.**

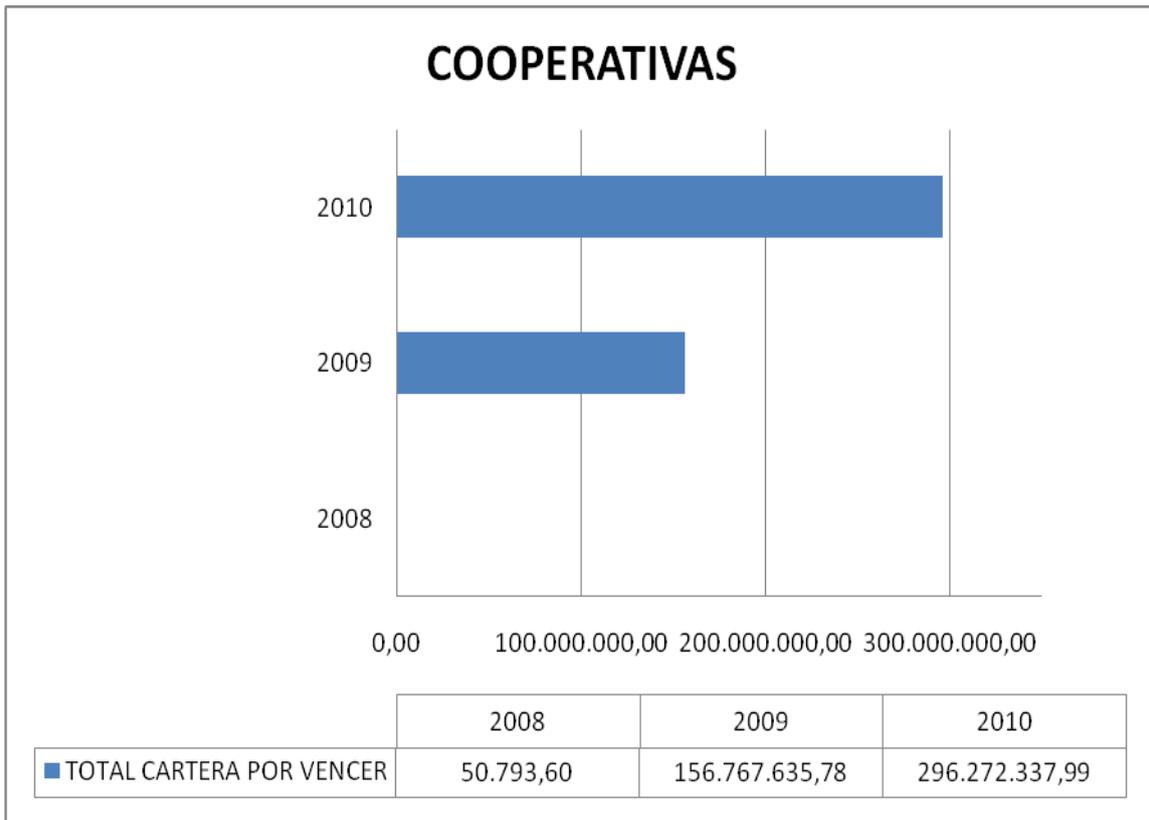


Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Finalmente, en el análisis de las cooperativas sobre la cartera por vencer en los tres años indica un incremento, es así que en el 2010 existe un alza favorable del 89% que significa un valor de 139.504.702,21 millones de dólares mayor al año 2009. Entre el año 2008 y el año 2009 el incremento fue de 156.716.842,18. Este resultado se encuentra influenciado por el aumento en cartera de crédito comercial por vencer y la cartera de microempresa por vencer.

**Cuadro 2.3.1.8.**



Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

La cartera vencida de las cooperativas registra de igual manera un incremento siendo el más significativo para el año 2010 por un valor de 6.679.467,00 correspondiente a un porcentaje que sobrepasa el 100%, el cual se debe a las altas colocaciones tanto en cartera de consumo como en la cartera de microempresa vencida.

Cuadro 2.3.1.9.



Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

## 2.3.2 Por Subsistemas

Cuadro 2.3.2.1.

### ANÁLISIS DE LA CARTERA DE CRÉDITOS POR SUBSISTEMAS

IFIS	COLOCACIONES			VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
	2008	2009	2010		
<b>BANCOS PRIVADOS</b>	435.540,65	530.553.411,71	380.136.630,07	-150.416.781,64	-28%
<b>BANCA PÚBLICA</b>	81.538,61	88.053.879,38	107.479.648,12	19.425.768,74	22%
<b>SOCIEDADES FINANCIERAS</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0%
<b>MUTUALISTAS</b>	31.023,86	29.964.368,23	42.507.583,91	12.543.215,68	42%
<b>COOPERATIVAS</b>	123.021,35	165.544.168,15	308.882.997,69	143.338.829,54	87%
<b>Total</b>	<b>671.124,47</b>	<b>814.115.827,47</b>	<b>839.006.859,79</b>	<b>24.891.032,32</b>	<b>3%</b>

Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

A Diciembre del 2010, la cartera bruta dentro del subsistema financiero de Azogues totalizó 839.006.859,79 millones de dólares (3%) más que en Diciembre del 2009, explicado principalmente por el comportamiento de las Cooperativas de Ahorro y Créditos que incrementó su cartera de créditos en 143.338.829,54 millones de dólares, seguido por la Banca Pública que posee un aumento de 19.425.768,74 millones y las Mutualistas con un incremento de 12.543.215,68.

Por otro lado, los Bancos Privados se encuentran con un registro negativo en su cartera de crédito con una disminución del 28% (150.416.781,64).

## 2.4 PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS. TIPOS Y COSTOS

### 2.4.1. Por Institución Financiera

A continuación se detallan los tipos de productos, servicios y costos que ofertan cada uno de las instituciones financieras en la plaza de Azogues:

Cuadro 2.4.1.1.

BANCOS PRIVADOS	PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS
<b>BANCO DEL PICHINCHA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicativo iPhone, Blackberry</li> <li>• Crédito Maestrías</li> <li>• Cash Management: administración y óptimo control de los flujos de efectivo de su empresa</li> <li>• Banca Electrónica</li> <li>• Red de Cajeros Automáticos</li> <li>• Sistema de ingreso biométrico</li> <li>• Bienes raíces</li> <li>• Créditos, Tarjetas de Crédito y Tarjetas de Débito</li> <li>• Cuentas corrientes y de ahorros</li> <li>• Cheques</li> <li>• Remesas Pichincha</li> <li>• Plan de novios</li> <li>• Inversiones, Comercio Exterior y Garantías Bancarias</li> </ul>
<b>BANCO DEL AUSTRO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banca Virtual</li> <li>• Crediágil</li> <li>• Videoconferencias</li> <li>• Giros y transferencias</li> <li>• Préstamos</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuentas de ahorro y cuentas corrientes</li> <li>• Tarjeta de débito</li> <li>• Inversiones, Garantías y Cobranzas</li> <li>• Casilleros de Seguridad</li> <li>• Comercio Exterior</li> <li>• Cajeros Automáticos</li> <li>• Tarjetas de Crédito</li> </ul>
<b>BANCO BOLIVARIANO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bankard (tarjetas de crédito)</li> <li>• Tarjetas de débito</li> <li>• Cuentas de ahorro y cuentas corrientes</li> <li>• Ecuagiros</li> <li>• Inversiones</li> <li>• Canales de atención: veinti4online, cajeros automáticos, oficinas.</li> <li>• Créditos</li> <li>• Comercio Exterior</li> <li>• Fondos de Inversión</li> <li>• Casa de Valores</li> <li>• Seguros</li> <li>• Otros servicios (paga el IESS en línea, adelanto efectivo, paga el colegio de tus hijos, etc.)</li> </ul>
<b>BANCO PROMERICA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Telefonía Celular</li> <li>• Tarjeta de débito CheckCard</li> <li>• Pago de Servicios Básicos</li> <li>• Compra y Venta de divisas</li> <li>• Transferencia electrónica de dinero</li> <li>• Western Union</li> <li>• Buzón de Compras</li> <li>• Tarjetas de Crédito</li> <li>• Cuentas personales</li> <li>• Préstamos</li> <li>• Plan ahorro</li> <li>• Inversiones y comercio exterior</li> </ul>
<b>BANCO INTERNACIONAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inversiones</li> <li>• Créditos</li> <li>• Tarjetas de Crédito</li> <li>• Pago de servicios</li> <li>• Banca de seguros</li> <li>• Servicios Electrónicos</li> <li>• Cuentas</li> <li>• Inversiones</li> <li>• Comercio exterior</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cash Management</li> <li>• Compra y venta de divisas</li> <li>• Custodia de valores</li> <li>• Negocios fiduciarios</li> <li>• Casilleros de seguridad</li> </ul>
<b>BANCO DE GUAYAQUIL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autofácil</li> <li>• Casafácil</li> <li>• Tarjetas de crédito (Privilegio y Mastercard Prima)</li> <li>• Ahorro múltiple</li> <li>• Cuentas rentables</li> <li>• Pólizas</li> <li>• Tarjetas de debito</li> <li>• Cuentas de ahorros y cuentas corrientes</li> <li>• Préstamos</li> <li>• Venta de acciones</li> <li>• Certificados de depósito</li> <li>• Banca virtual</li> </ul>

**Fuente:** [www.pichincha.com](http://www.pichincha.com), [www.bancodelaustro.com](http://www.bancodelaustro.com), [www.bolivariano.com](http://www.bolivariano.com), [www.bancopromerica.ec](http://www.bancopromerica.ec), [www.bancointernacional.com.ec](http://www.bancointernacional.com.ec), [www.bancoguayaquil.com](http://www.bancoguayaquil.com)

**Elaborado:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Cuadro 2.4.1.2.

## BANCA PÚBLICA

## PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

<b>BANCO NACIONAL DE FOMENTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banca Electrónica</li> <li>• Apertura de Cuentas</li> <li>• Certificación de no adeudar al banco</li> <li>• Depósitos a plazo</li> <li>• Cheques de gerencia</li> <li>• Giros nacionales</li> <li>• Convenios de pago</li> <li>• Convenios de recaudación</li> <li>• Pagos de cartera</li> <li>• Cajeros automáticos</li> <li>• Créditos BNF</li> </ul>
----------------------------------	--

**Fuente:** [www.bnf.fin.ec](http://www.bnf.fin.ec)

**Elaborado:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Cuadro 2.4.1.3.

## SOCIEDADES FINANCIERAS

## PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

<b>FIDASA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Créditos para vivienda, educación, negocios, etc.</li><li>• Microcréditos para pequeños negocios</li><li>• Garantías bancarias</li></ul>
---------------	--

Fuente: <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/5081-abren-oficina-de-fidasa-en-azogues/>

Elaborado: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Cuadro 2.4.1.4.

## MUTUALISTAS

## PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

<b>MUTUALISTA AZUAY</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Créditos</li><li>• Ahorros</li><li>• Inversiones</li><li>• Tarjeta visa</li><li>• Pago de servicios básicos e internet</li><li>• Cajero automático</li><li>• SOAT</li><li>• MAZ Salud</li><li>• Sistema de pagos interbancarios</li><li>• Prestaciones IESS</li><li>• Giros internacionales desde España</li></ul>
-------------------------	--

Fuente: [http://www.dual.com.ec/mutualista/productosyservicios.aspx?men\\_id=1.4.2](http://www.dual.com.ec/mutualista/productosyservicios.aspx?men_id=1.4.2)

Elaborado: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Cuadro 2.4.1.5.

## COOPERATIVAS

## PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

<b>COOPERATIVA JUVENTUD ECUATORIANA PROGRESA (JEP)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Créditos</li><li>• Ahorros</li><li>• Remesas</li><li>• Prestaciones al IESS</li><li>• Pago de servicios básicos e internet</li><li>• Pago de nóminas</li></ul>
--	--

<p><b>COOPERATIVA JARDIN AZUAYO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistema de pagos interbancarios</li> <li>• Tarjeta de débito</li> <li>• Pago del SOAT</li> <li>• Transferencias de dinero</li> </ul>
<p><b>COOPERATIVA CACPE BIBLIAN</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ahorro</li> <li>• Crédito</li> <li>• Cobros</li> <li>• Pagos</li> <li>• Seguro de Desgravamen</li> <li>• Fondo Mortuorio</li> <li>• Retiros en cheques</li> <li>• Transferencias en bancos</li> <li>• Recargas electrónicas</li> <li>• Remesas</li> <li>• Cobro de energía eléctrica</li> <li>• Cobro de teléfono</li> <li>• Pago de impuestos</li> <li>• Depósitos</li> <li>• Créditos</li> </ul>

Fuente: [www.coopjep.fin.ec](http://www.coopjep.fin.ec), [www.jardinazuayo.fin.ec](http://www.jardinazuayo.fin.ec), [www.cacpebiblian.fin.ec](http://www.cacpebiblian.fin.ec)

Elaborado: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

### 2.4.2. Por Subsistema

En el siguiente cuadro se sintetiza los diversos productos y servicios que ofertan las cinco instituciones financieras sujetas a análisis que conforman el subsistema en la plaza de Azogues:

Cuadro 2.4.2.1.

#### TIPO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS POR SUBSISTEMA

PRODUCTOS Y SERVICIOS	BANCA PRIVADA	BANCA PUBLICA	SOCIEDADES FINANCIERAS	MUTUALISTAS	COOPERATIVAS
• <b>CAPTACIONES</b>	• Cuentas corrientes y	• Apertura de Cuentas	• Depósitos a plazo	• Ctas. Ahorros • Depósitos a	• Créditos • Ahorros

	de ahorros	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Depósitos a plazo</li> </ul>		plazo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Remesas</li> <li>• Prestaciones al IESS</li> <li>• Pago de servicios básicos e internet</li> <li>• Pago de nóminas</li> <li>• Sistema de pagos interbancarios</li> <li>• Tarjeta de débito</li> <li>• Pago del SOAT</li> <li>• Transferencias de dinero</li> </ul>
<b>• COLOCACIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Créditos Consumo, Vivienda, Microcrédito y Comercial</li> <li>• Tarjetas de Crédito y Tarjetas de Débito</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cartera Comercial, Consumo y Microempresa</li> <li>• Pagos de cartera</li> <li>• Créditos BNF</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Créditos para vivienda, educación, negocios, etc.</li> <li>• Microcréditos para pequeños negocios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crédito para consumo, vivienda y microempresa</li> <li>• Tarjeta visa</li> </ul>	
<b>• ESPECIALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cheques</li> <li>• Inversiones, Comercio Exterior y Garantías Bancarias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banca Electrónica</li> <li>• Certificación de no adeudar al banco</li> <li>• Cheques de gerencia</li> <li>• Giros nacionales</li> <li>• Convenios de pago</li> <li>• Convenios de recaudación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantías bancarias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inversiones</li> <li>• Cajero automático</li> <li>• Giros internacionales desde España</li> </ul>	
<b>• OTROS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banca Electrónica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cajeros automáticos</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pago de servicios</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Red de Cajeros Automáticos</li> <li>• Sistema de ingreso biométrico</li> <li>• Bienes raíces</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• básicos e internet</li> <li>• SOAT</li> <li>• MAZ Salud</li> <li>• Sistema de pagos interbancarios</li> <li>• Prestaciones IESS</li> </ul>	
--	--	--	--	---	--

Fuente: Instituciones financieras analizadas

Elaborado: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Cuadro 2.4.2.2.

### COSTO DE SERVICIOS FINANCIEROS CON TARIFAS MÁXIMAS

Vigente a partir del 1 de julio de 2011

N°	SERVICIO GENÉRICO	NOMBRE DEL SERVICIO	USD	
1	Servicios de cuentas corrientes	Costo por un cheque	0,30	
2	Servicios de cuentas corrientes	Cheque devuelto nacional	2,79	
3		Cheque devuelto del exterior	3,24	
4		Cheque certificado	2,00	
5		Cheque de gerencia	2,50	
6		Cheques consideración cámara de compensación	3,00	
7		Servicios de retiros	Oposición al pago de cheques	3,00
8		Abstención de pago de cheques	3,00	
9		Revocatoria de cheques	3,00	
10		Retiro cajero automático clientes de la propia entidad en cajero de otra entidad	0,50	
11		Servicios de retiros	Retiro cajero automático clientes de otra entidad en cajero de la entidad	0,50
12	Servicios de consultas	Retiro de efectivo en corresponsales no bancarios de la propia entidad	0,35	
13		Consultas impresas en cajeros automáticos	0,35	
14	Servicios de referencias	Emisión y entrega de referencias bancarias	2,65	
15	Servicios de referencias	Cortes de estados de cuentas	1,83	
16	Servicios de entrega	Entrega de estados de cuenta a domicilio	1,66	
17	Servicios de entrega	Entrega de estados de cuenta en oficina de la entidad	0,30	
18	Servicios de copias	Copias de voucher / vale nacional de consumos con tarjetas de crédito y/o tarjetas de débito	2,00	
19	Servicios de copias	Copias de voucher / vale del exterior de consumos con tarjetas de crédito y/o tarjetas de débito	10,00	

20	<b>transferencias</b>	Copia de estados de cuenta de tarjetas de crédito	0,50
21		Transferencias interbancarias SPI recibidas	0,30
22	<b>Servicios de transferencias Servicios de consumos nacionales</b>	Transferencias interbancarias SPI enviadas por internet	0,50
23		Transferencias interbancarias SPI enviadas en oficina de la entidad	2,15
24		Transferencias interbancarias SCI recibidas	0,30
25		Transferencias interbancarias SCI enviadas por internet	0,28
26		Transferencias interbancarias SCI enviadas en oficina de la entidad	1,93
27		Transferencias enviadas al exterior en oficina de la entidad	55,49
28		Transferencias recibidas desde el exterior	10,00
29		Transferencias nacionales otras entidades oficina	2,00
30		Consumos en gasolineras con tarjetas de crédito y/o tarjeta de débito	0,26
31		<b>Servicios de reposición</b>	Reposición de libreta/cartola/estado de cuenta por pérdida, robo o deterioro
32	<b>Servicios de reposición</b>	Reposición tarjetas de débito	4,94
33	<b>Servicios de emisión</b>	Emisión de tarjetas de débito	5,15
34	<b>Servicios de renovación</b>	Renovación de tarjetas de débito	1,85

Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Cuadro 2.4.2.3.

## SERVICIOS CON TARIFAS MÁXIMA - CUENTA BÁSICA

Vigente a partir del 1 de julio de 2011

N°	SERVICIO GENÉRICO	NOMBRE DEL SERVICIO	USD
1	<b>Servicios de cuenta básica</b>	Emisión del paquete de apertura de cuenta básica	6,00

Es trascendental resaltar que los servicios financieros tienen un costo cero a partir del 1 de Diciembre de 2010, de acuerdo al artículo 201 de la Ley del Sistema Financiero, le corresponde a la Superintendencia de Bancos y Seguros, calcular cada seis meses las tarifas máximas que se pueden cobrar por los servicios financieros.

El establecer los precios en los servicios financieros permite a los clientes discernir con mayores conocimientos sobre sus conveniencias, para demandar productos y servicios financieros.

Por ejemplo desde el 1 de diciembre del 2008, las consultas que los usuarios realicen a las instituciones financieras sobre 5 servicios financieros tienen costo cero, estos son:

1. Consulta vía telefónica fija.
2. Consulta vía telefónica celular.
3. Consulta vía Internet.
4. Consulta vía cajero automático, siempre y cuando en este caso el cliente no requiera la impresión de la consulta.
5. Mantenimiento mensual de tarjeta de débito.

Cuadro 2.4.2.4.

### COSTO DE SERVICIOS BÁSICOS

N°	SERVICIOS	APLICA PARA	USD
1	<b>Apertura de cuentas</b>	Cuenta de ahorros	0,00
		Cuenta corriente	0,00
		Cuenta básica	0,00
		Cuenta de integración de capital	0,00
		Depósitos a plazos	0,00
		Inversiones	0,00
		Información crediticia básica	0,00
2	<b>Depósitos a cuentas</b>	Cuenta de ahorros	0,00
		Cuenta corriente	0,00
		Cuenta básica	0,00
		Depósitos a plazos	0,00
		Inversiones	0,00
3	<b>Administración, mantenimiento, mantención y manejo de cuentas</b>	Cuenta de ahorros	0,00
		Cuenta corriente	0,00
		Cuenta básica	0,00
		Depósitos a plazos	0,00
		Inversiones	0,00

4	<b>Consulta de cuentas</b>	Consulta, Oficina	0,00
		Consulta visual, Cajero automático	0,00
		Consulta, Internet	0,00
		Consulta, Banca Telefónica	0,00
		Consulta, Banca Celular	0,00
5	<b>Retiros de dinero</b>	Retiro de dinero por ventanilla de la propia entidad	0,00
		Retiro de dinero por cajero automático clientes propia entidad	0,00
6	<b>Transferencia dentro de la misma entidad</b>	Transferencias, medios físicos (ventanilla)	0,00
		Transferencias, medios electrónicos (cajero automático, internet, teléfono, celular y otros)	0,00
7	<b>Cancelación o cierre de cuentas</b>	Cuenta de ahorros	0,00
		Cuenta corriente	0,00
		Cuenta básica	0,00
8	<b>Activación de cuentas</b>	Activación de Cuenta de ahorros	0,00
		Activación de Cuenta corriente	0,00
		Activación de Cuenta básica	0,00
		Activación de Tarjeta de Crédito	0,00
		Activación de Tarjeta de Débito y/o Pago	0,00
9	<b>Mantenimiento de Tarjeta de Crédito</b>	Mantenimiento de Tarjeta de Crédito	0,00
		Mantenimiento pago mínimo de Tarjeta de Crédito	0,00
		Mantenimiento pago total de Tarjetas de Crédito	0,00
10	<b>Pagos a Tarjetas de Crédito</b>	Pagos de Tarjetas de Crédito, por los diferentes canales	0,00
11	<b>Bloqueo, anulación o cancelación</b>	Bloqueo, anulación o cancelación de Tarjeta de Débito y/o Pago	0,00
		Bloqueo, anulación o cancelación de Tarjeta electrónica de Cuenta Básica	0,00
		Bloqueo, anulación o cancelación de Tarjeta de Crédito	0,00
12	<b>Emisión de Tabla de Amortización</b>	Emisión de Tabla de Amortización, primera impresión	0,00
13	<b>Transacciones fallidas en cajeros automáticos</b>	Transacciones fallidas en cajeros automáticos, todos los casos	0,00
14	<b>Reclamos de clientes</b>	Reclamos justificados	0,00
		Reclamos injustificados	0,00
15	<b>Frecuencia de transacciones</b>	Cuenta de ahorros	0,00
		Cuenta corriente	0,00
		Cuenta básica	0,00
		Tarjeta de crédito	0,00
16	<b>Reposición de libreta/cartola/estado de cuenta por actualización</b>	Reposición libreta/cartola/estado de cuenta por actualización	0,00

Fuente: [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec)

Elaborador por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

La información relacionada a tasas de interés pasivas y costo total de financiamiento de las operaciones de crédito, es remitida por las instituciones financieras con periodicidad semanal con corte al día viernes de cada semana.

Las tasas de interés tanto para operaciones activas como para las operaciones pasivas, así como el costo total de financiamiento son anualizadas.

**CAPÍTULO III**

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

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

### **Introducción**

El actual sistema financiero de nuestro país cuenta con una gran variedad de productos y servicios ofertados por cada una de las instituciones financieras ecuatorianas en sus diversas plazas pero en realidad se desconoce de manera cuantificada tanto el acceso como la preferencia de los clientes por los mismos.

Es por este motivo que se ha realizado el presente análisis para determinar la demanda existente en la población de la ciudad de Azogues en cuanto a productos y servicios financieros, su acceso y preferencia de las IFIS que la ofertan.

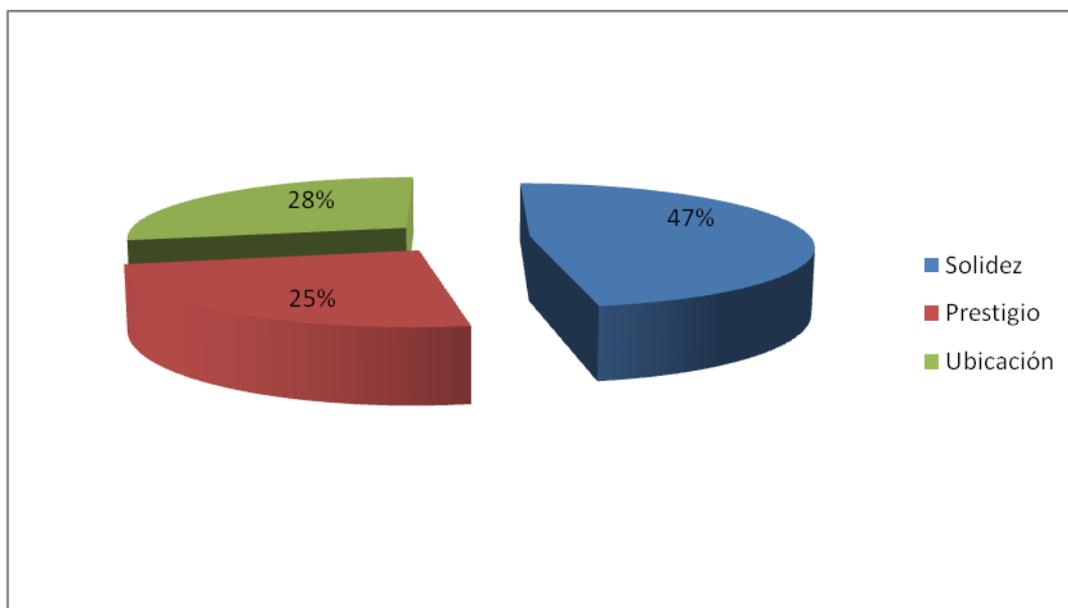
En el presente capítulo se presentará el análisis antes indicado por medio de una tabla de resultados y sus gráficos correspondientes; los mismos que servirán de base para la exposición de conclusiones y recomendaciones. Cabe indicar que se ha tomado una muestra de 279 encuestas, pese a que el requerimiento fue de 276.

Con este estudio se podrá evidenciar productos y servicios que prevalecen en el sistema financiero de Azogues, así como aquellos a los que se les debe tomar en cuenta para replantearlos y mejorarlos.

### **3.1 FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PREFERENCIA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS**

Cuadro 3.1. 1

### PRINCIPALES RAZONES POR LAS QUE SE PREFIERE SER CLIENTE DE UNA IFIS EN LA PLAZA AZOGUES



Fuente: Investigación de campo

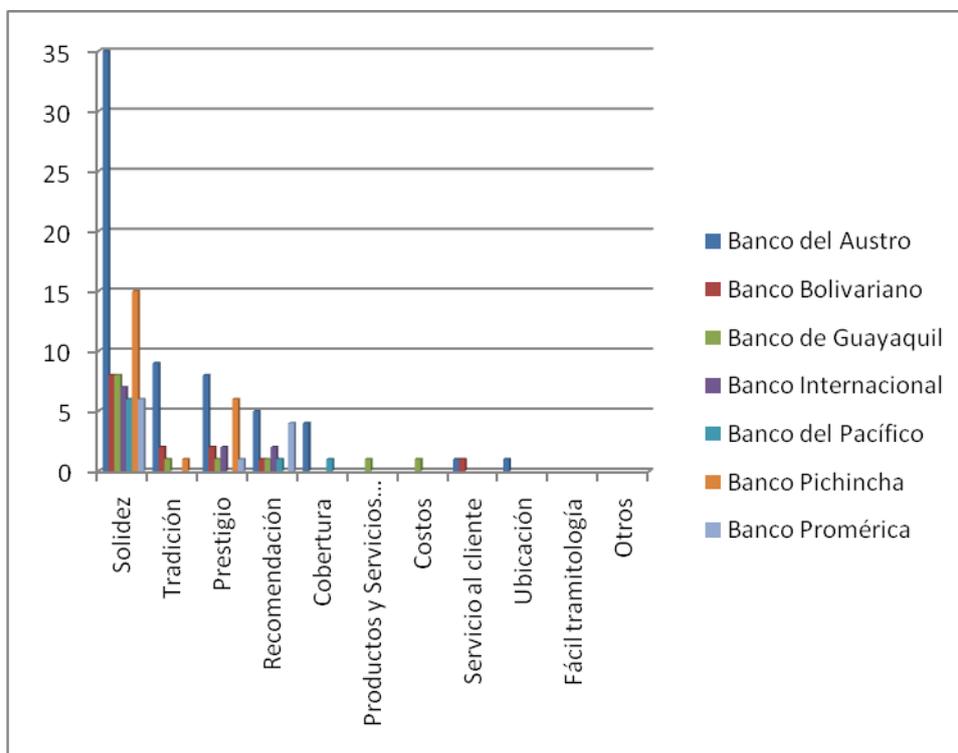
Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Para establecer los factores que influyen en la preferencia de productos y servicios financieros en la ciudad de Azogues hemos tomado como referencia la pregunta 2.1.3 de la encuesta aplicada, en la cual se solicita a los encuestados las razones por las que ha decidido ser cliente de dicha institución financiera.

El subsistema de la ciudad de Azogues se encuentra conformado por la Banca Privada, Cooperativas de Ahorro y Crédito, Mutualistas, Sociedades Financieras y Banca Pública. Ante esta aclaración, podemos observar las tres razones de más peso para ser cliente de estas IFIS siendo éstas la solidez, tradición y ubicación. Como se observa en el gráfico la solidez sobresale con un 47% ante el prestigio y ubicación. Esto se debe según comentarios de los clientes porque se sienten más seguros en una institución consolidada y que les ofrece garantía de que sus ahorros están resguardados sin opciones de pérdidas.

Cuadro 3.1. 2

### LA SOLIDEZ, PRIMERA RAZÓN PARA SER CLIENTE DE UNA IFIS EN LA PLAZA AZOGUES



Fuente: Investigación de campo

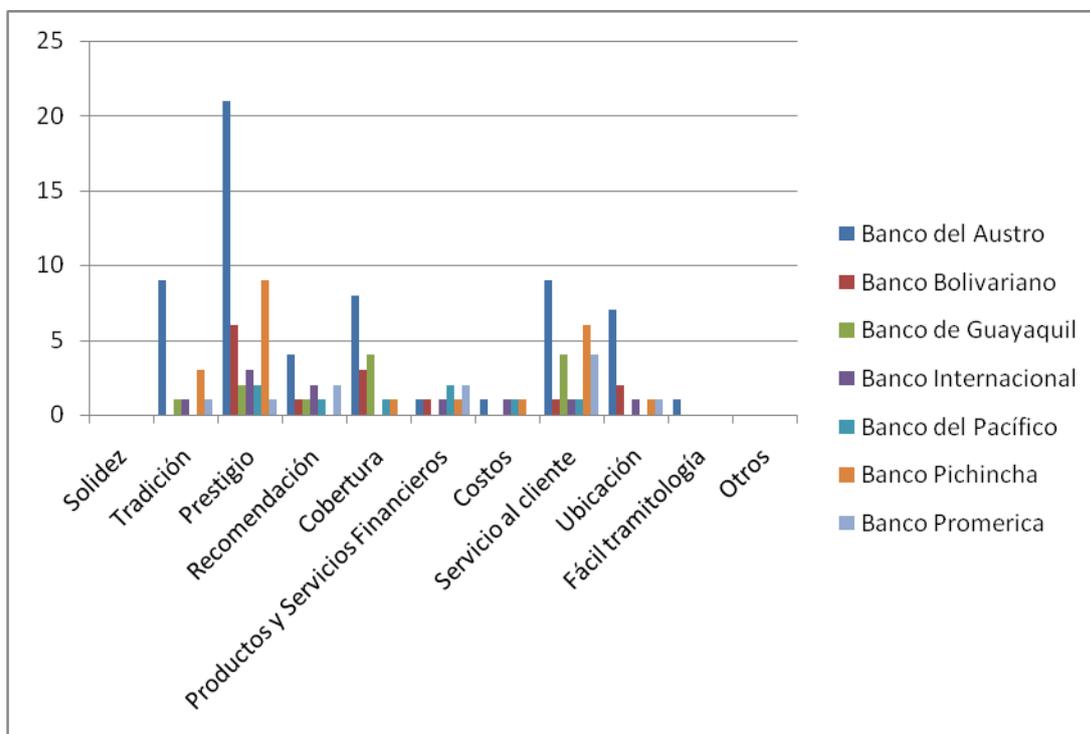
Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Dentro del subsistema Banca Privada, se observa que para los clientes del Banco del Austro y Banco Pichincha el factor principal para ser clientes es la solidez que les brinda la institución, dejando ver que no existe preferencia por aspectos como fácil tramitación, costos, y productos y servicios financieros; por lo que se puede decir que solidez es sinónimo de seguridad para los clientes de las IFIS en la Plaza Azogues.

Además cabe indicar que existe un predominio de la solidez con un 55% frente a las demás opciones para ser clientes de una institución financiera dentro de la banca privada, suceso que acontece debido a lo antes explicado.

Cuadro 3.1.3

### EL PRESTIGIO, SEGUNDA RAZÓN PARA SER CLIENTE DE UNA IFIS EN LA PLAZA AZOGUES



Fuente: Investigación de campo

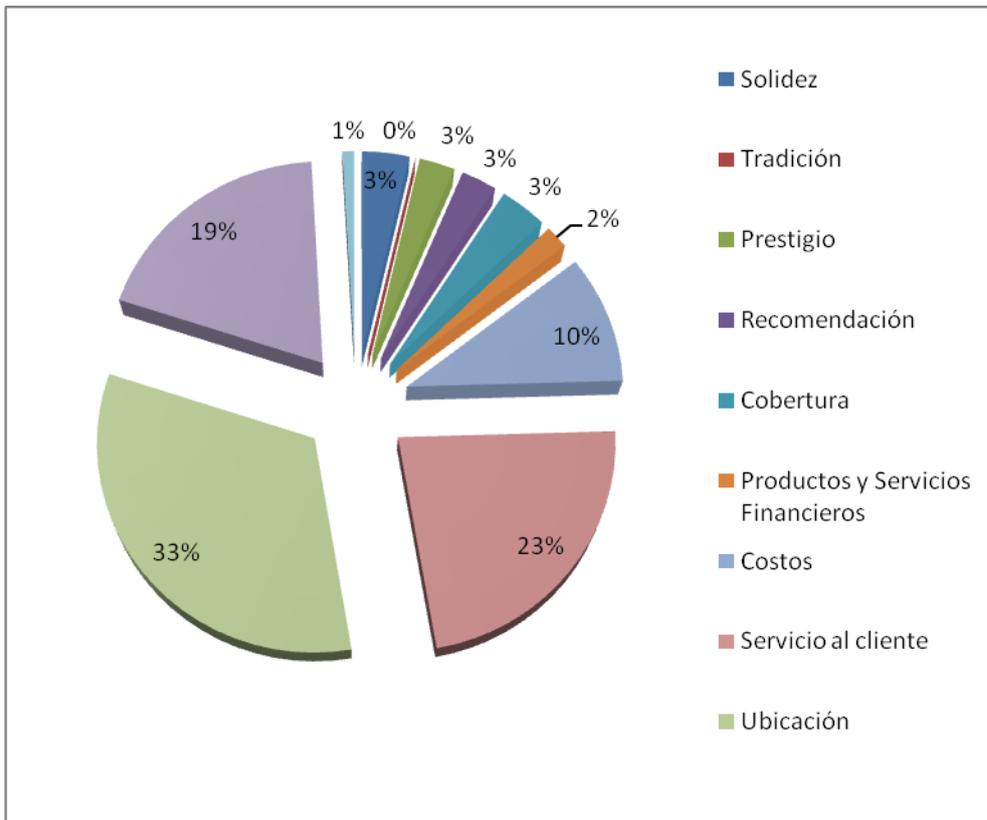
Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Al consultar a los clientes de la Banca Privada, por el segundo motivo para ser fieles a un banco, consideran fundamental el prestigio de la institución, factor que se pone de manifiesto principalmente en Banco del Austro, por ser la institución de la cual se obtuvo mayor cantidad de muestras y por ser aquella que cuenta con un gran reconocimiento a nivel local y nacional.

El prestigio es la segunda razón que los clientes de la banca privada consideran importante para optar por una de ellas ya que cuenta con un 34% de preferencia pues como se mencionó anteriormente para ellos es importante el reconocimiento que tiene cada institución frente a otras.

Cuadro 3.1. 4

### LA UBICACIÓN, TERCERA RAZÓN PARA SER CLIENTE DE UNA IFIS EN LA PLAZA AZOGUES



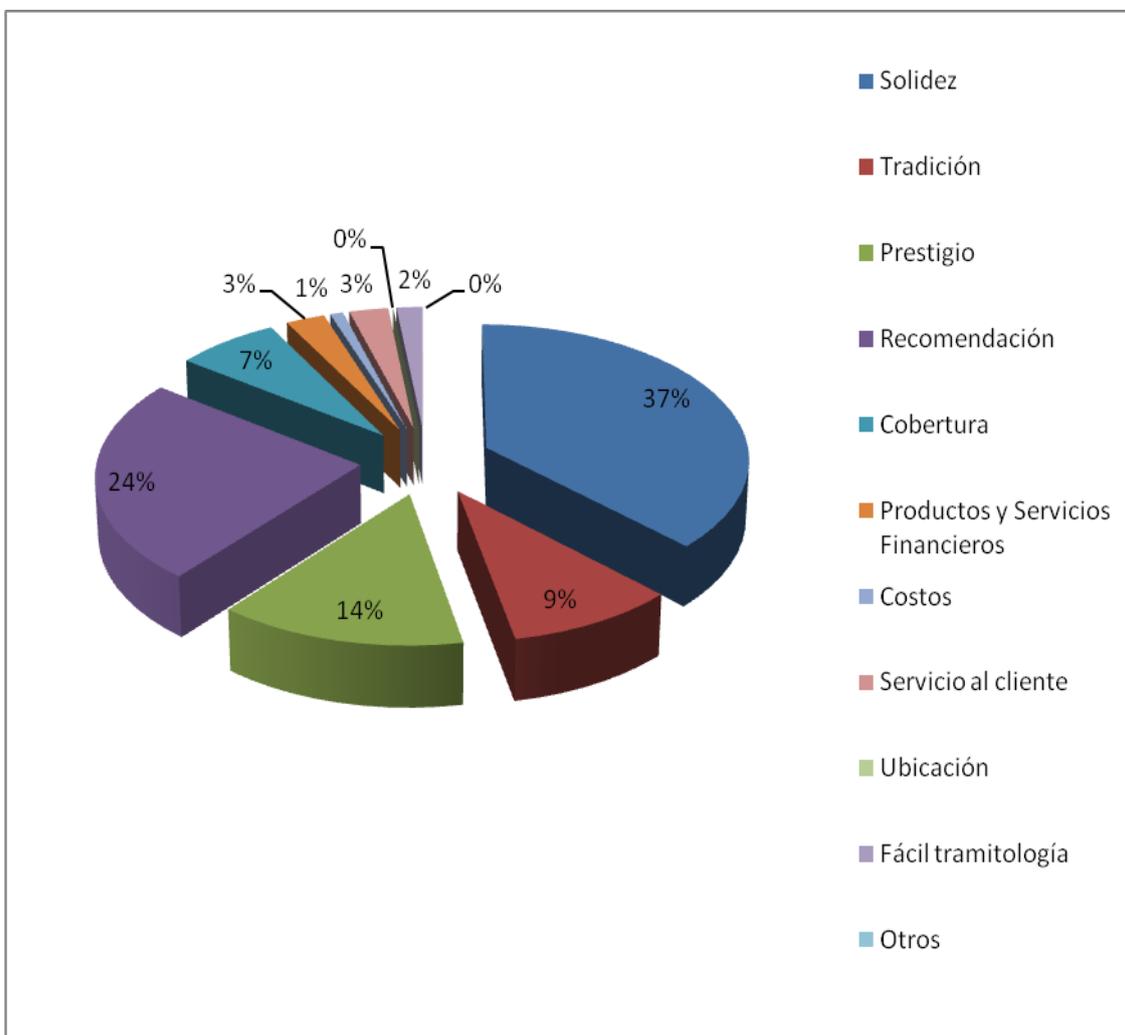
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Como se puede ver en el gráfico, la tercera razón de mayor peso que los clientes de la Banca Privada consideran como fundamental al momento de escoger una u otra institución bancaria es la conveniencia en cuanto a ubicación de la IFI; el cual cuenta con un 33% de aceptación pues los clientes han indicado que este aspecto los ayuda a realizar sus diligencias ya que mientras más cerca se encuentre la agencia se ahorran tiempo y pueden desarrollar sus trámites lo más pronto.

Cuadro 3.1. 5

### LA SOLIDEZ, PRIMERA RAZÓN PARA SER CLIENTE DE UNA COOPERATIVA EN LA PLAZA AZOGUES



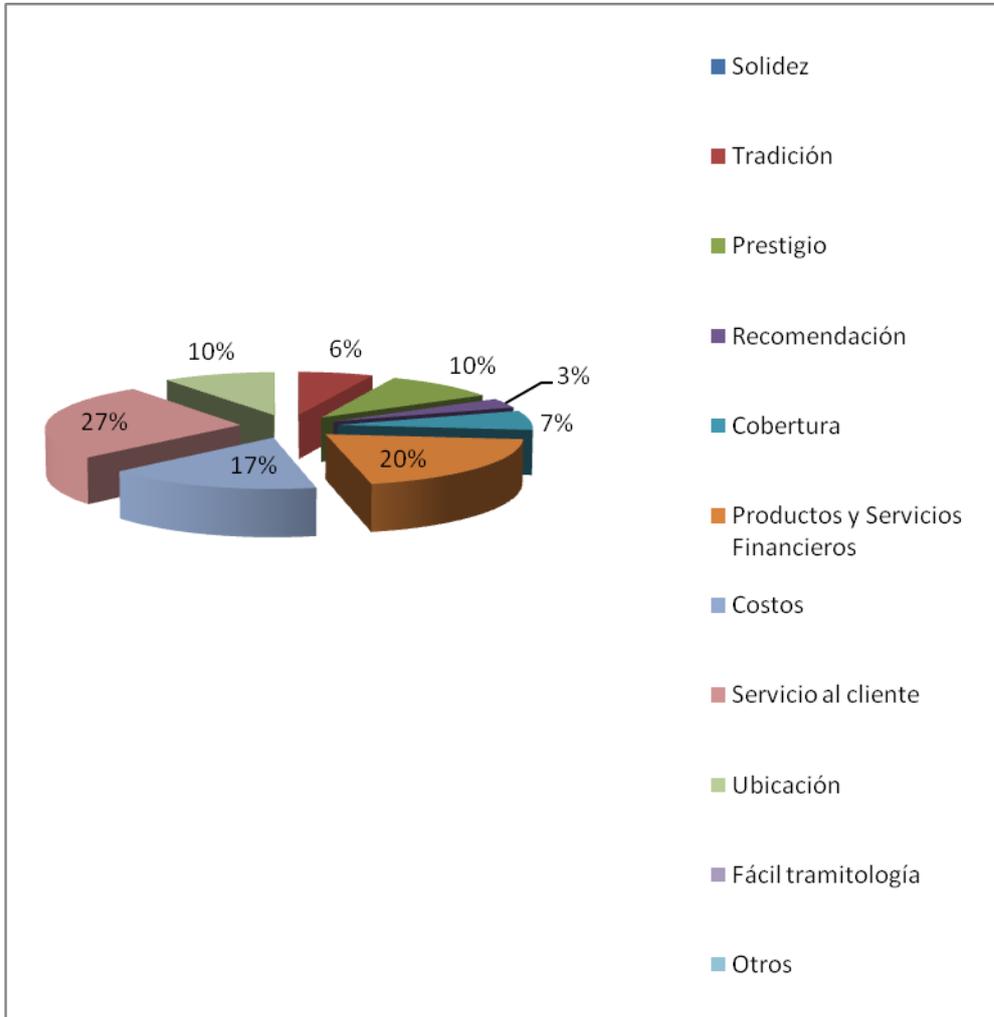
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Al analizar al subsistema Cooperativas de Ahorro y Crédito, se puede establecer que como primera razón para elegir ser cliente de este tipo de IFI está la solidez de la misma lo cual se puede visibilizar en el gráfico, los clientes han manifestado esta preferencia ya que les brinda seguridad y confianza al momento de optar por una cooperativa.

Cuadro 3.1. 6

### EL SERVICIO AL CLIENTE, SEGUNDA RAZÓN PARA SER CLIENTE DE UNA COOPERATIVA EN LA PLAZA AZOGUES



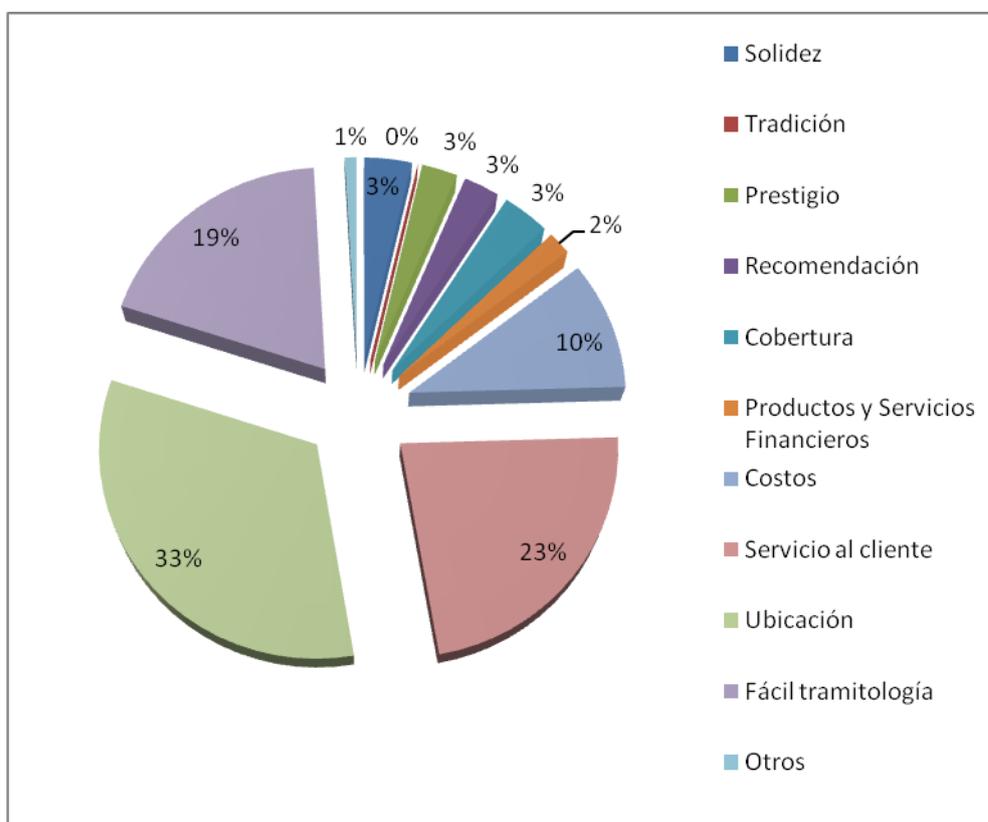
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Como segunda razón el servicio al cliente juega un papel fundamental al momento de demostrar la fidelización de los clientes de las cooperativas; lo mencionado se observa en el gráfico 3.1.6. Este punto lo consideran importante pues se sienten acogidos y parte fundamental de la institución.

Cuadro 3.1. 7

### LA UBICACIÓN, TERCERA RAZÓN PARA SER CLIENTE DE UNA COOPERATIVA EN LA PLAZA AZOGUES



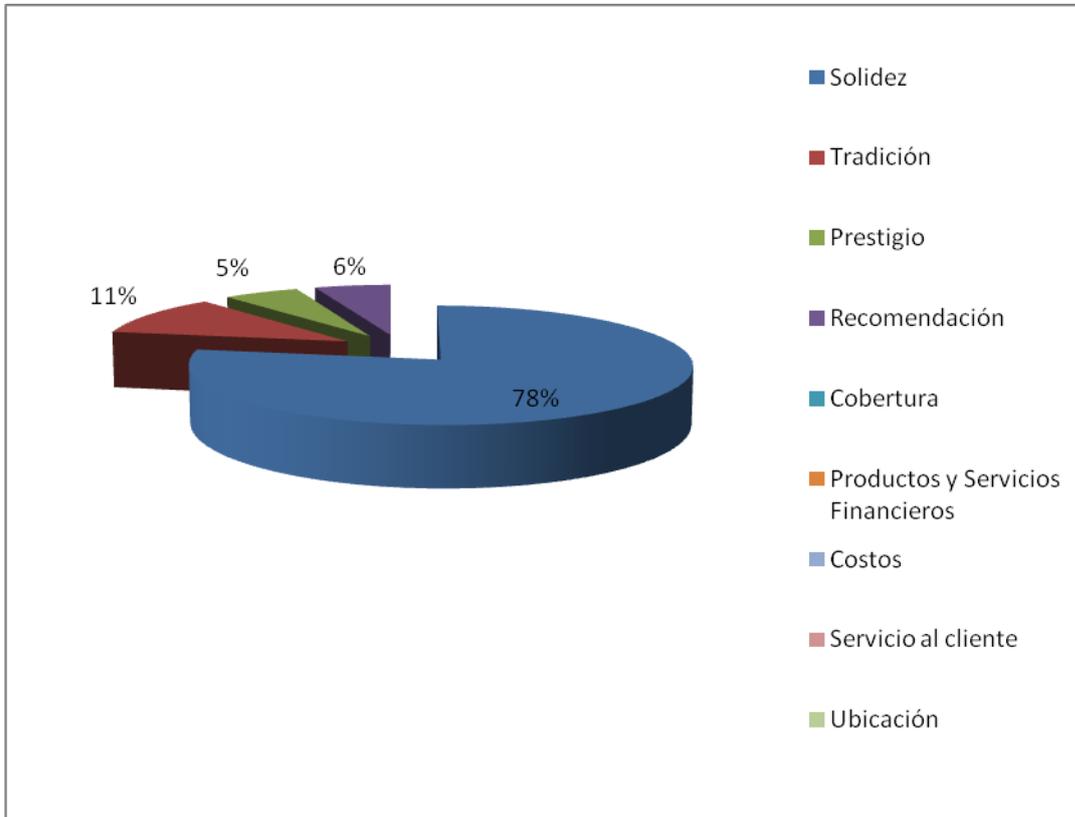
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

El 33 % de los clientes de las cooperativas de ahorro y crédito consideran de importancia la ubicación de la IFI para decidir ser cliente de la misma por los beneficios que tiene la cercanía de las agencias.

Cuadro 3.1.8

### LA SOLIDEZ, PRIMERA RAZÓN PARA SER CLIENTE DE UNA MUTUALISTA EN LA PLAZA AZOGUES



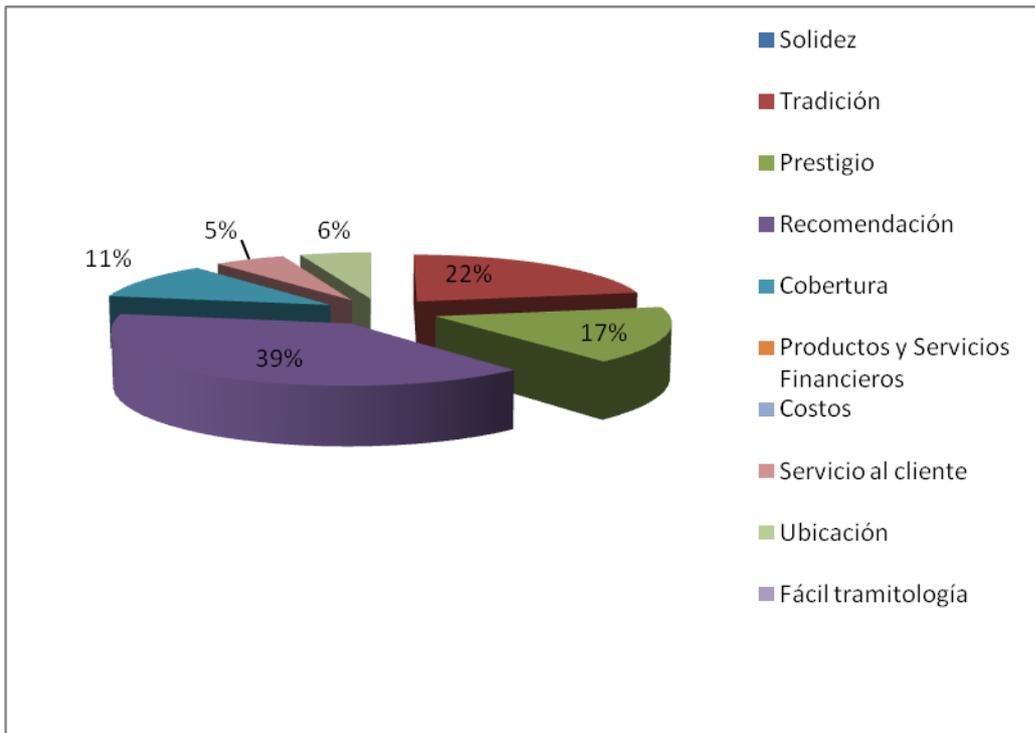
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En el caso de las mutualistas, el estudio se realizó en la Mutualista Azuay en donde la preferencia está dada principalmente por la solidez de la institución financiera, con un 78%. Este indicador puede ser visto en el gráfico que antecede.

Cuadro 3.1. 9

### LA RECOMENDACIÓN, SEGUNDA RAZÓN PARA SER CLIENTE DE UNA MUTUALISTA EN LA PLAZA AZOGUES



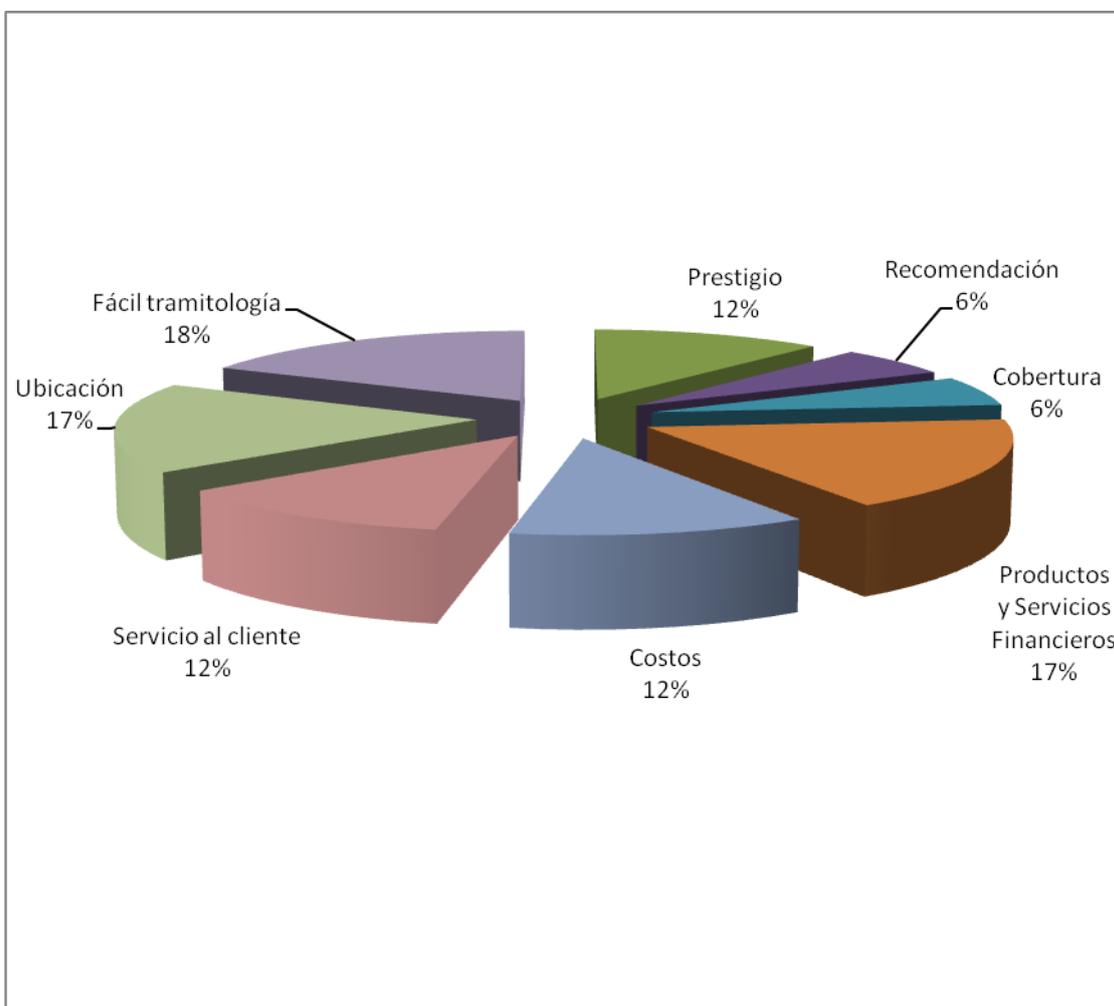
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Los clientes de las mutualistas en la plaza Azogues consideran que la segunda razón por la cual son clientes de Mutualista Azuay es la recomendación que tiene dicha IFI. De un total de 18 personas encuestadas indicaron que la recomendación es la segunda razón para ser cliente de esta Mutualista lo cual representa un 39% ya que sienten cierta confianza al escuchar las buenas experiencias de otros clientes.

Cuadro 3.1. 10

### LA FÁCIL TRAMITOLOGÍA, TERCERA RAZÓN PARA SER CLIENTE DE UNA MUTUALISTA EN LA PLAZA AZOGUES



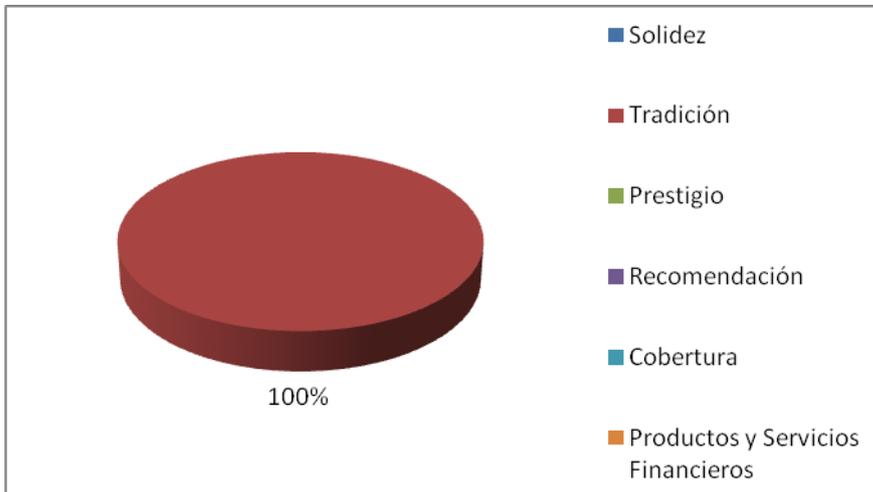
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Al momento de consultar a los clientes por la tercera razón por la cual son clientes de Mutualista Azuay, manifiestan que la fácil tramitología de la IFI (18%) considerado por sus clientes es un punto trascendental al momento de decidir por una mutualista siendo esta una ventaja porque pueden realizar sus trámites en el menor tiempo posible; le sigue los productos y servicios financieros y ubicación (17%).

Cuadro 3.1. 11

### LA TRADICIÓN, PRIMERA RAZÓN PARA SER CLIENTE DE UNA SOCIEDAD FINANCIERA EN LA PLAZA AZOGUES



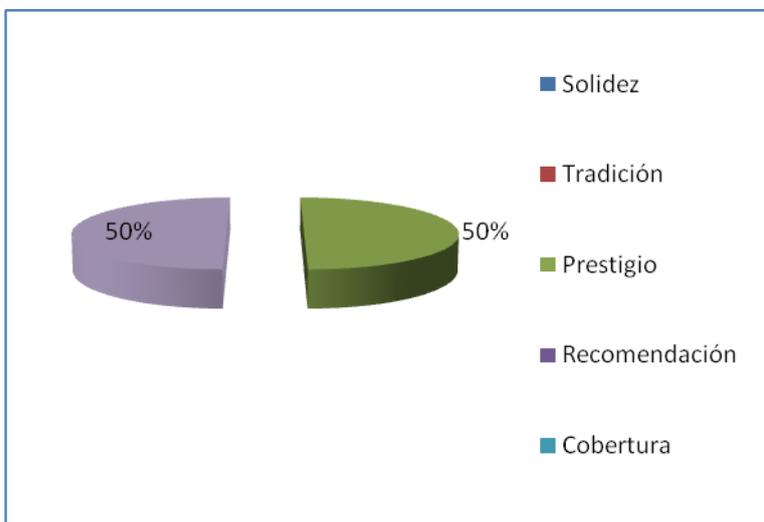
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Los clientes encuestados de forma unánime creen que la tradición de la institución en análisis (Fidasa) es lo primordial a la hora de elegir entre una u otra sociedad financiera pues acredita confianza y credibilidad a la hora de invertir su dinero.

Cuadro 3.1. 12

### EL PRESTIGIO Y LA FÁCIL TRAMITOLOGÍA, SEGUNDA RAZÓN PARA SER CLIENTE DE UNA SOCIEDAD FINANCIERA EN LA PLAZA AZOGUES



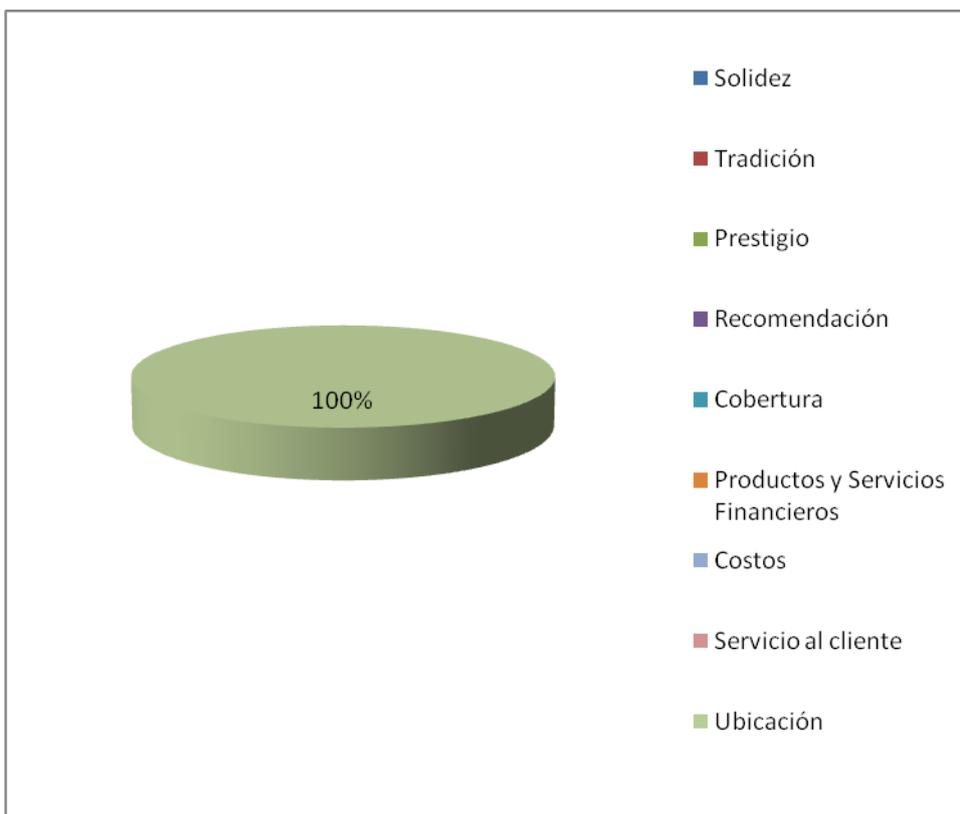
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Como segunda razón, los clientes de Fidasa mencionan al prestigio y a la fácil tramitología de la IFI, características importantes para tomar en cuenta en una sociedad financiera como FIDASA.

Cuadro 3.1. 13

### LA UBICACIÓN, TERCERA RAZÓN PARA SER CLIENTE DE UNA SOCIEDAD FINANCIERA EN LA PLAZA DE AZOGUES



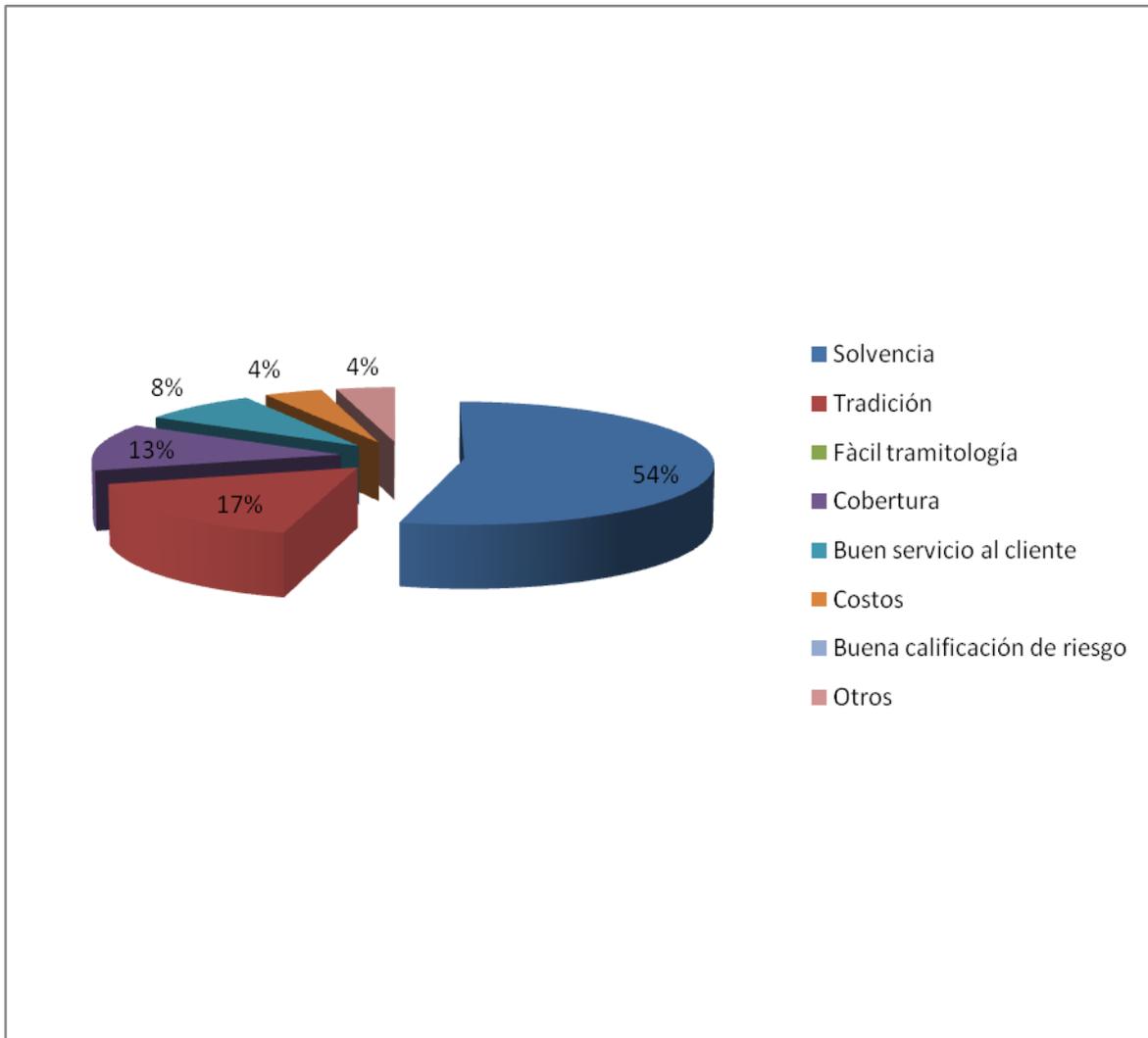
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

La ubicación de la sociedad financiera constituye la tercera razón de preferencia para ser cliente de la misma puesto que facilita la realización de los respectivos trámites en el menor tiempo posible cualidad que es necesaria para la mayor parte de los clientes.

Cuadro 3.1. 14

### LA SOLVENCIA, PRIMERA RAZÓN PARA SER CLIENTE DE LA BANCA NACIONAL EN LA PLAZA AZOGUES



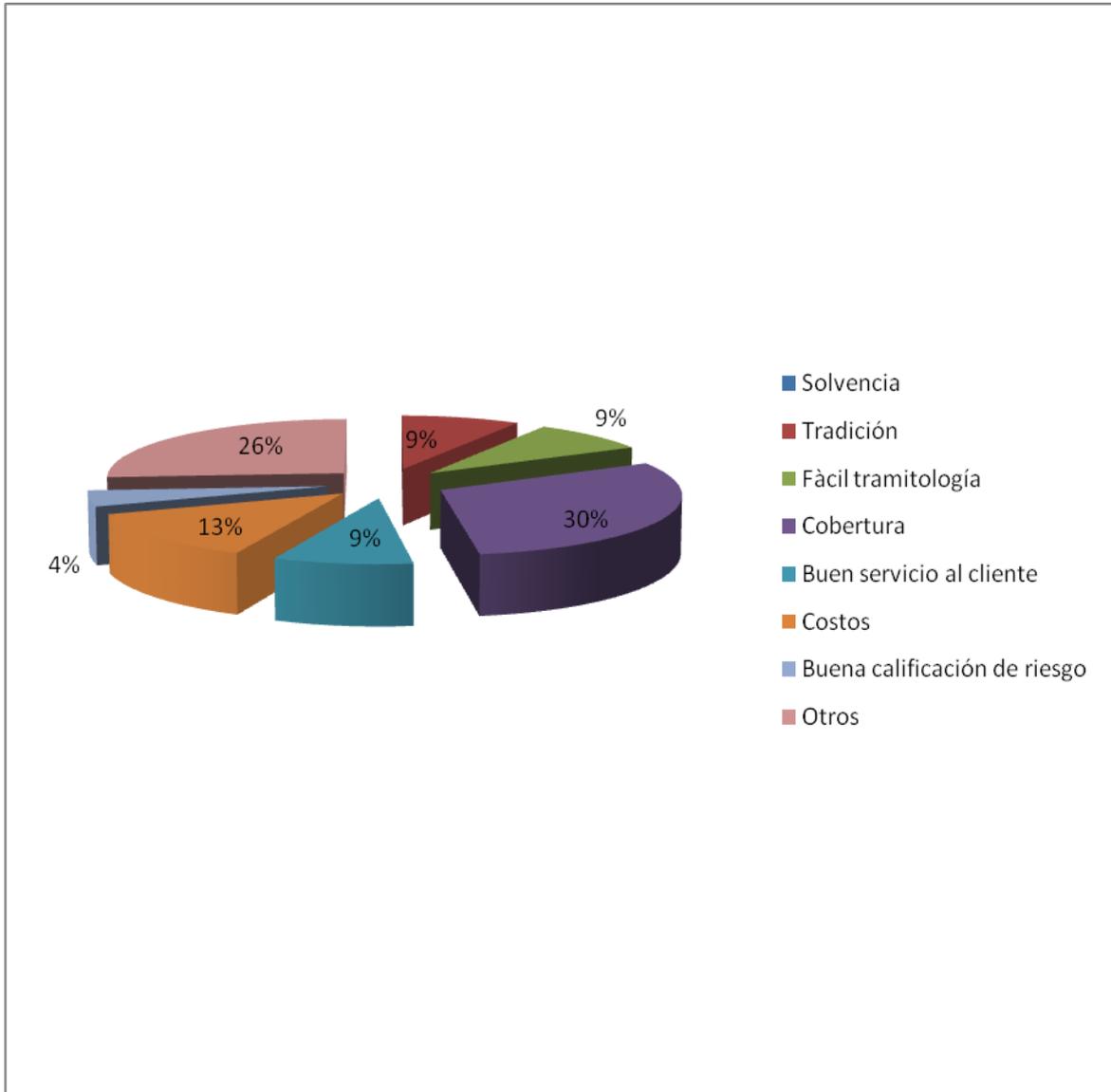
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En el caso de la banca pública, de un total de 24 personas encuestadas, se determinó que el parámetro más importante para ser cliente de la misma es la solvencia de la institución con una representación del 54%.

Cuadro 3.1. 15

### LA COBERTURA, SEGUNDA RAZÓN PARA SER CLIENTE DE LA BANCA PÚBLICA EN LA PLAZA AZOGUES



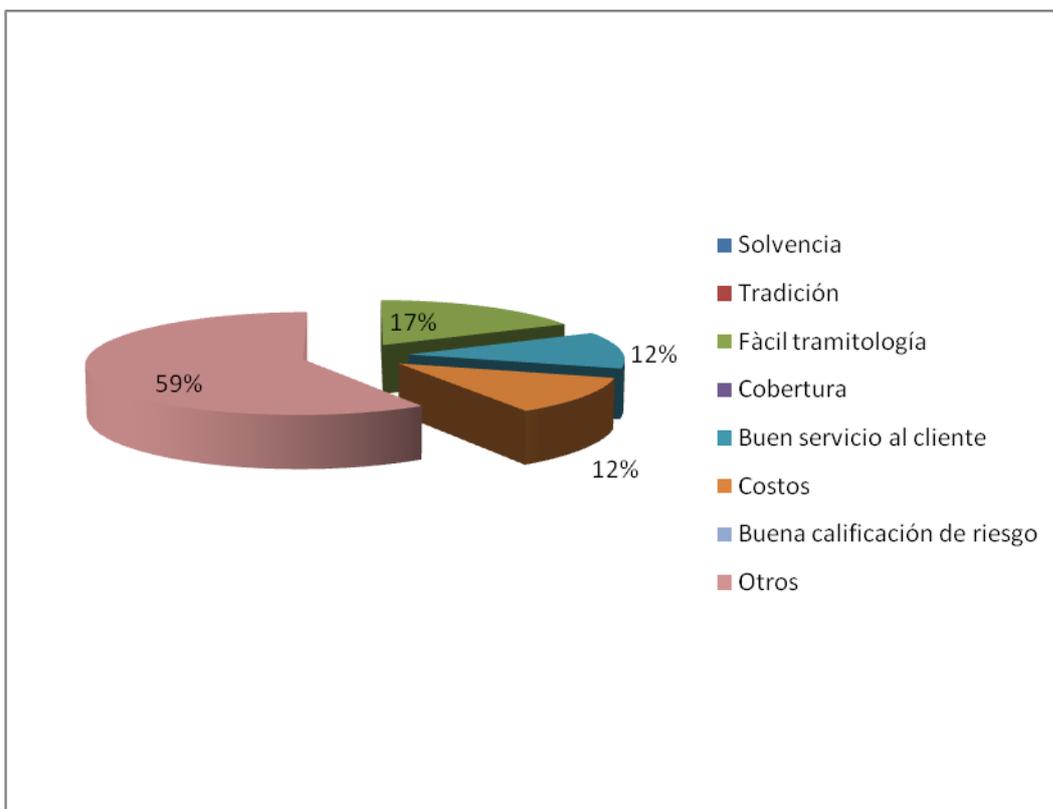
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En segundo lugar la cobertura que brinda la IFI es apreciada por el cliente ya que sus tasas de interés son atractivas además que al ser una institución estable brinda confianza y seguridad al cliente.

Cuadro 3.1. 16

### OTROS FACTORES, TERCERA RAZÓN PARA SER CLIENTE DE LA BANCA PÚBLICA EN LA PLAZA AZOGUES



**Fuente:** Investigación de campo

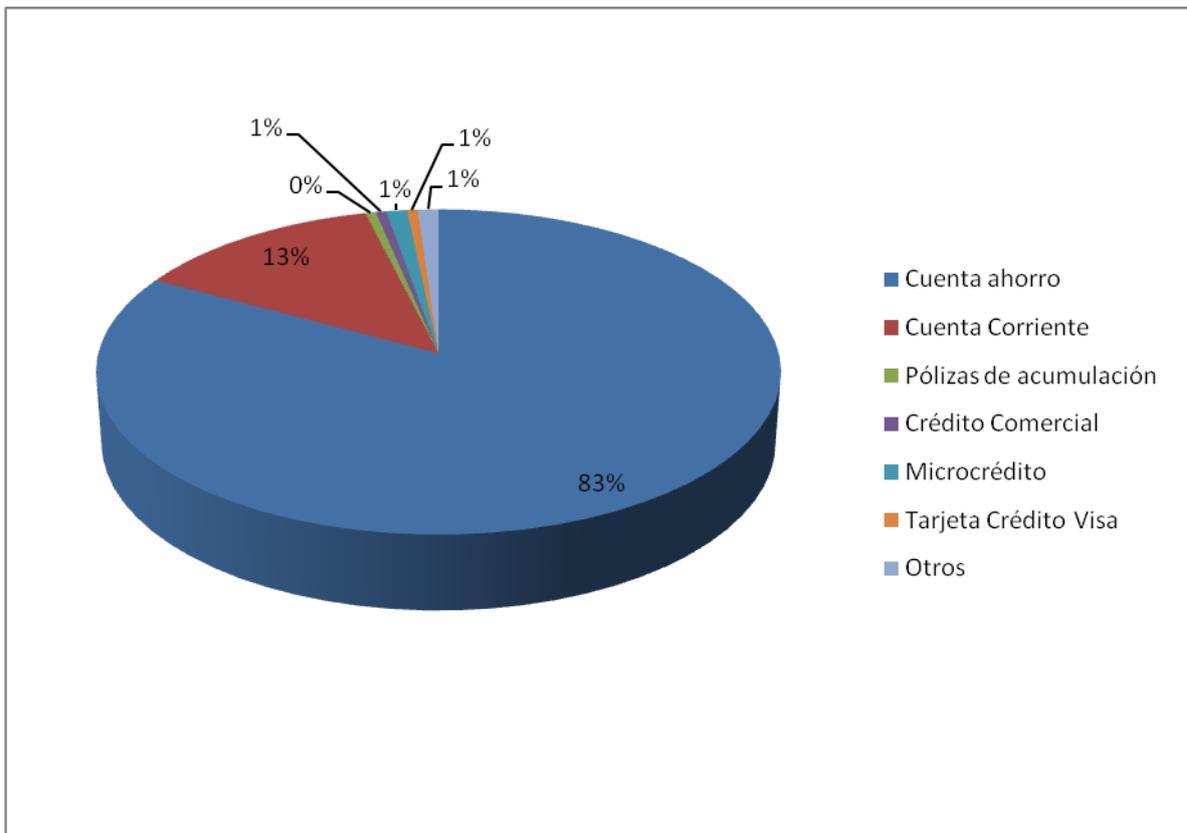
**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Los clientes de la banca pública consideran otros factores como la tercera razón para optar por ser usuario de este tipo de banca, en el caso del Banco de Fomento las tasas de interés atractivas, prestigio, estabilidad y seguridad, etc.

### 3.1.1 ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE TIPOS DE IFIS

Cuadro 3.1.1. 1

#### PRODUCTOS FINANCIEROS DE PREFERENCIA DE LA BANCA PRIVADA EN LA PLAZA DE AZOGUES



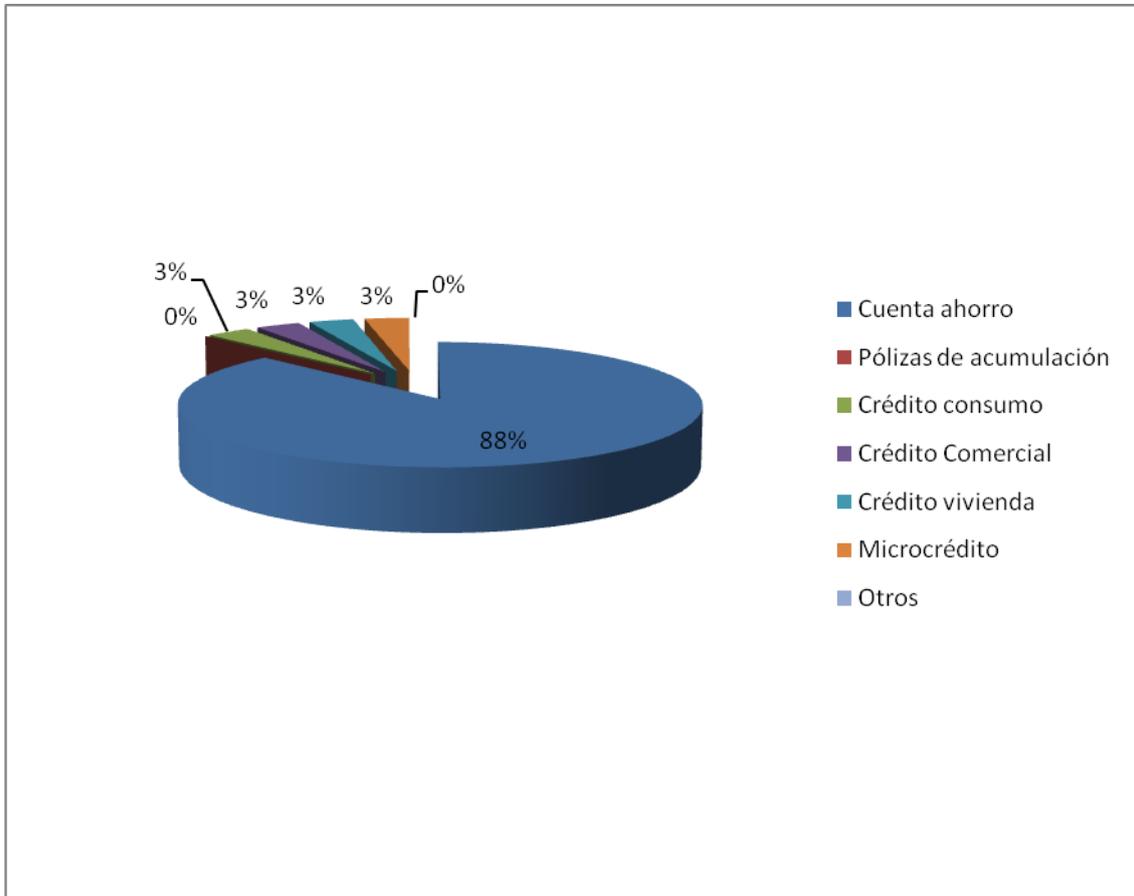
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Del total de los usuarios financieros tenemos que el producto de mayor preferencia entre éstos es la cuenta de ahorros con un 83%, en segundo lugar la cuenta corriente con un 13% y el 4% restante se encuentra repartido por la preferencia al crédito comercial, microcrédito, tarjeta de crédito y otros servicios.

Cuadro 3.1.1.2

### PRODUCTOS FINANCIEROS DE PREFERENCIA DE LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO EN LA PLAZA DE AZOGUES



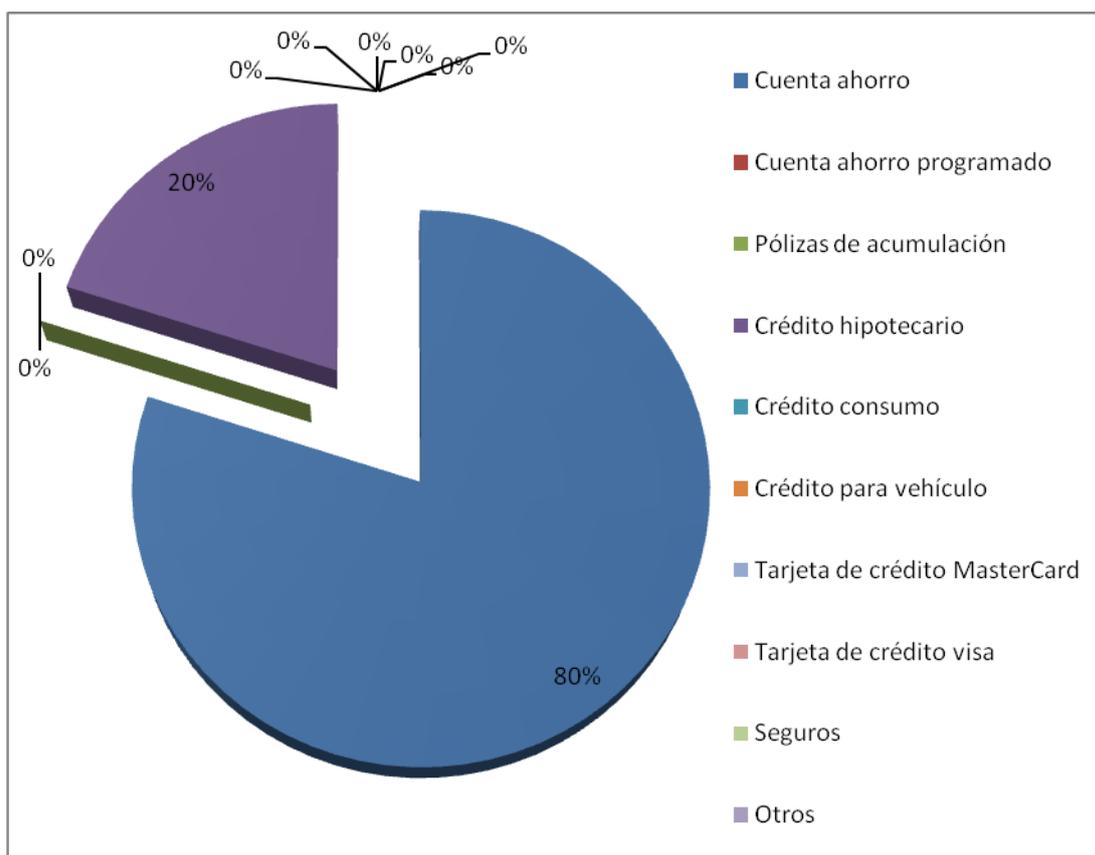
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En el caso de las cooperativas se destaca en primer lugar la preferencia de los clientes por la cuenta de ahorros en un indicador representativo del 88%, en segundo lugar el acceso a créditos de consumo con una representación del 3% al igual que el producto ubicado en tercer lugar el microcrédito, crédito comercial y crédito de vivienda. De esta manera se puede observar una necesidad y vinculación con el ahorro de su dinero por lo que se debe incentivar este producto para mantener a los clientes actuales y atraer a clientes potenciales.

Cuadro 3.1.1 .3

### PRODUCTOS FINANCIEROS DE PREFERENCIA EN LAS MUTUALISTAS EN LA PLAZA DE AZOGUES



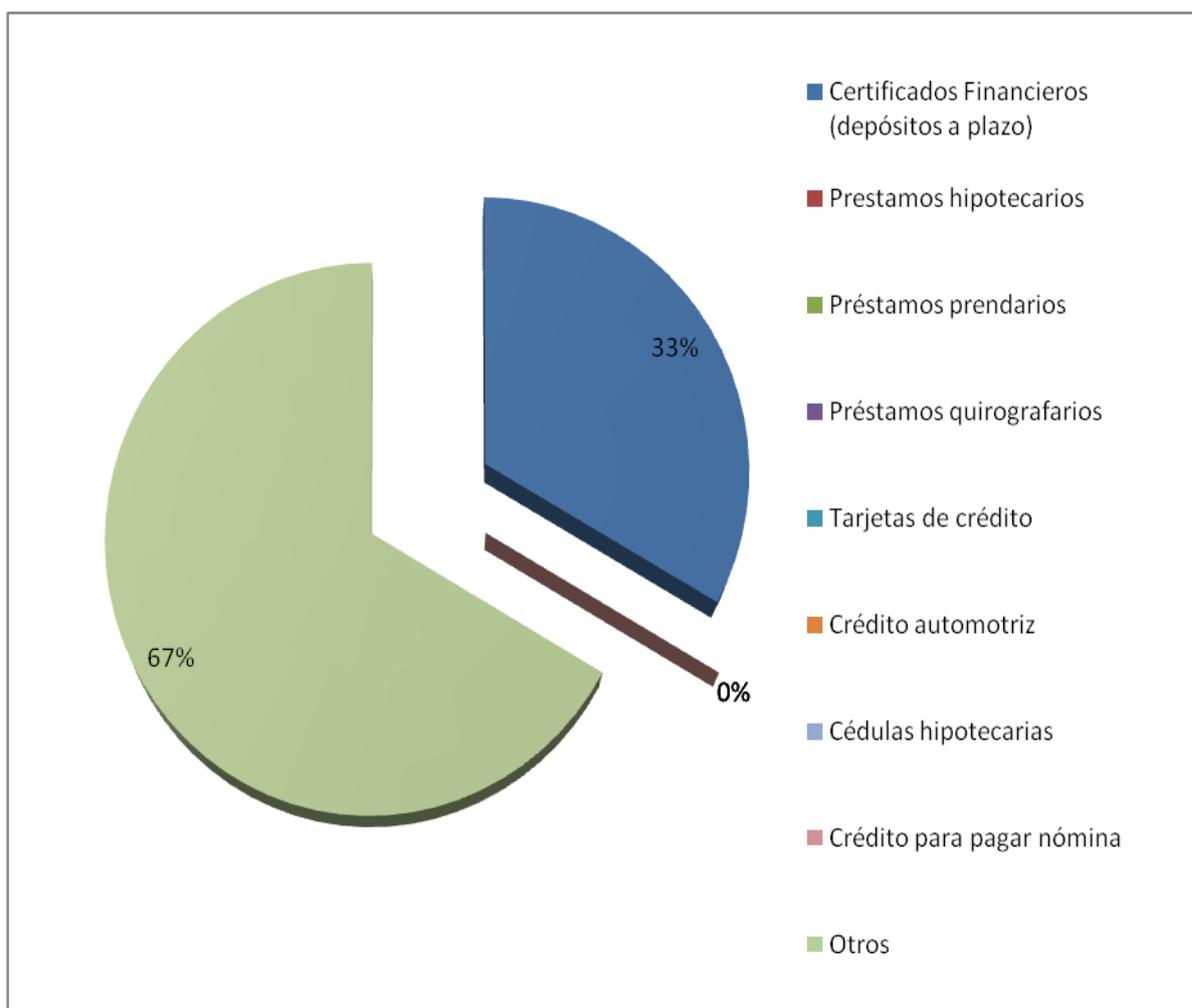
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Los productos de preferencia en Mutualista Azuay, Mutualista que fue tomada como muestra para el presente análisis, se pudo evidencia que el 80 % de los clientes prefieren la cuenta de ahorro, y un 20% de los mismos el acceso al crédito hipotecario, es decir los clientes sienten respaldo y confianza para guardar su dinero en esta institución financiera.

Cuadro 3.1.1.4

### PRODUCTOS FINANCIEROS DE PREFERENCIA EN LAS SOCIEDADES FINANCIERAS EN LA PLAZA DE AZOGUES



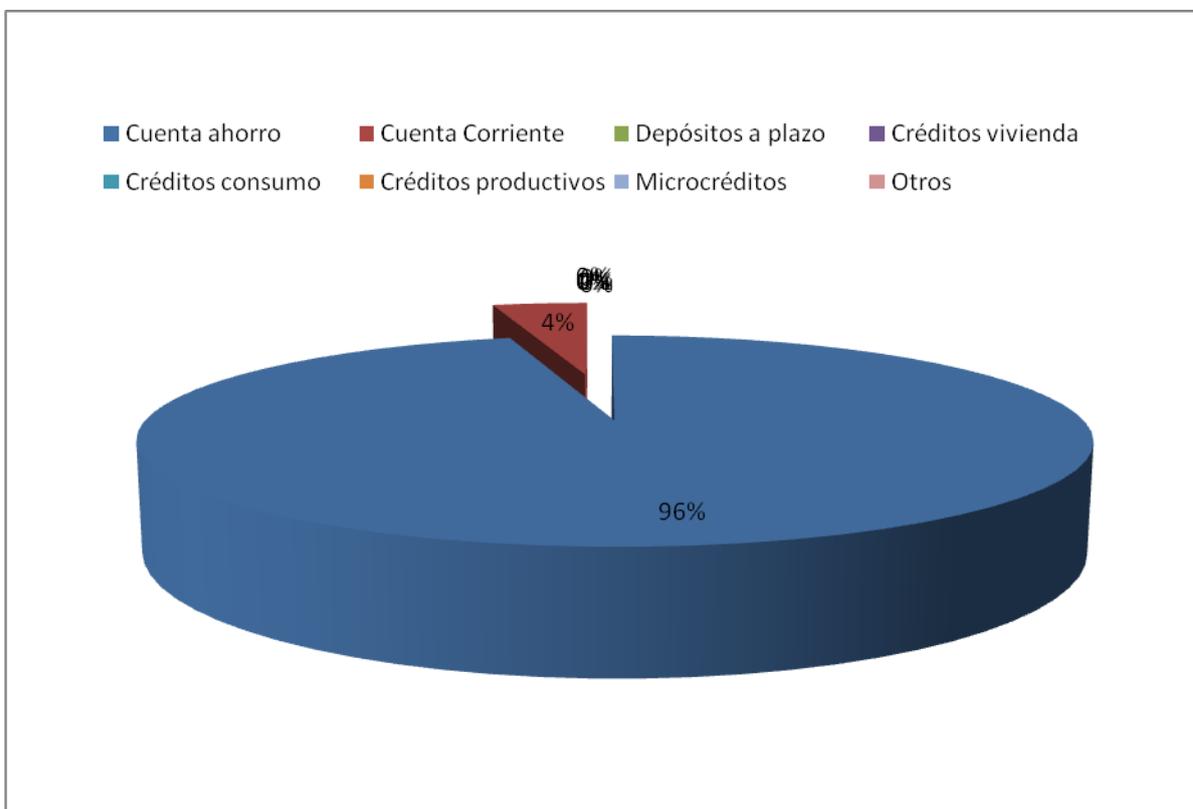
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En Fidasa, los clientes manifiestan que dentro de sus preferencias por los productos se encuentran los certificados financieros y otros productos. Los primeros con un porcentaje de aceptación del 67%, mientras que los otros poseen un 33% frente al resto de productos financieros.

Cuadro 3.1.1.5

### PRODUCTOS FINANCIEROS DE PREFERENCIA DE LA BANCA PÚBLICA EN LA PLAZA DE AZOGUES



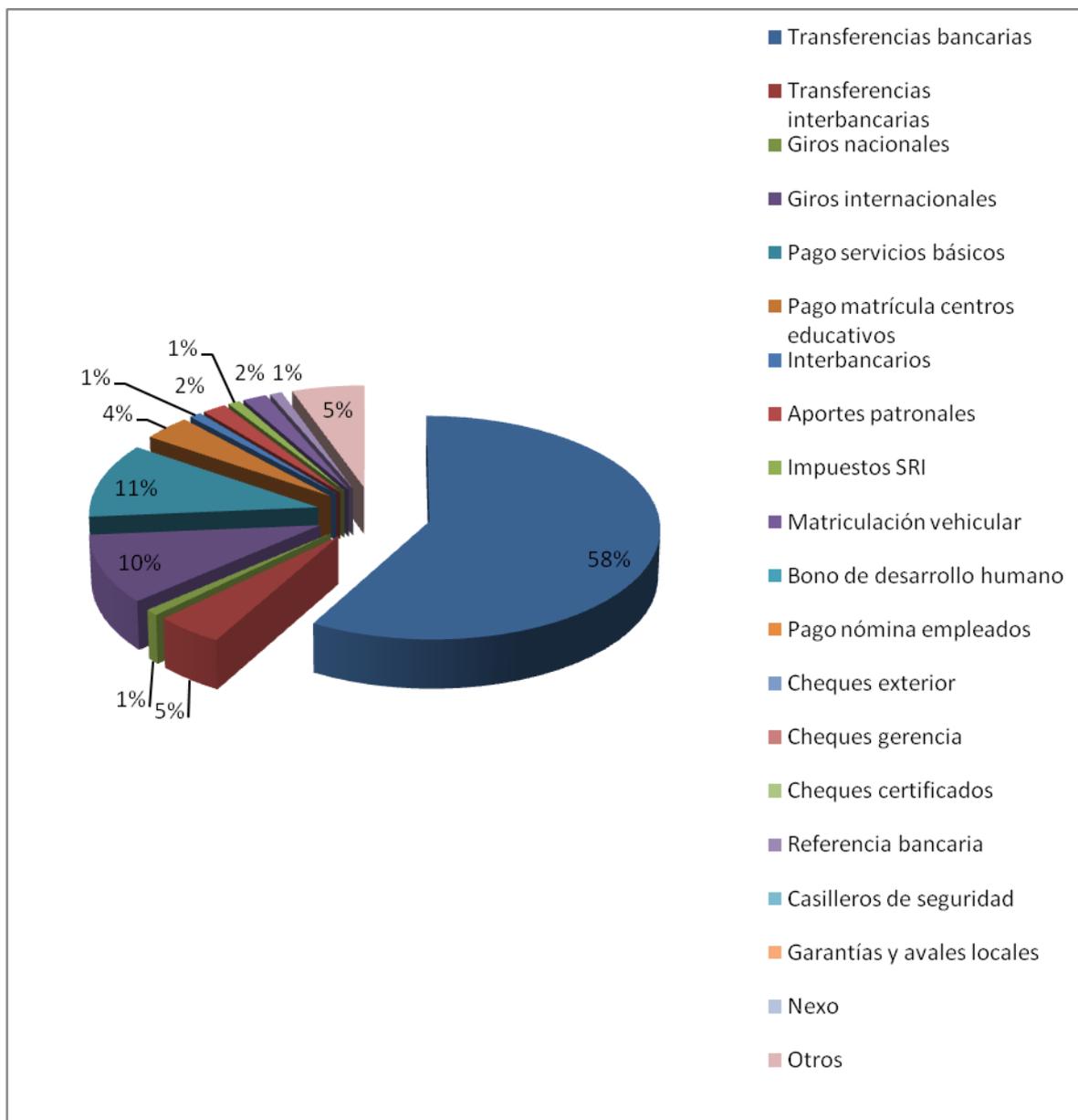
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En la Banca Pública, el 96% de los clientes tienen preferencia por el producto cuenta de ahorros, y apenas el 4% por la cuenta corriente, es decir que existe un mayor número de ahorristas.

Cuadro 3.1.1 .6

### SERVICIOS FINANCIEROS DE PREFERENCIA DE LA BANCA PRIVADA EN LA PLAZA DE AZOGUES



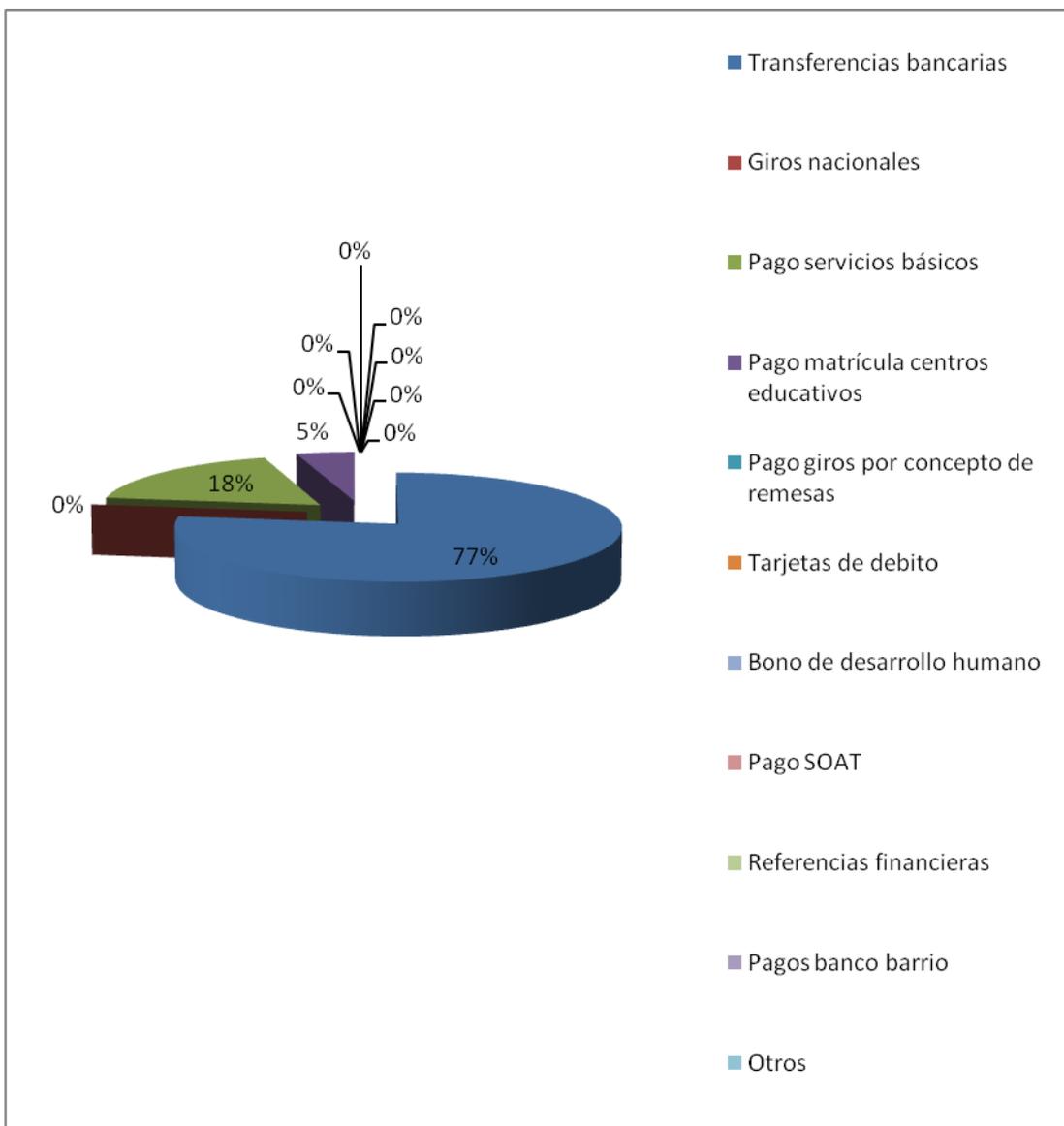
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Al analizar el subsistema Banca Privada, hemos observado que dentro de la amplia gama de servicios financieros que ofrecen estas instituciones la prioridad de los clientes se refleja en las transferencias bancarias con un 58%, seguido del 11% por el pago de servicios básicos y el 10% por giros internacionales.

Cuadro 3.1.1.7

### SERVICIOS FINANCIEROS DE PREFERENCIA DE LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO EN LA PLAZA DE AZOGUES



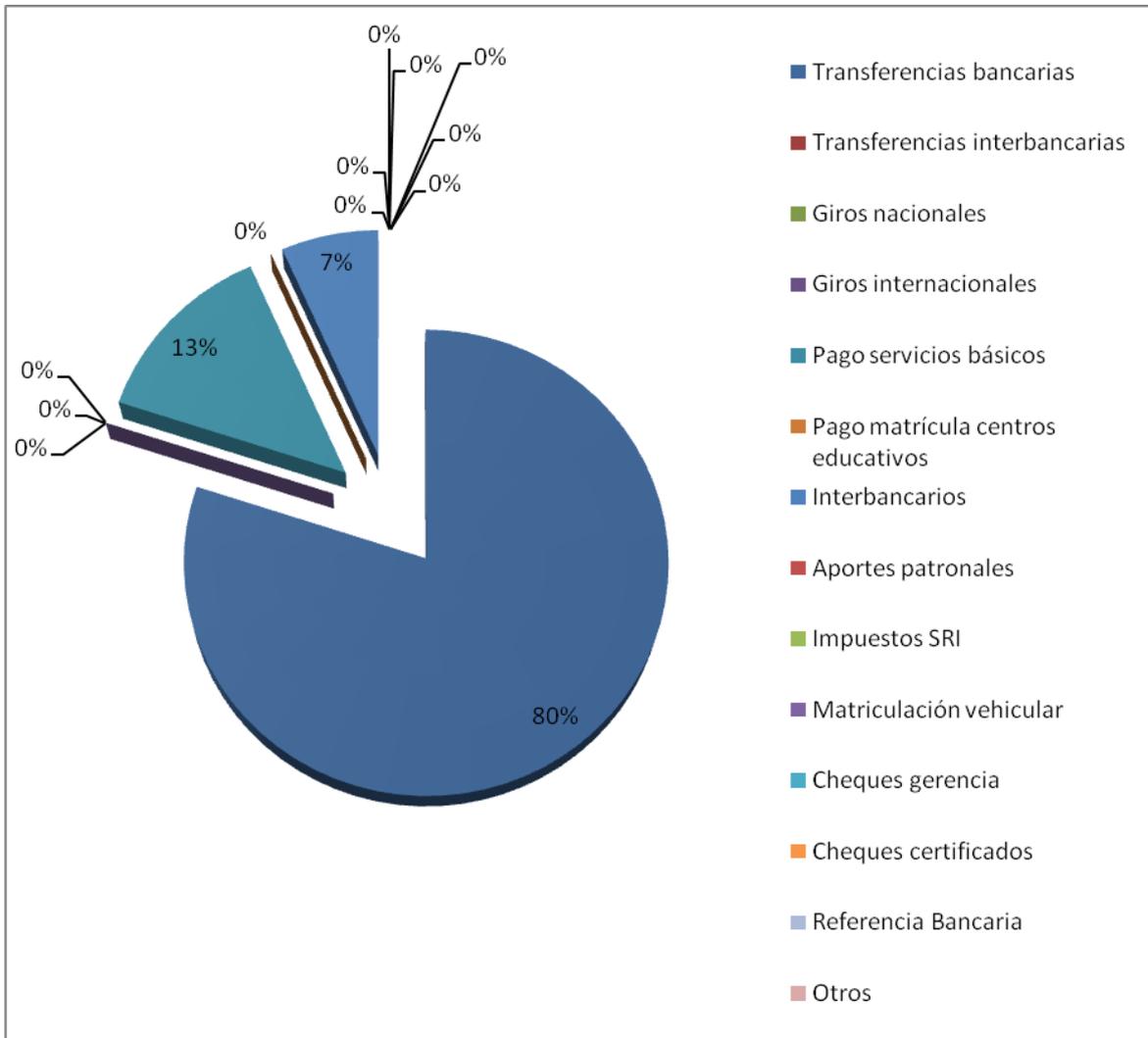
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En el caso de las Cooperativas de ahorro y crédito la preferencia de los clientes se presenta principalmente en las transferencias (77%) y el pago de servicios básicos (18%), un pequeño porcentaje de los encuestados, apenas el 5% tiene preferencia por el pago de matrículas a centros educativos.

Cuadro 3.1.1.8

### SERVICIOS FINANCIEROS DE PREFERENCIA DE LAS MUTUALISTAS EN LA PLAZA DE AZOGUES



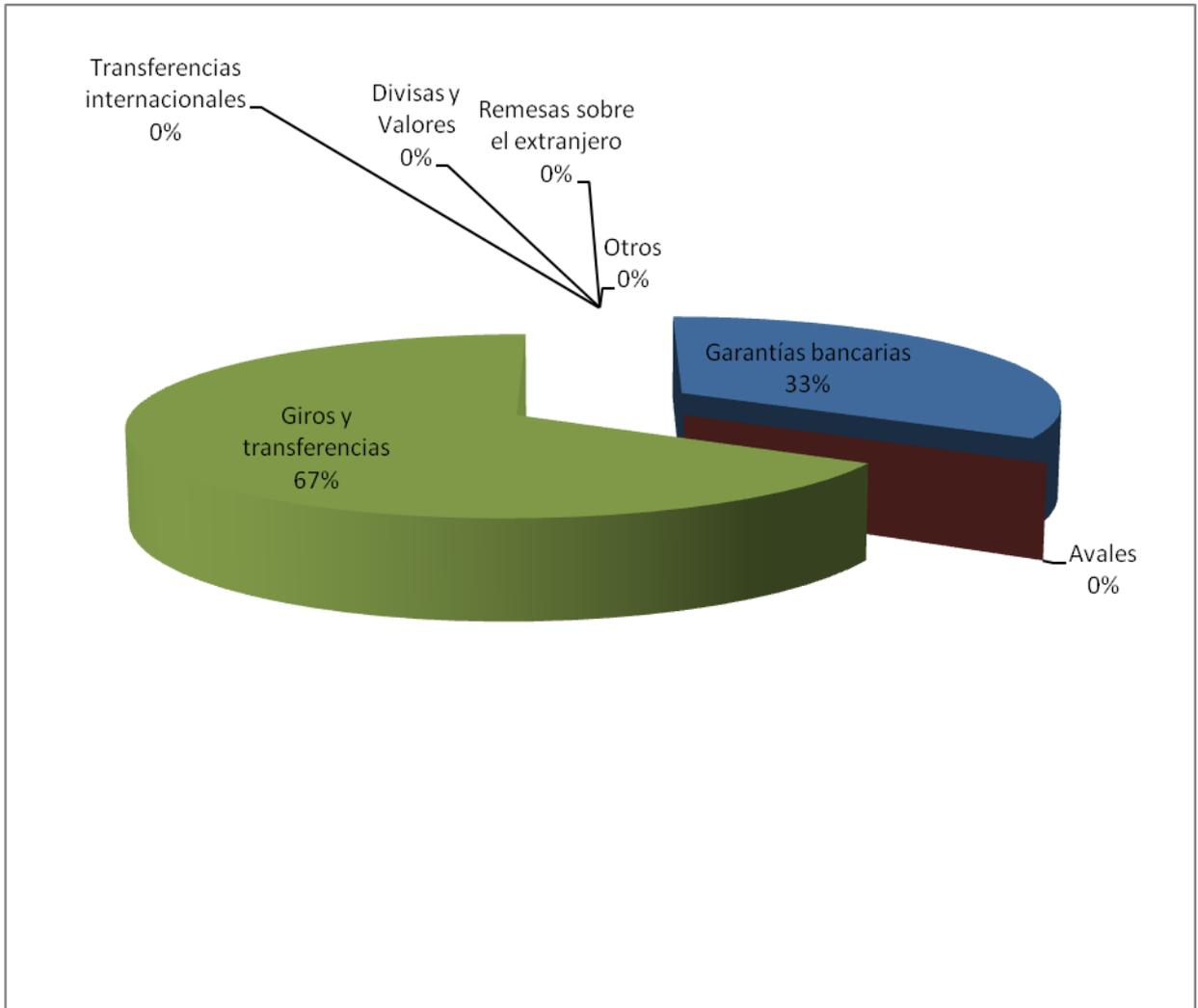
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En este gráfico se puede discernir que el servicio preferente para los clientes de las mutualistas en Azogues, en este caso Mutualista Azuay que es la institución en análisis, sus clientes se identifican con el servicio de transferencias bancarias con un 80% y el pago de servicios básicos en un 13% y en un 7% corresponde las transferencias interbancarias.

Cuadro 3.1.1.9

### SERVICIOS FINANCIEROS DE PREFERENCIA DE LAS SOCIEDADES FINANCIERAS EN LA PLAZA DE AZOGUES

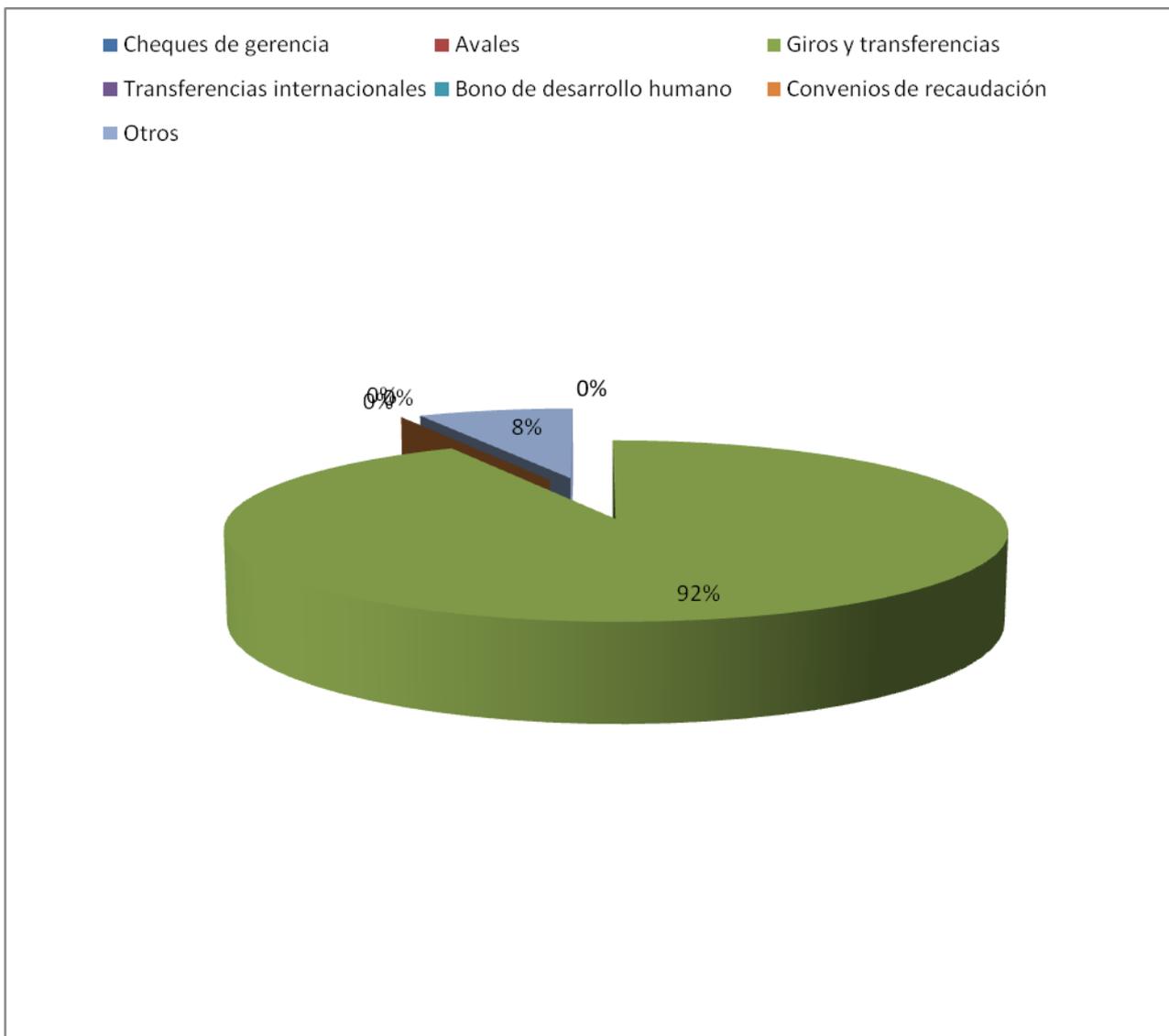


**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Al referirnos a las Sociedades Financieras el servicio de preferencia son los giros y las transferencias bancarias con un 67%, mientras que en un 33% muestran la preferencia por las garantías bancarias, en este caso el análisis se encuentra enfocado en la institución financiera FIDASA.

### SERVICIOS FINANCIEROS DE PREFERENCIA DE LA BANCA PÚBLICA EN LA PLAZA DE AZOGUES



**Fuente:** Investigación de campo

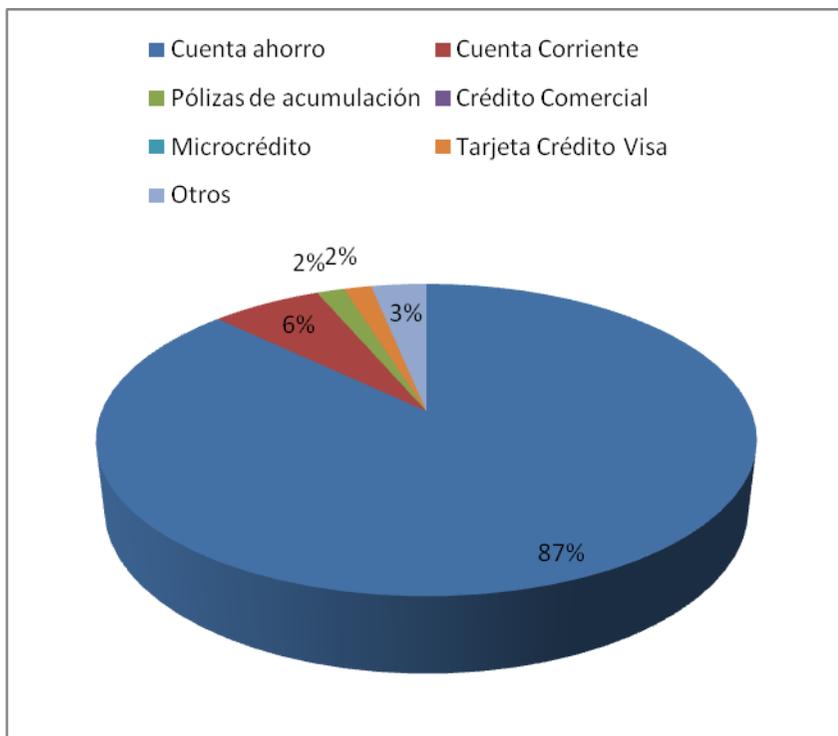
**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Los clientes de la banca pública en el Ecuador utilizan en un 92 % los giros y transferencias interbancarias por lo general por optimizar el tiempo.

### 3.1.2 ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Cuadro 3.1.2.1

#### PRODUCTOS FINANCIEROS BANCO DEL AUSTRO

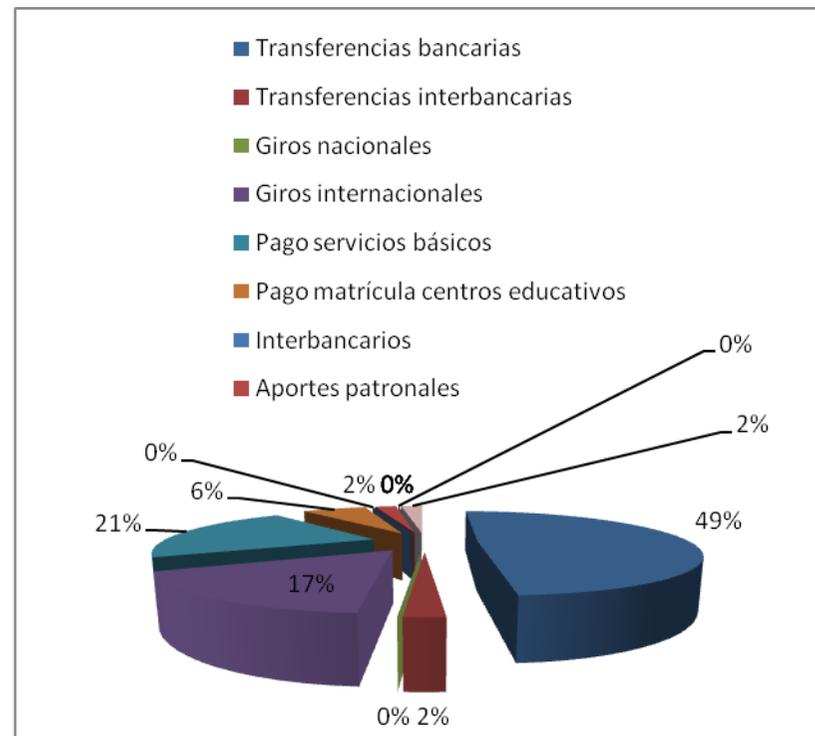


Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Cuadro 3.1.2.2

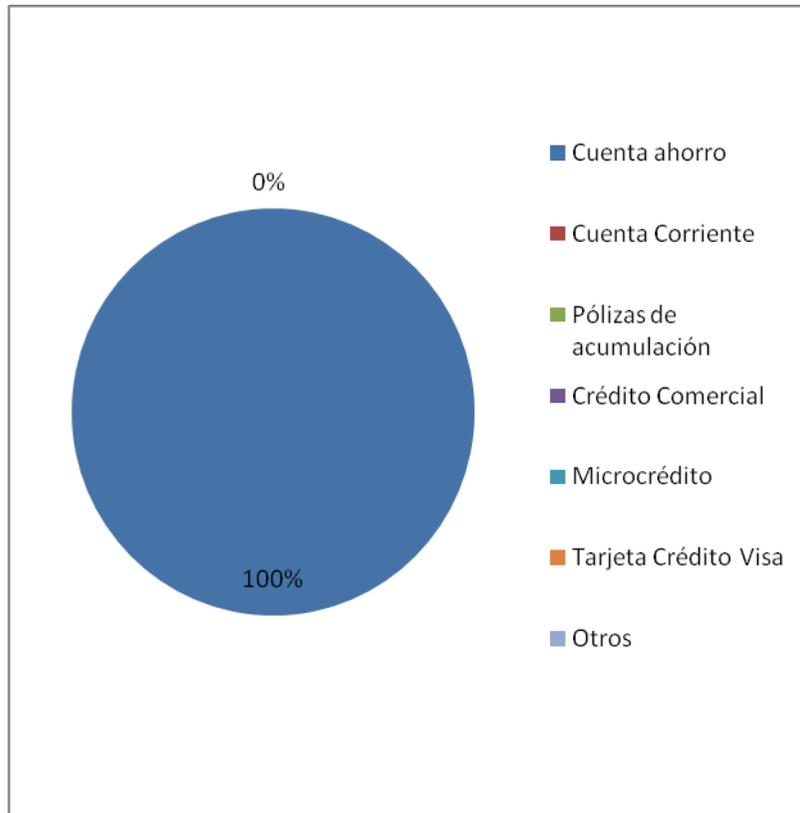
#### SERVICIOS FINANCIEROS BANCO DEL AUSTRO



En el caso de Banco del Austro las cuentas de ahorro son el producto de preferencia de los clientes con el 87%, a través de estas cuentas realizan principalmente transferencias bancarias.

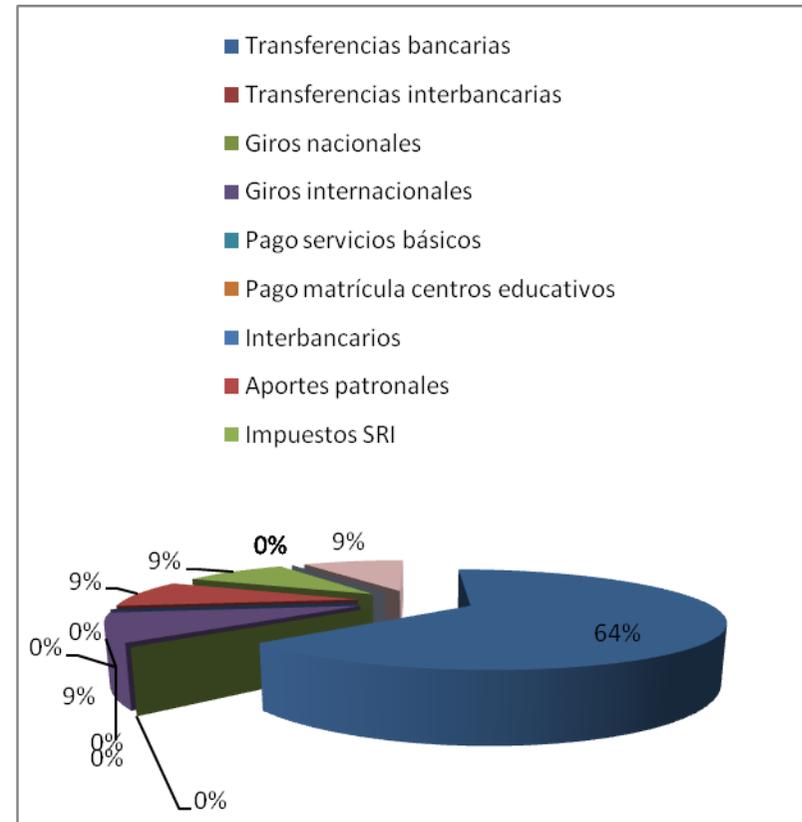
Cuadro 3.1.2.3

### PRODUCTOS FINANCIEROS BANCO BOLIVARIANO



Cuadro 3.1.2.4

### SERVICIOS FINANCIEROS BANCO BOLIVARIANO



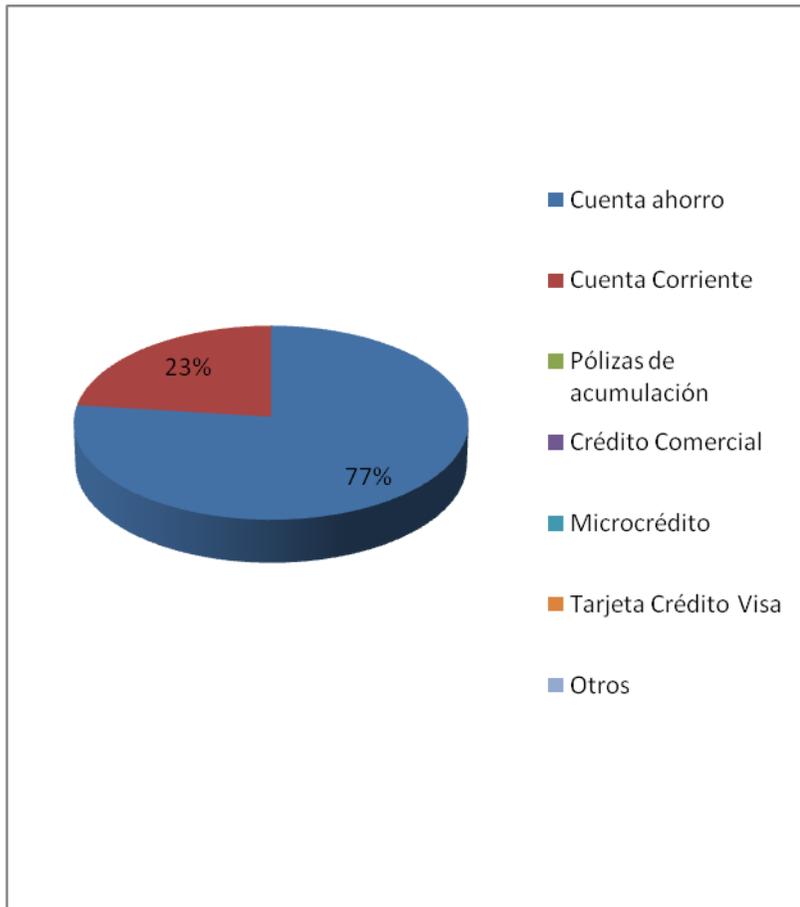
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Los clientes del Banco Bolivariano encuestados en un 100% prefieren la cuenta de ahorros y el servicio de preferencia son las transferencias bancarias.

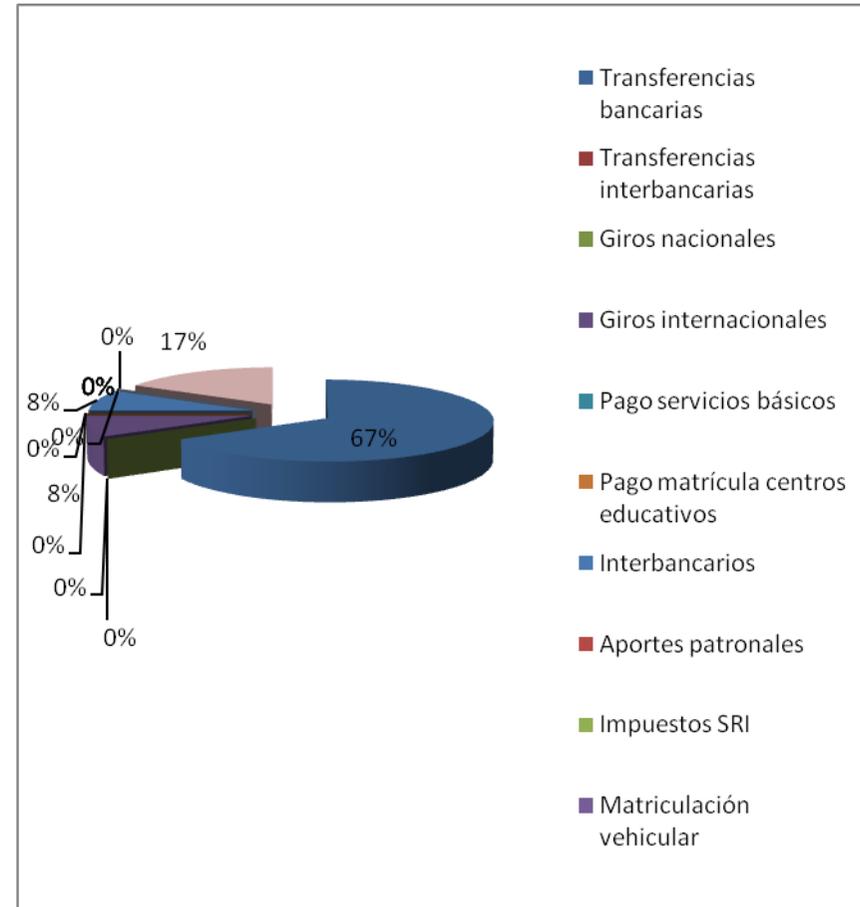
Cuadro 3.1.2.5

**PRODUCTOS FINANCIEROS BANCO DE GUAYAQUIL**



Cuadro 3.1.2.6

**SERVICIOS FINANCIEROS BANCO DE GUAYAQUIL**



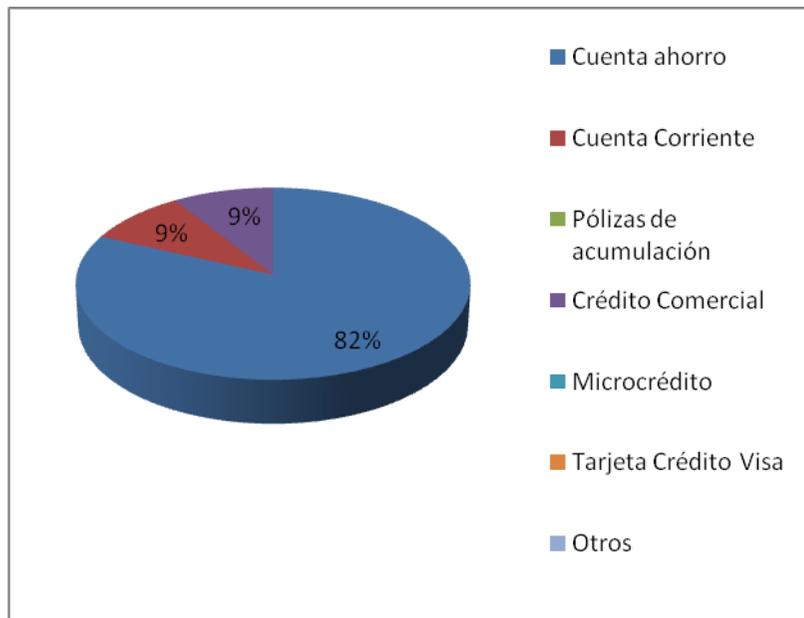
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En referencia a los clientes del Banco de Guayaquil la preferencia por productos se encuentra dividida con un 77% en cuenta de ahorros y el 23% prefieren la cuenta corriente; las transferencias interbancarias constituyen el servicio más usado por los clientes.

Cuadro 3.1.2.7

### PRODUCTOS FINANCIEROS BANCO INTERNACIONAL

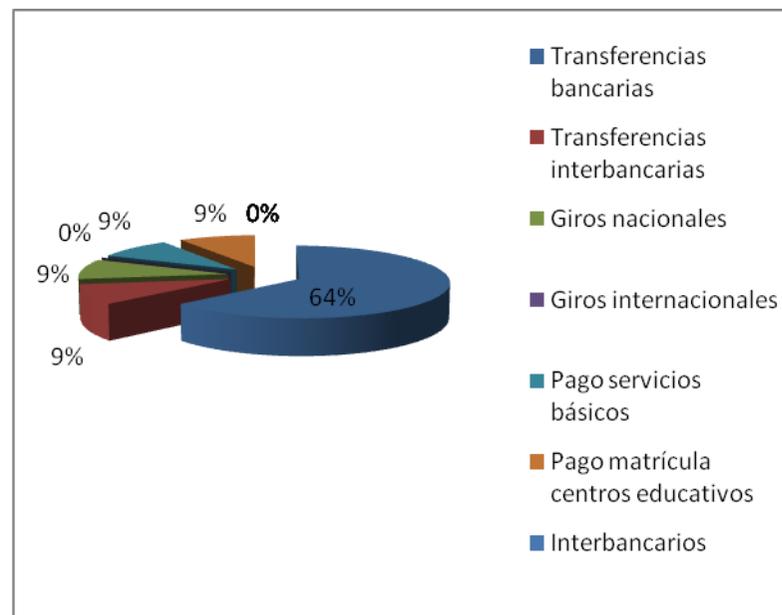


Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

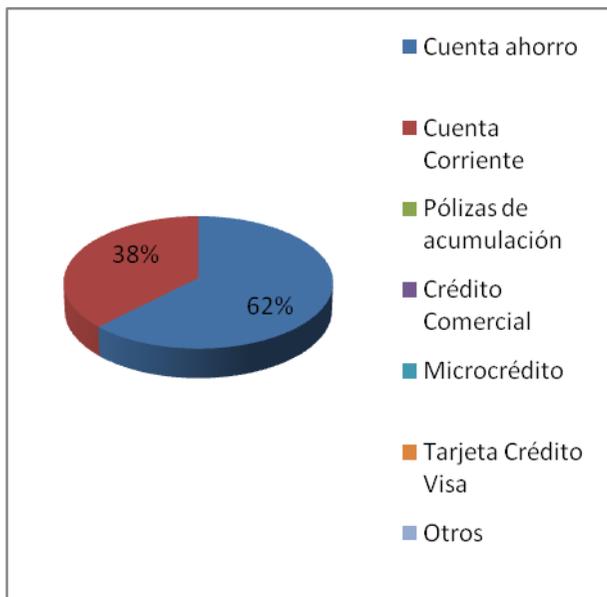
Cuadro 3.1.2.8

### SERVICIOS FINANCIEROS BANCO INTERNACIONAL

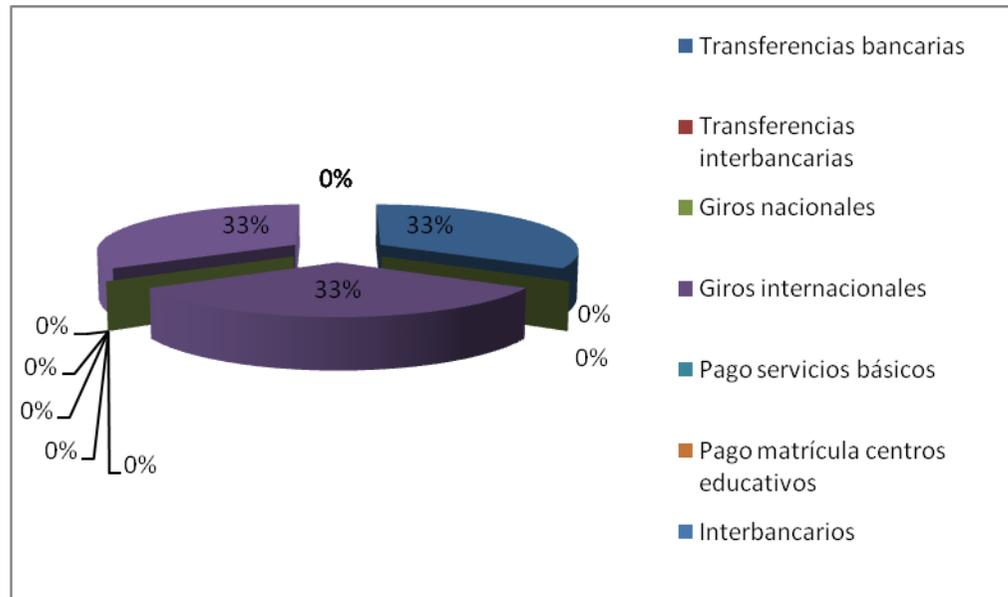


Los productos de mayor preferencia del Banco Internacional constituyen en un 82% la cuenta de ahorro, seguido por el 9% tanto de la cuenta corriente como del crédito comercial; en cuanto a la preferencia de servicios los clientes utilizan principalmente las transferencias.

**Cuadro 3.1.2.9**  
**PRODUCTOS FINANCIEROS BANCO DEL PACÍFICO**



**Cuadro 3.1.2.10**  
**SERVICIOS FINANCIEROS BANCO DEL PACÍFICO**



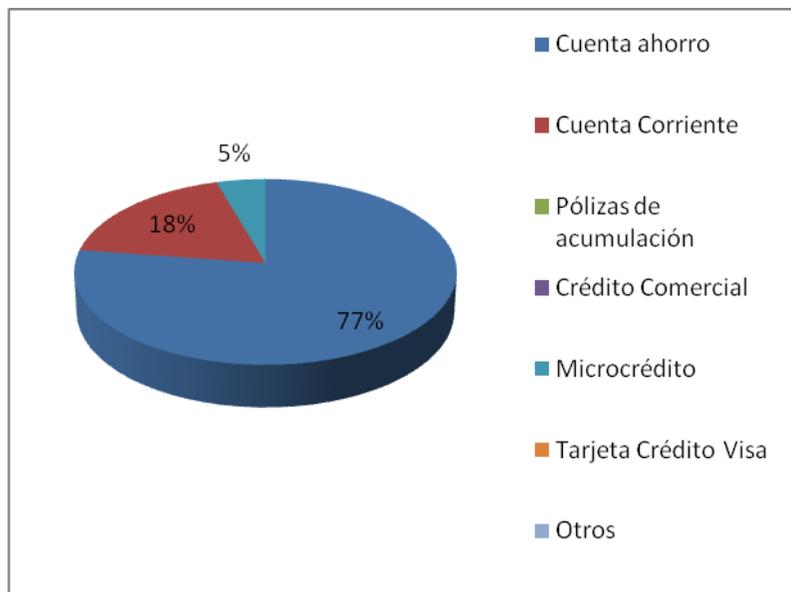
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Al analizar el comportamiento de los clientes del Banco del Pacífico se observa que el 62% de ellos en la plaza Azogues utiliza la cuenta de ahorro y en un 32% utiliza la cuenta corriente; en cuanto a los servicios de preferencia manifiestan igual preferencia tanto para transferencias, pago de servicios básicos y pago de impuestos del SRI, a través de sus cuentas por ser los servicios que más requieren los clientes y que pueden acceder de una manera rápida.

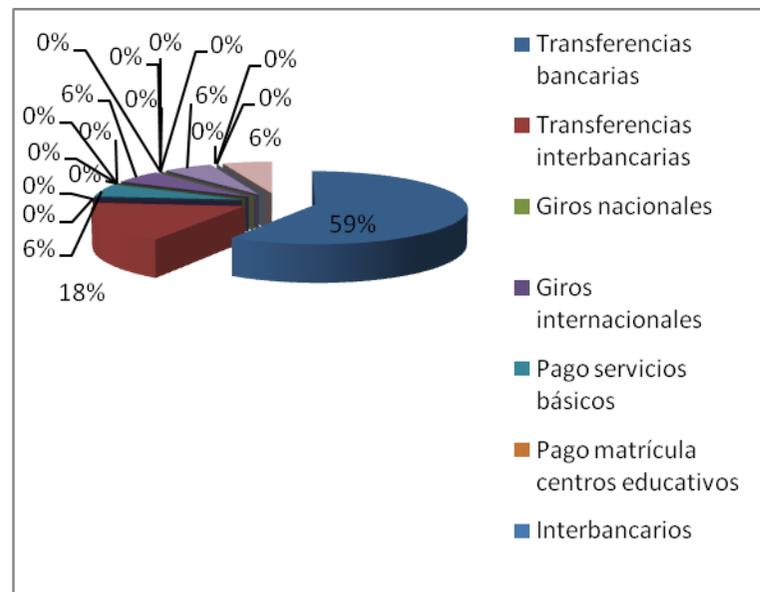
Cuadro 3.1.2.11

**PRODUCTOS FINANCIEROS BANCO DEL PICHINCHA**



Cuadro 3.1.2.12

**SERVICIOS FINANCIEROS BANCO DEL PICHINCHA**



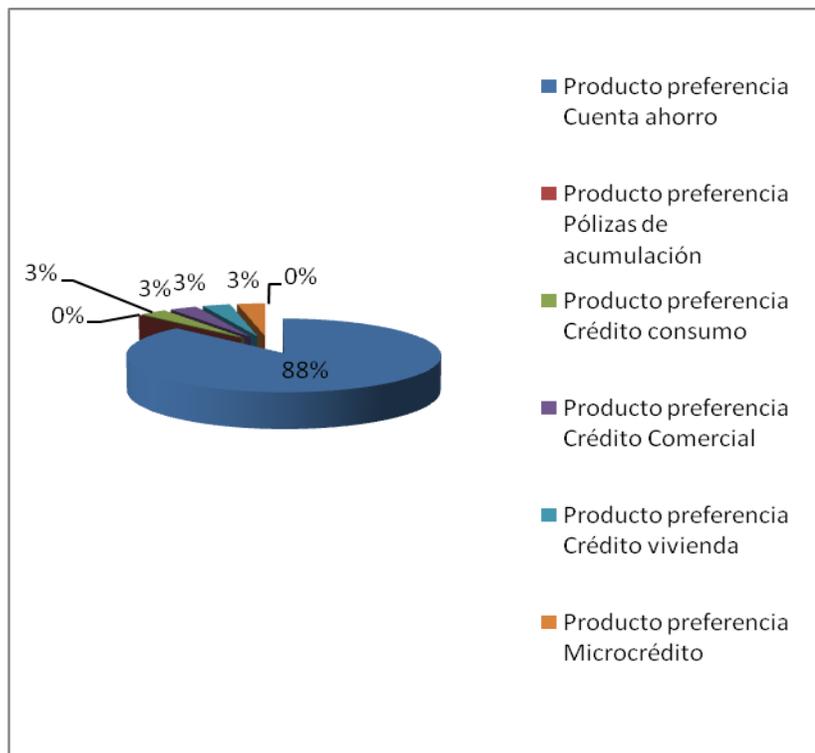
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En el caso del Banco Pichincha, la preferencia por los productos es más amplia un 77% opina que la cuenta de ahorro es la más necesaria, el 18% utiliza la cuenta corriente y el 5% microcrédito; en lo que se refiere a servicios la transferencia bancarias e interbancarias continúan siendo el servicio más utilizado por los clientes.

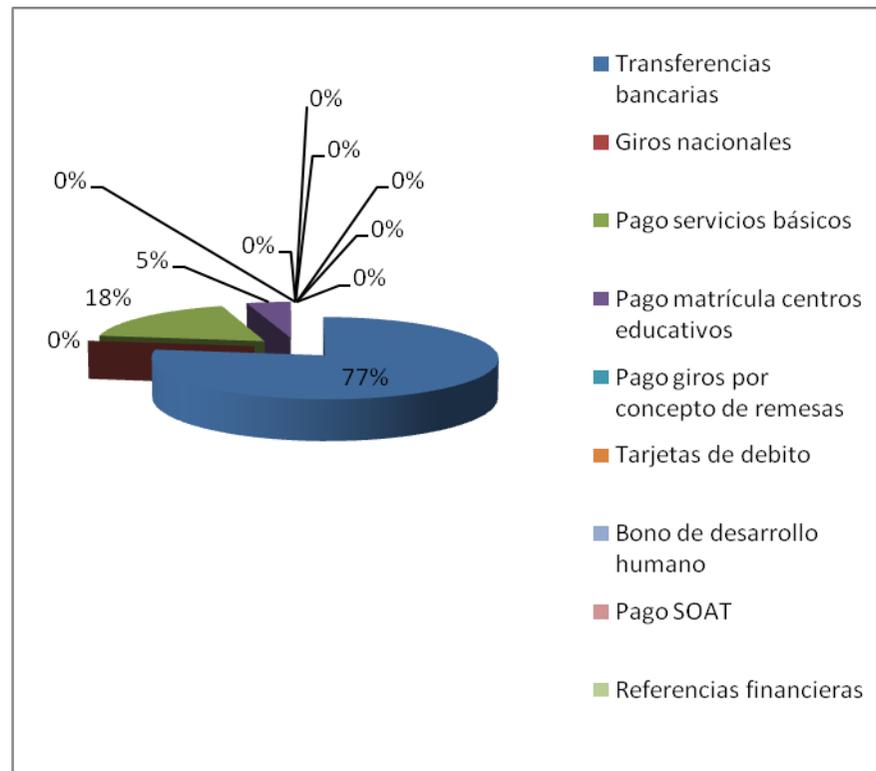
Cuadro 3.1.2.13

**PRODUCTOS FINANCIEROS COOP.CACPE BIBLIÁN**



Cuadro 3.1.2.14

**SERVICIOS FINANCIEROS COOP.CACPE BIBLIÁN**



Fuente: Investigación de campo

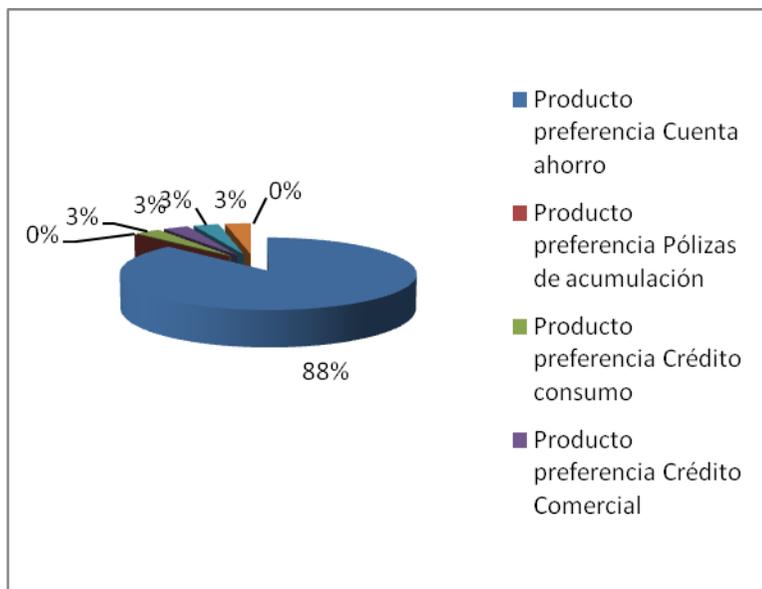
Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Los productos de mayor preferencia en CACPE Biblián son la cuenta de ahorro mayoritariamente con un 88%, y en menor porcentaje los créditos de consumo, comercial y microcrédito con un 3%. En el caso de los créditos se ha señalado un mínimo porcentaje debido a que es una Cooperativa que se encuentra recientemente en el mercado financiero.

La preferencia por los servicios está dada en primer lugar por las transferencias bancarias en un 77% seguida del pago de servicios básicos con un 18% y en un porcentaje mínimo (5%) es utilizado el pago para matrícula de centros educativos.

**Cuadro 3.1.2.13**

**PRODUCTOS FINANCIEROS COOP.JARDIN AZUAYO**

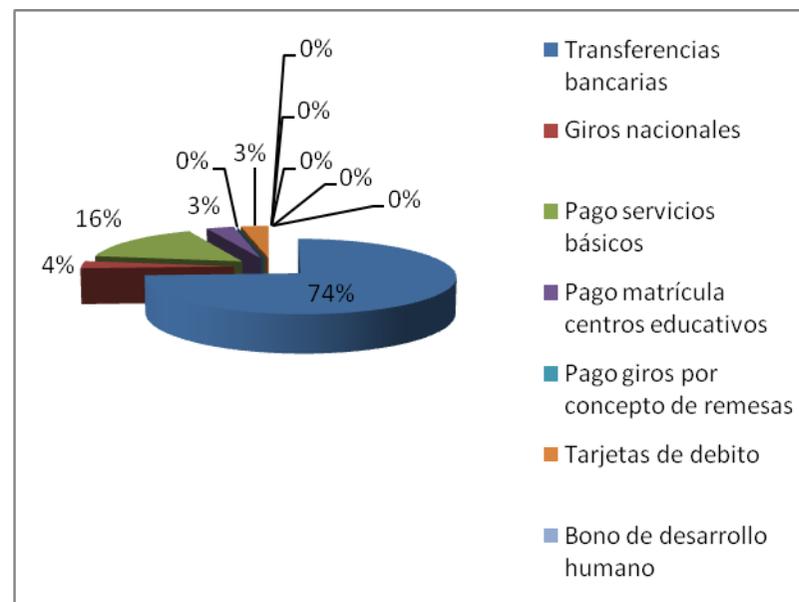


**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

**Cuadro 3.1.2.14**

**SERVICIOS FINANCIEROS COOP JARDIN AZUAYO**



Los productos de preferencia en la Cooperativa Jardín Azuayo, en primer lugar están la cuenta de ahorros con un 85% ya que requieren una institución que les brinde confianza para guardar su dinero; le siguen la preferencia por el crédito de consumo en un 10% y por último el microcrédito 5% el cual debería ser tomado en cuenta para mejorarlo.

Con respecto a los servicios de preferencia de la Cooperativa Jardín Azuayo, los clientes en especial utilizan las transferencias bancarias en un 74%, tomando en cuenta que existe un gran porcentaje de cuenta ahorristas es lógico que en su mayoría el servicio a utilizar es el de transferencias pues en la actualidad es más seguro realizar una transacción que retirar dinero y entregárselo físicamente a otra persona. En el caso de otros servicios, el pago de servicios básicos obtuvo un 16% y utilizan el servicio de giros nacionales en un 4% como servicios adicionales del que disponen los clientes.

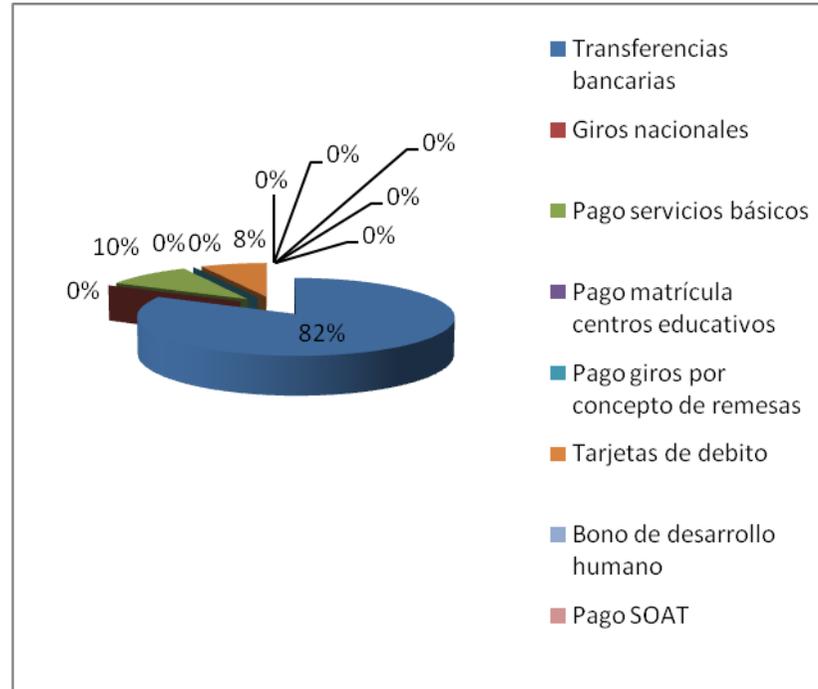
Cuadro 3.1.2.15

**PRODUCTOS FINANCIEROS COOP.JEP**



Cuadro 3.1.2.16

**SERVICIOS FINANCIEROS COOP. JEP**



Fuente: Investigación de campo

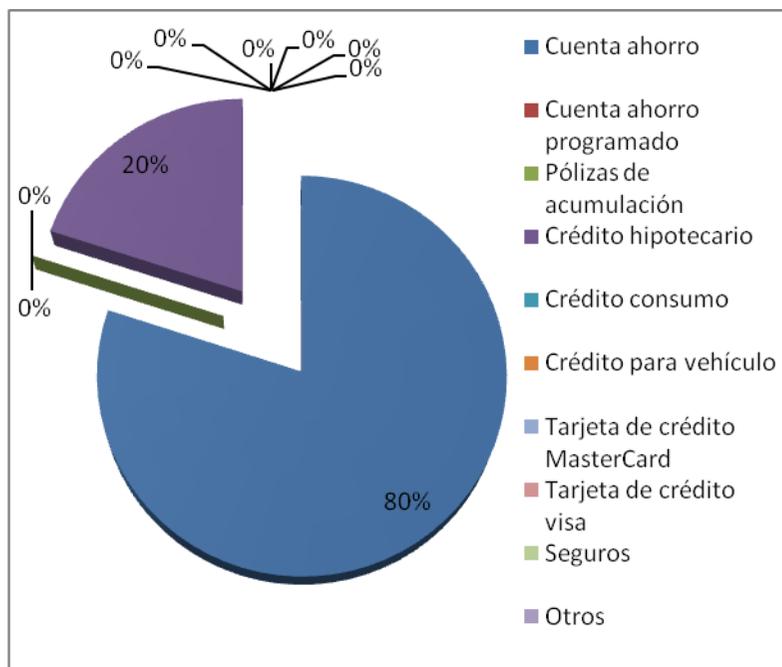
Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Si nos referimos a la Cooperativa Juventud Ecuatoriana Progresista observamos que sus clientes optan por la cuenta de ahorro en un 96%, y en menor porcentaje las pólizas de acumulación y créditos de consumo (2%) ya que en su mayoría la conforma la población ahorrista pero con este antecedente se debe incentivar la utilización de inversiones por ejemplo en el caso de pólizas de acumulación que cuentan con un porcentaje débil.

Los servicios de preferencia de los clientes está dado por un 82% que utiliza transferencias bancarias, por la facilidad y seguridad de este trámite, 10 % pago de servicios básicos y 8% la tarjeta de débito. En esta cooperativa el uso de tarjeta de débito ha sido considerado una ayuda en caso de emergencias y por lo tanto muy útil.

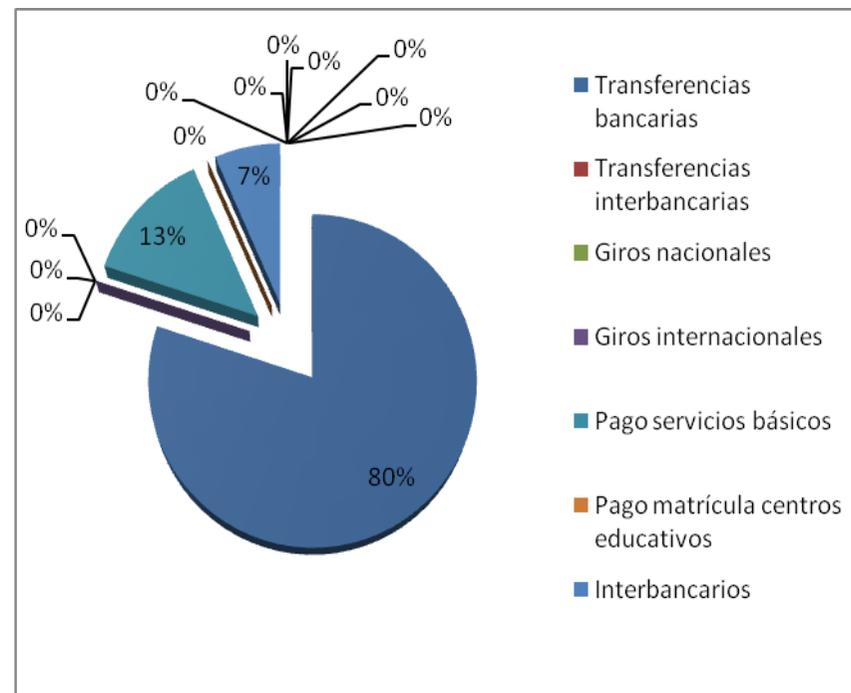
**Cuadro 3.1.2.17**

**PRODUCTOS FINANCIEROS MUTUALISTAS**



**Cuadro 3.1.2.18**

**SERVICIOS FINANCIEROS MUTUALISTAS**



**Fuente:** Investigación de campo

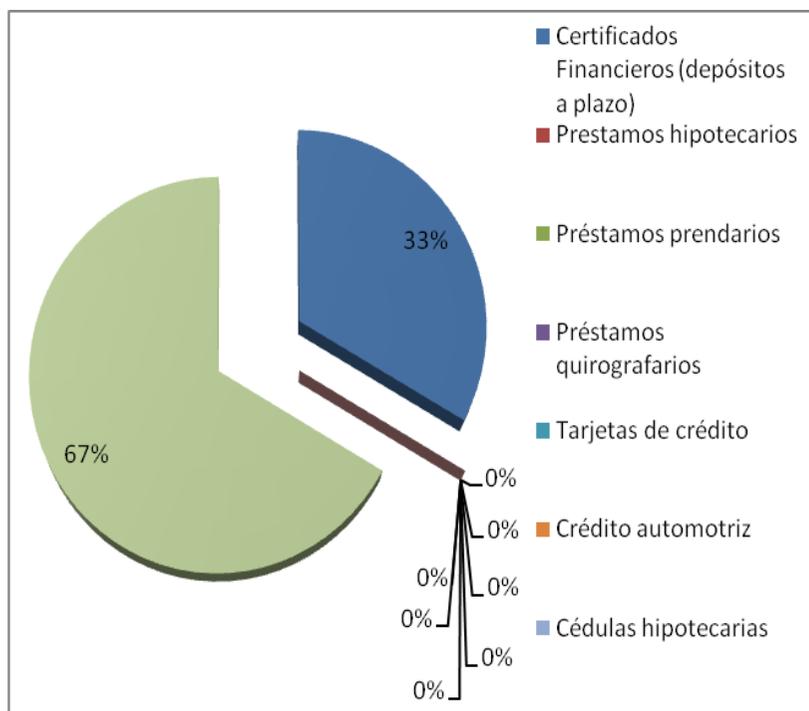
**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

El 80 % de los clientes de la Mutualista Azuay consideran que la cuenta de ahorros es el producto de mayor preferencia, le sigue el crédito hipotecario con el 20%, al ser una mutualista sus clientes utilizan la cuenta de ahorros ya que también está les ayuda para obtener un crédito hipotecario en esta institución.

En cuanto a los servicios el 80 % de los clientes prefiere las transferencias bancarias y el 13% el pago de servicios básicos. En lo que respecta a las transferencias bancarias como en las demás instituciones es el servicio más utilizado en correlación con la utilización de las cuentas de ahorros por su facilidad y rapidez así como para el pago de servicios básicos ya que evita trasladarse a otro lugar para realizar este trámite.

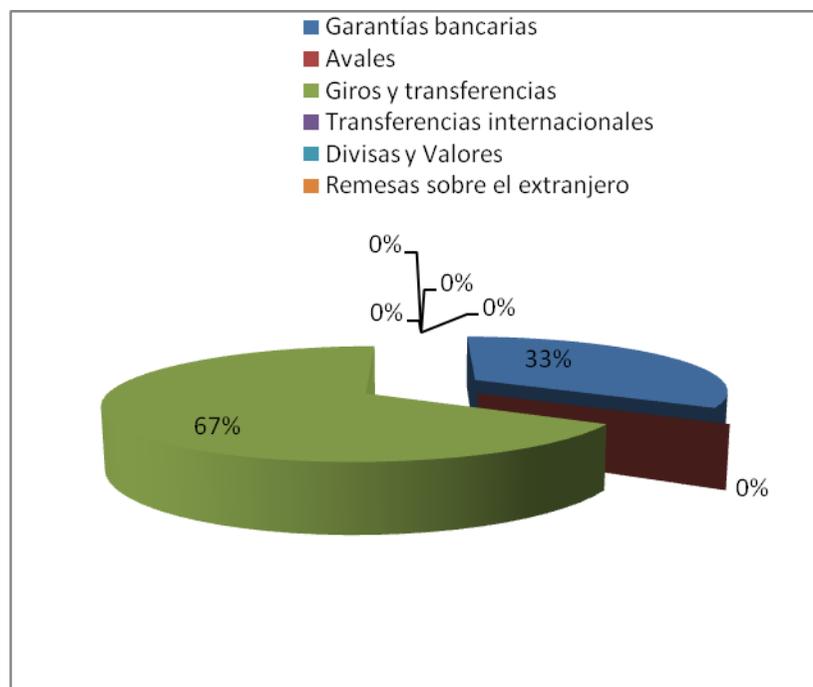
Cuadro 3.1.2.19

**PRODUCTOS SOCIEDADES FINANCIERAS**



Cuadro 3.1.2.20

**SERVICIOS SOCIEDADES FINANCIERAS**



**Fuente:** Investigación de campo

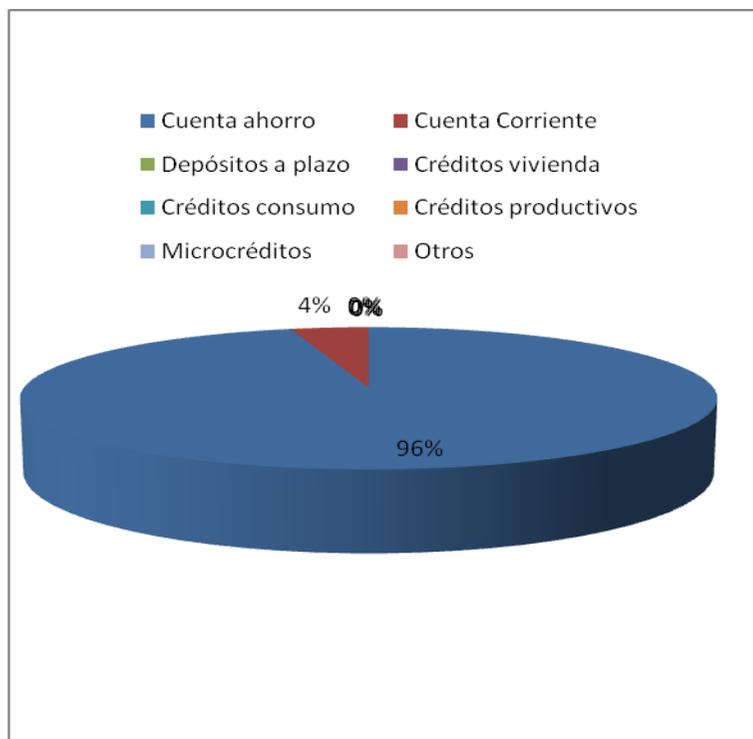
**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Respecto al producto de preferencia en Sociedades Financieras tenemos otros servicios que pueden englobarse en inversiones y garantías bancarias que son requeridos en su mayoría por los clientes por ser una empresa sólida y con experiencia, por lo tanto registra un 67% de aceptación frente a un 33 % que muestran interés por los certificados financieros.

El 67% de los clientes utilizan el servicio de giros y transferencias en Fidasa ya que como se mencionó anteriormente los clientes lo catalogan como una empresa que les brinda seguridad y el 33% las garantías bancarias por las ventajas y beneficios que ofrecen como por ejemplo el trámite ágil y oportuno a bajo costo, los montos que manejan, comisiones, etc.

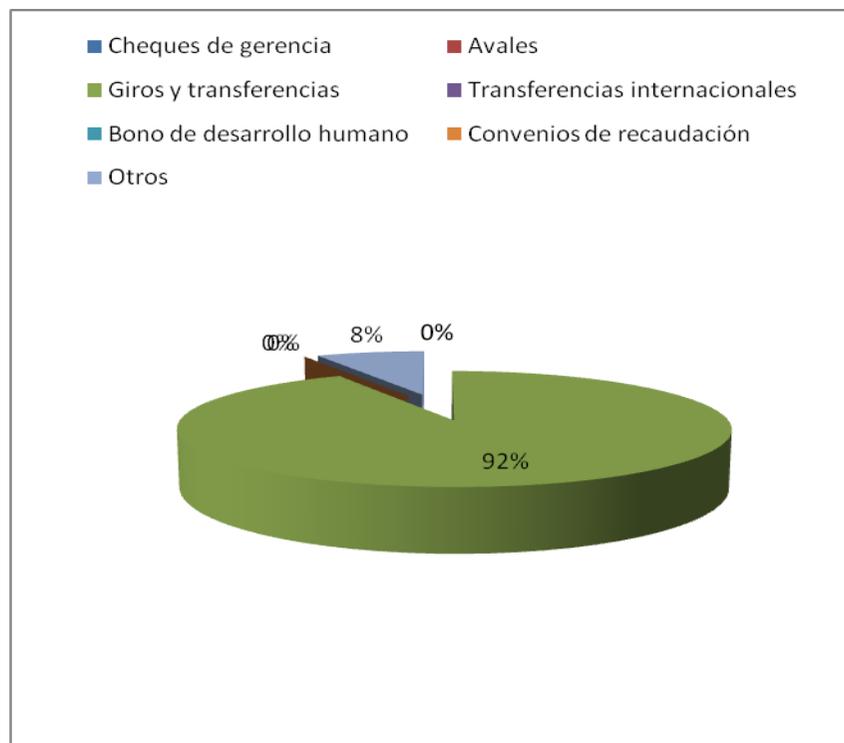
**Cuadro 3.1.2.21**

**PRODUCTOS FINANCIEROS BANCA PÚBLICA**



**Cuadro 3.1.2.22**

**SERVICIOS FINANCIEROS BANCA PÚBLICA**



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

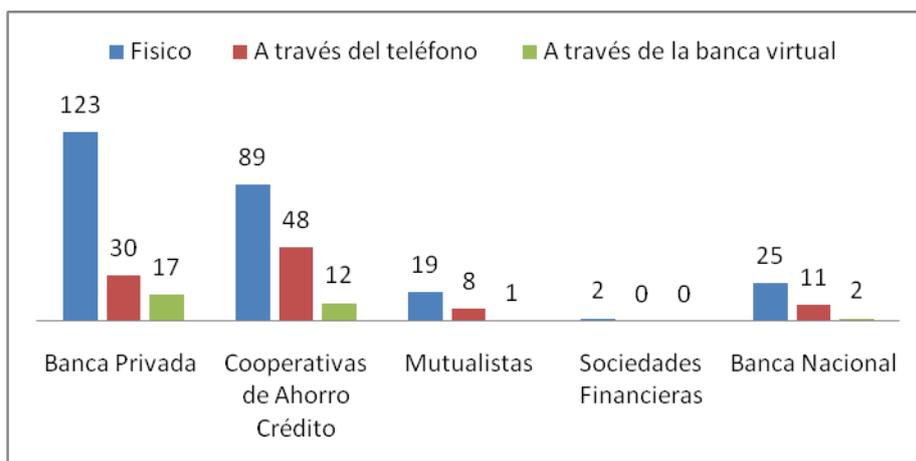
En el caso del Banco Nacional de Fomento hemos observado que el 96% prefiere la cuenta de ahorros en relación a un 4% que escogen a la cuenta corriente como producto de preferencia; es decir se puede evidenciar una población ahorrista pues según comentarios esto lo hacen para luego poder acceder a los créditos.

Refiriéndonos a los servicios de preferencia en la banca pública los clientes dicen en un 92% que utilizan los giros y transferencias ya que esto les permite ahorrar tiempo en sus trámites, lo cual es comprensible dado que la mayor parte de ellos posee cuenta de ahorros y cuenta corriente.

### 3.2 LA COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE Y SERVICIO AL CLIENTE

Cuadro 3.1.2.35

#### CANALES DE COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE QUE UTILIZAN LAS IFIS



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

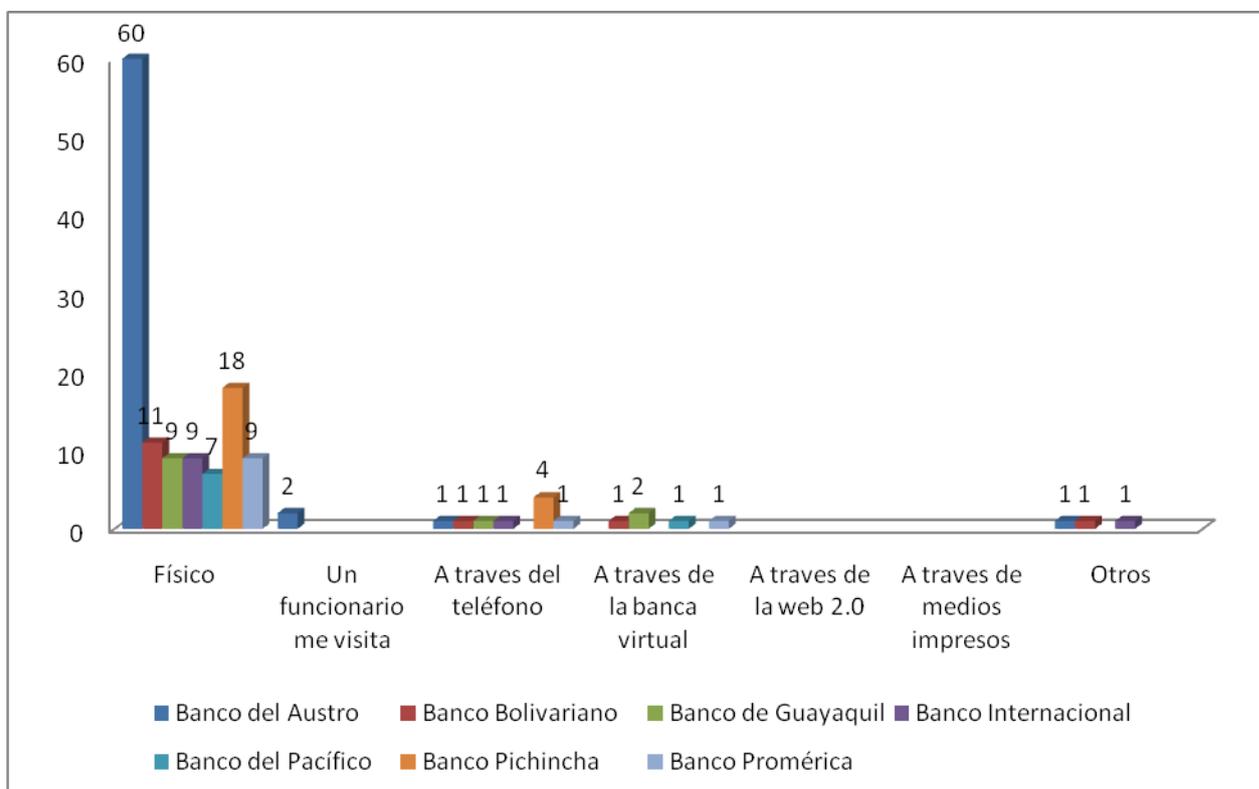
En cuanto a los canales de comunicación que utilizan los clientes de la plaza Azogues observamos que 123 personas (87%) del total de encuestados en los bancos privados prefiere ir físicamente al banco para realizar sus transacciones debido a que no sienten un respaldo si lo hacen por otro medio (virtual, telefónico), similar comportamiento se ve en el caso de las cooperativas con una representatividad del 97% del total de personas encuestadas, en las mutualistas, sociedades financieras y banca pública el 100% de sus clientes acude a la institución ya que esto les hace sentirse más seguros.

En el siguiente ítem se hará un desglose de los tres principales canales de comunicación que son requeridas por sus clientes en las instituciones financieras en la plaza de Azogues.

### 3.2.1 COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

#### LA VISITA FÍSICA, PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN PARA LA BANCA PRIVADA - PLAZA AZOGUES

Cuadro 3.2.1. 1



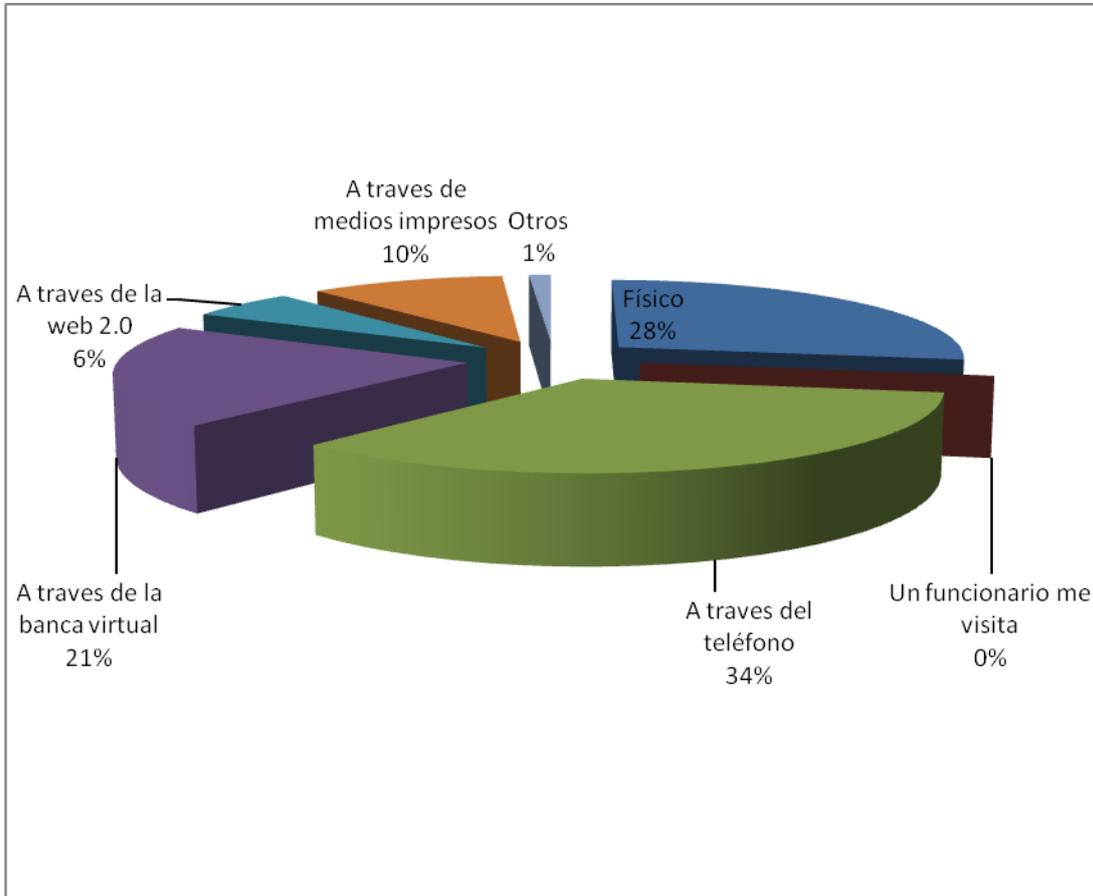
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Los clientes de la banca privada principalmente ir y visitar la institución financiera, es así que en un 42.23% (60 personas) en el caso del Banco del Austro, en un 7.75% los clientes del Banco Bolivariano, el 6.34% de los clientes tanto del Banco de Guayaquil, Banco Internacional como los del Banco Promerica acuden al banco a realizar sus transacciones, el 4.93% son clientes del Banco del Pacífico, y el 12.68% corresponden al Banco del Pichincha. Todas las personas encuestadas han comentado que existe esta preferencia ya que se sienten más seguros visitando las instalaciones pues por teléfono o internet no tienen la certeza de que su transacción o trámite se realice satisfactoriamente.

Cuadro 3.2.1. 2

### EL TELÉFONO, SEGUNDO CANAL DE COMUNICACIÓN PARA LA BANCA PRIVADA – PLAZA AZOGUES



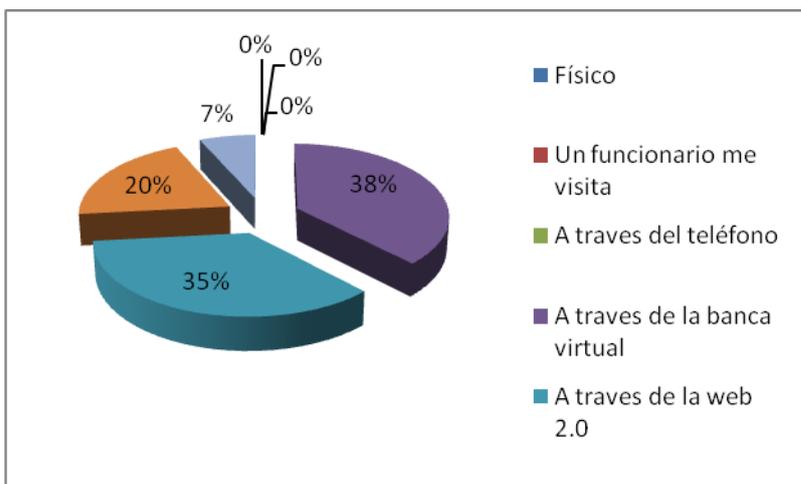
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

El 34% de los clientes indican que prefieren comunicarse con su banco a través del teléfono, siendo éste el segundo canal que utilizan los clientes en el caso de que no puedan visitar físicamente las instalaciones de la institución financiera ya que con ello ahorran el tiempo que les tomaría para acudir al banco.

Cuadro 3.2.1. 3

### LA BANCA VIRTUAL, TERCER CANAL DE COMUNICACIÓN PARA LA BANCA PRIVADA – PLAZA AZOGUES



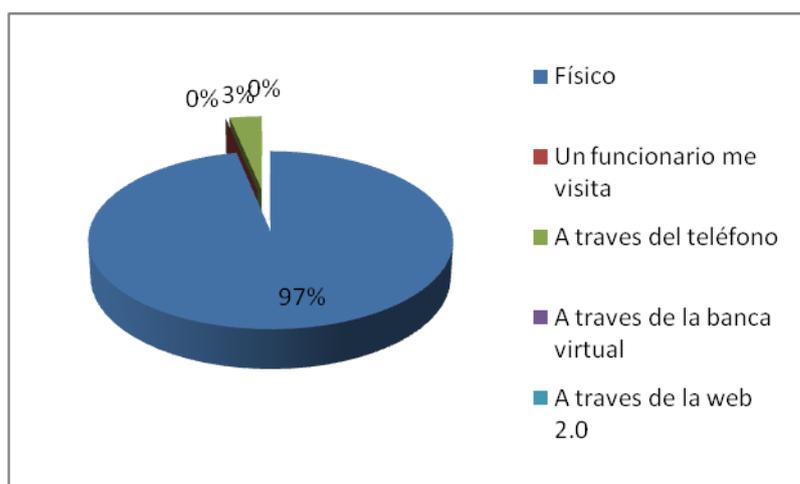
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Los clientes de la banca privada es en un 38% se comunican a través de la banca virtual, siendo éste canal su tercera opción, muchos de ellos porque tienen acceso a un computador al servicio de internet, lo cual optimiza y agiliza los trámites bancarios.

Cuadro 3.2.1. 4

### LA VISITA FÍSICA, PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN PARA LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO – PLAZA AZOGUES



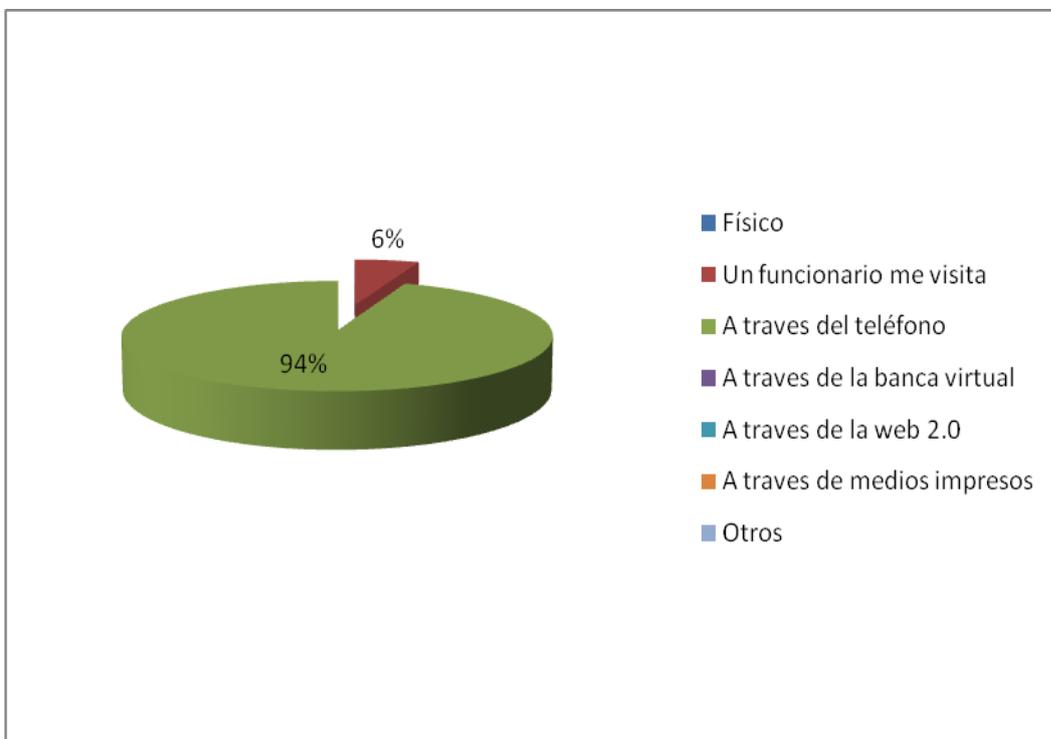
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En cuanto a las cooperativas el primer canal de comunicación lo constituye la visita a la institución en un 97% de preferencia, teniendo en cuenta que los clientes de la Cooperativa JEP son la mayoría.

Cuadro 3.2.1. 5

### EL TELÉFONO, SEGUNDO CANAL DE COMUNICACIÓN PARA LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO – PLAZA AZOGUES



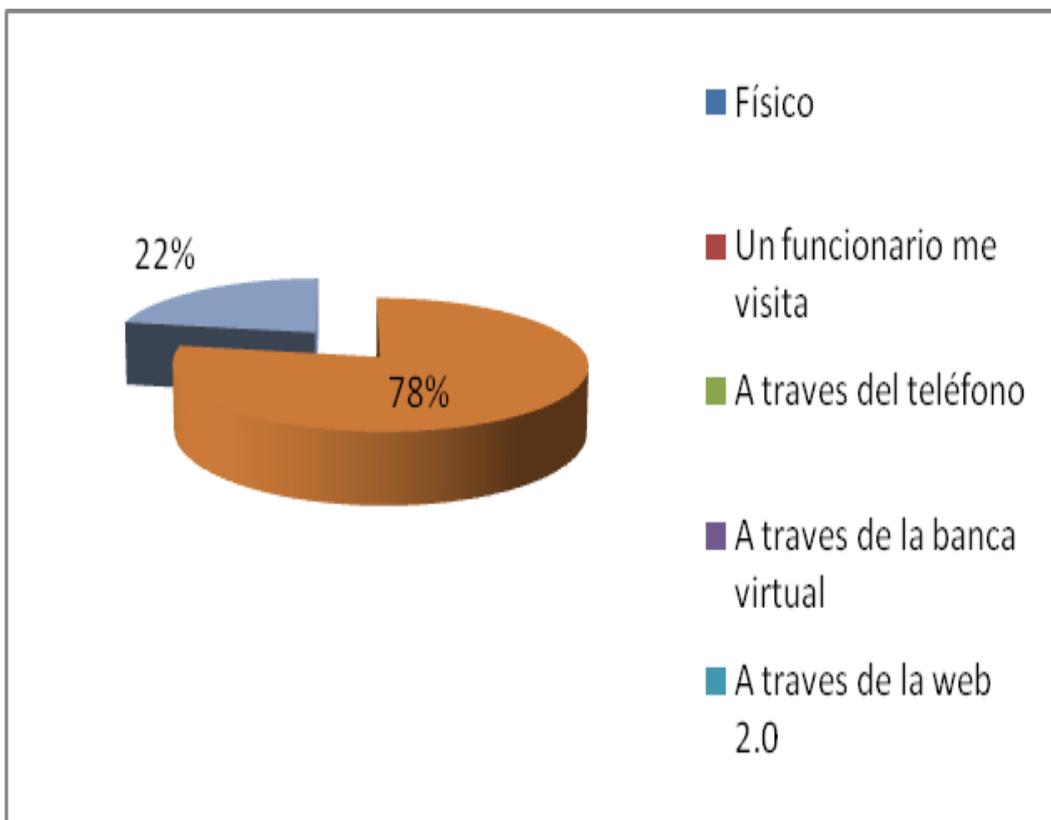
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

El segundo canal de las preferencias para comunicarse con las cooperativas es a través del teléfono en un 94%.

Cuadro 3.2.1. 6

**LOS MEDIOS IMPRESOS, TERCER CANAL DE COMUNICACIÓN PARA LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO – PLAZA AZOGUES**



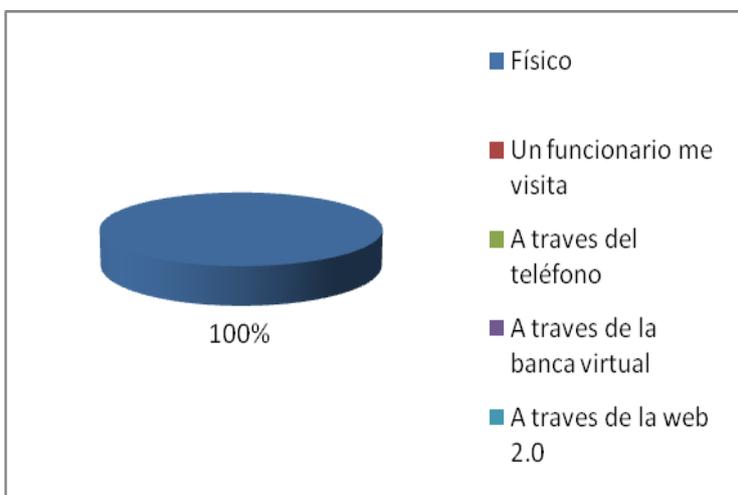
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

El 78% opina que el tercer medio por el cual se comunica con su cooperativa es a través de medios impresos por ejemplo oficios, cartas, formularios, etc. ya que por esta vía pueden conseguir una respuesta a largo plazo.

Cuadro 3.2.1. 7

### LA VISITA FÍSICA, PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN PARA LAS MUTUALISTAS – PLAZA AZOGUES



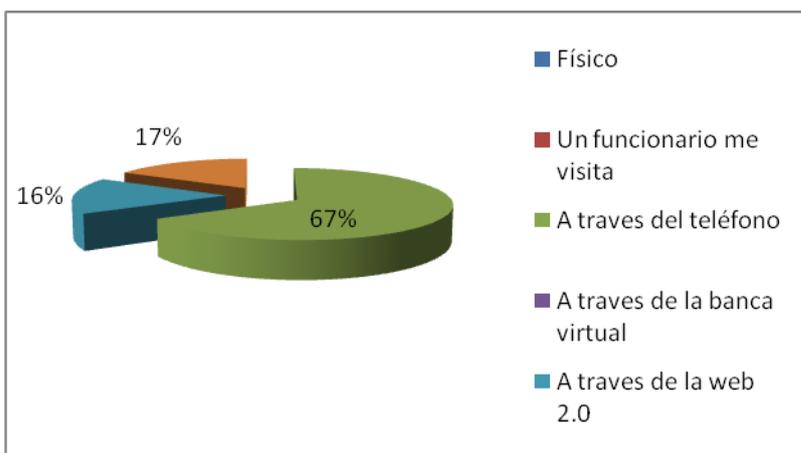
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En el caso de las mutualistas el 100% de los clientes consideran que su primer canal de comunicación con la IFI es la visita física.

Cuadro 3.2.1. 8

### EL TELÉFONO, SEGUNDO CANAL DE COMUNICACIÓN PARA LAS MUTUALISTAS – PLAZA AZOGUES



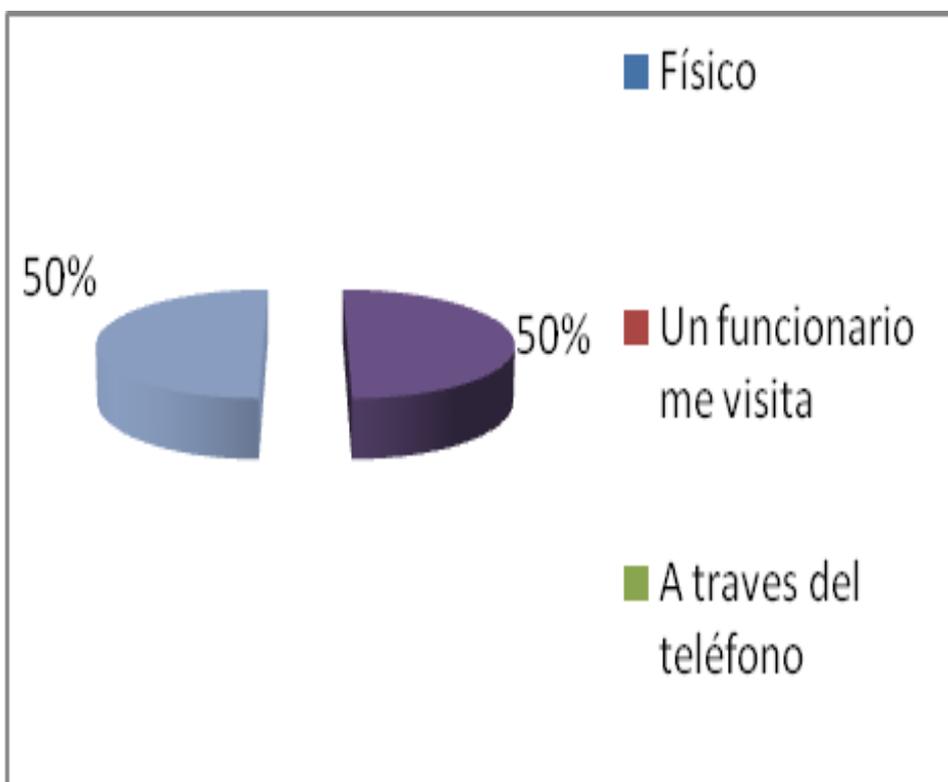
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Como segundo canal un 67% de los clientes lo hacen vía telefónica en el caso que no puedan acudir físicamente a la institución financiera.

Cuadro 3.2.1. 9

### LA BANCA VIRTUAL Y OTROS MEDIOS, TERCER CANAL DE COMUNICACIÓN PARA LAS MUTUALISTAS – PLAZA AZOGUES



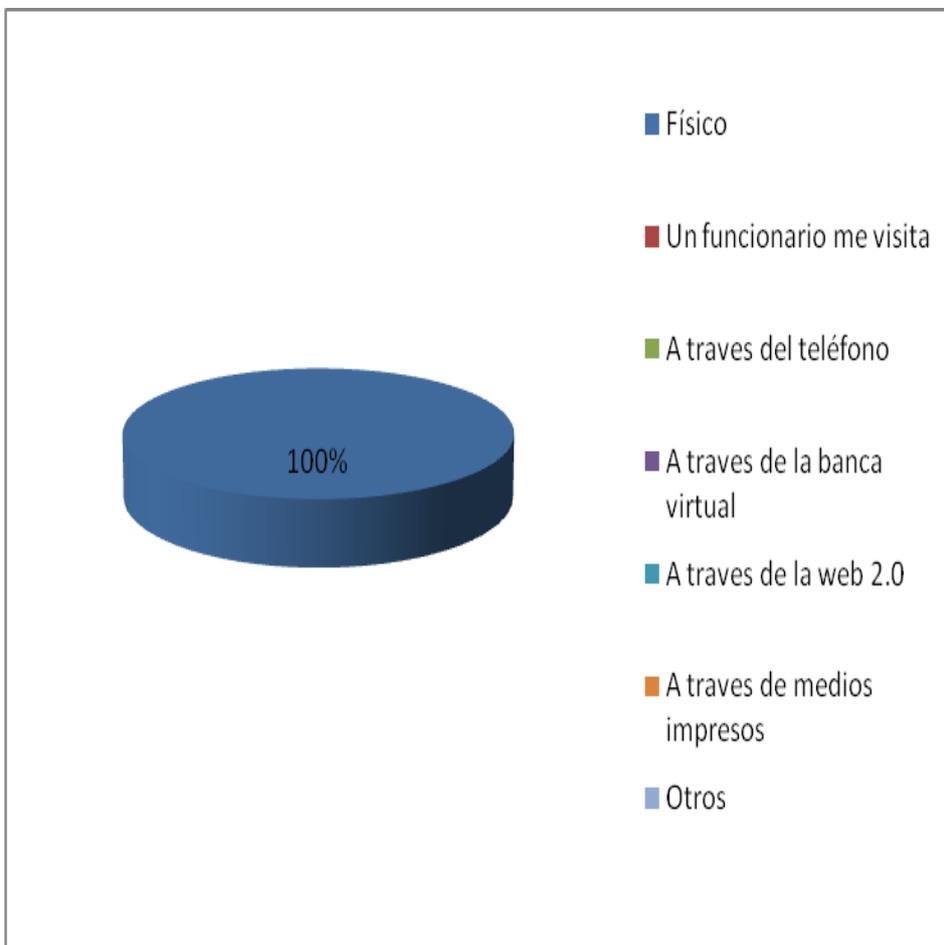
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

El tercer canal de preferencia de los clientes de las mutualistas es la banca virtual y otros canales que se pudieran dar como buzón de sugerencias.

Cuadro 3.2.1. 10

### LA VISITA FÍSICA, PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN PARA LAS SOCIEDADES FINANCIERAS – PLAZA AZOGUES



**Fuente:** Investigación de campo

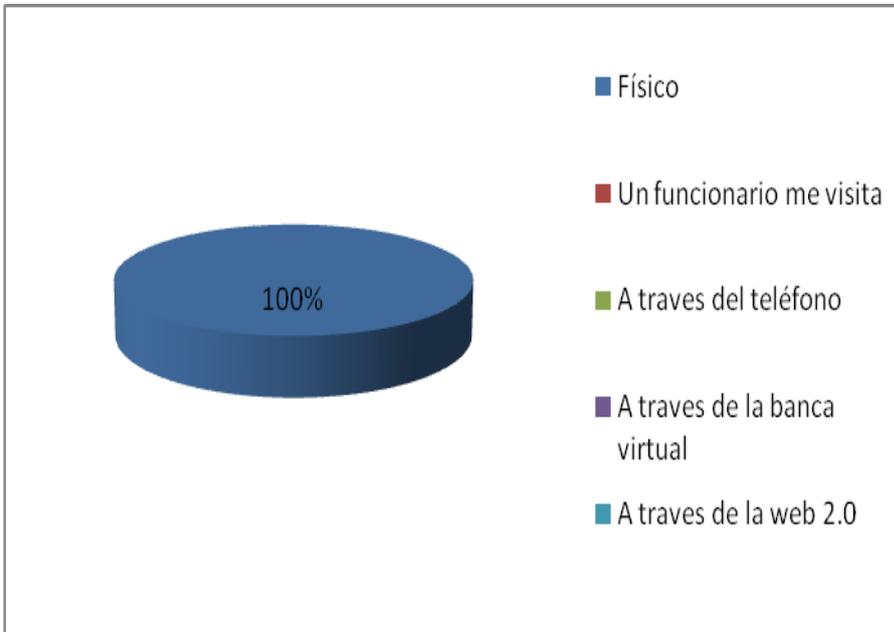
**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En el caso de las sociedades financieras todos los clientes encuestados prefieren visitar la institución financiera por seguridad.

Cabe mencionar que en las sociedades financieras los clientes no manifiestan ningún otro canal de comunicación, salvo el mencionado como primera preferencia.

Cuadro 3.2.1. 11

### LA VISITA FÍSICA, PRIMER CANAL DE COMUNICACIÓN PARA LA BANCA PÚBLICA – PLAZA AZOGUES



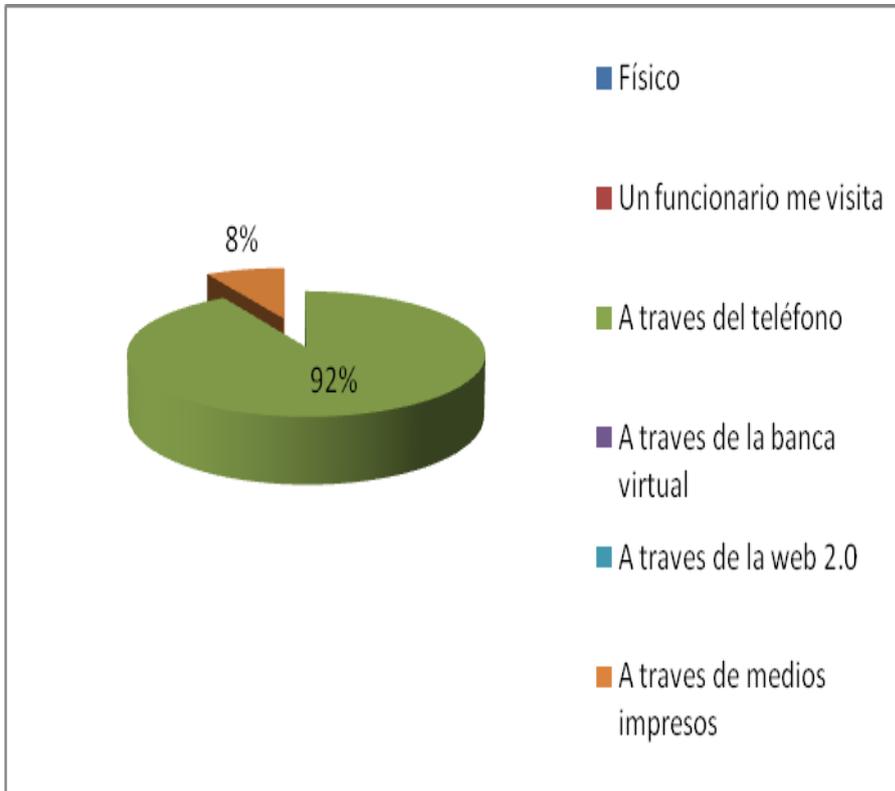
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

De los 15 clientes encuestados de la banca pública en su totalidad consideran a la visita al banco como su primer canal de comunicación pues esto les otorga confianza al momento de realizar sus transacciones o trámites respectivos.

Cuadro 3.2.1. 12

### EL TELÉFONO, SEGUNDO CANAL DE COMUNICACIÓN PARA LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO – PLAZA AZOGUES



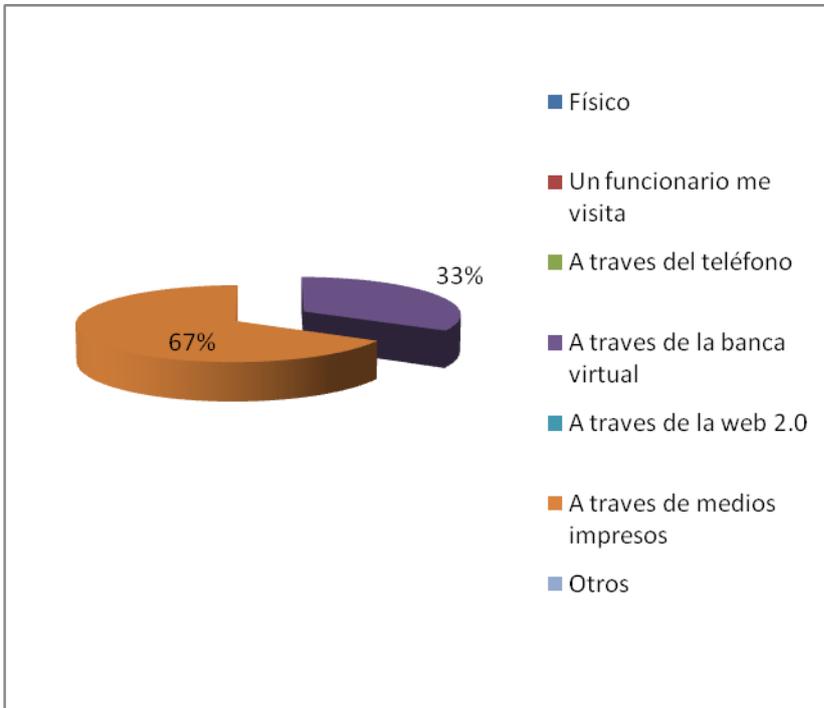
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

La segunda preferencia de comunicación con la banca pública constituye la telefónica en un 92% por ser un medio que se lo tiene en casa y es accesible.

Cuadro 3.2.1. 13

### LOS MEDIOS IMPRESOS, TERCER CANAL DE COMUNICACIÓN PARA LA BANCA PÚBLICA – PLAZA AZOGUES



**Fuente:** Investigación de campo

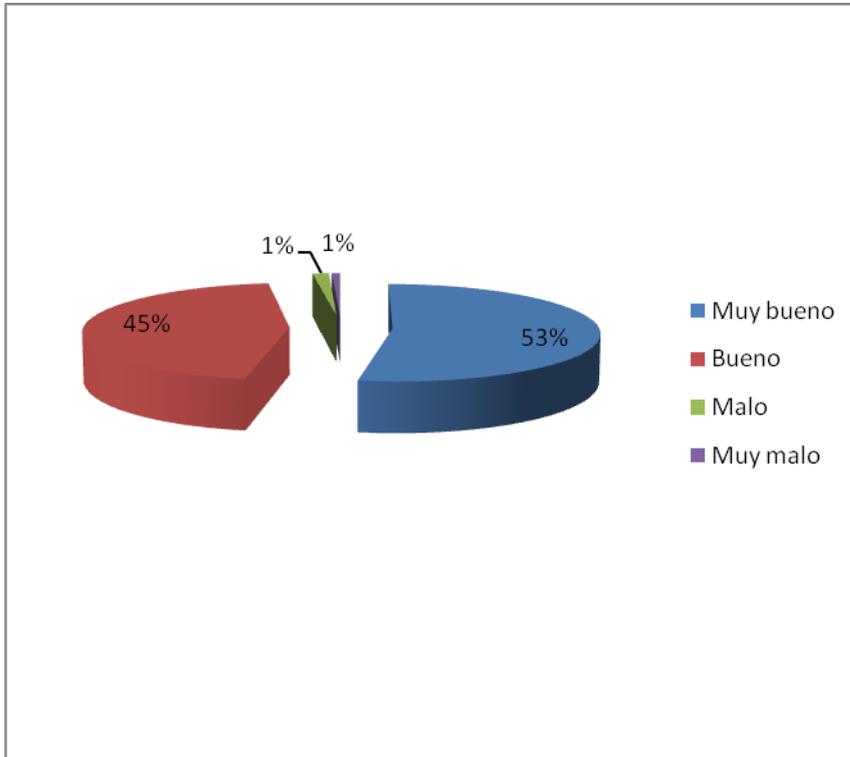
**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En tercer lugar, los medios impresos son la manera de comunicación de los clientes de la banca pública, porque pueden obtener una respuesta por escrito que respalde su trámite o petición.

### 3.2.2 SERVICIO AL CLIENTE

Cuadro 3.2.2. 1

#### CALIFICACIÓN QUE LOS CLIENTES OTORGAN AL SERVICIO QUE OFERTAN LAS IFIS EN LA PLAZA DE AZOGUES



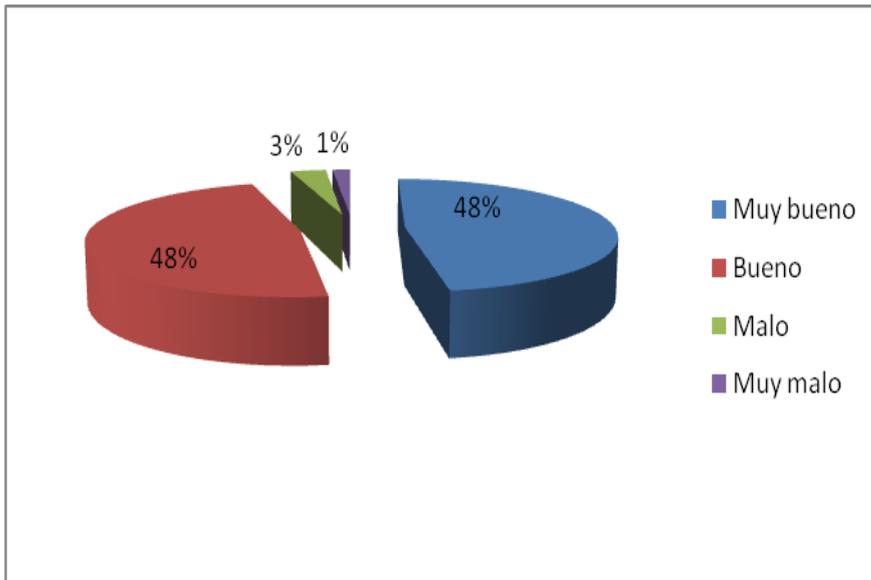
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En cuanto al servicio al cliente el 53% de los clientes a los cuales se les aplicó las encuestas opinan que el servicio al cliente que brindan las IFIS es Muy Bueno, el 45% piensan que es Bueno, el 1% creen que es Malo y apenas el otro 1% que es Muy Malo en la ciudad de Azogues. Por lo que se puede observar que en el trato que reciben los clientes se encuentran a gusto.

Cuadro 3.2.2. 2

### CALIFICACIÓN OTORGADA POR EL CLIENTE AL SERVICIO QUE OFERTA LA BANCA PRIVADA EN LA PLAZA DE AZOGUES



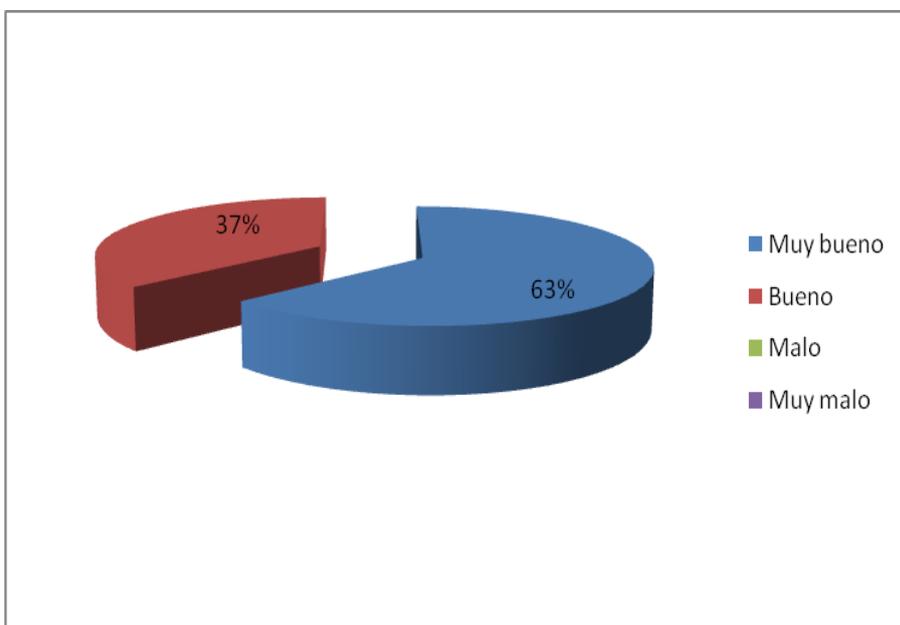
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Reyes y Patricia Illescas

Al referirnos únicamente a la banca privada podemos observar que el 48% de los clientes creen que el servicio de los bancos es Muy Bueno, y de igual manera el otro 48% que es Bueno; y escasamente el 3% y el 1% creen que es Malo o Muy Malo respectivamente; en general podemos observar que los clientes de los bancos en la plaza Azogues están satisfechos con el servicio al clientes prestado por estas instituciones.

Cuadro 3.2.2. 3

### CALIFICACIÓN OTORGADA POR EL CLIENTE AL SERVICIO QUE OFERTA LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO EN LA PLAZA DE AZOGUES



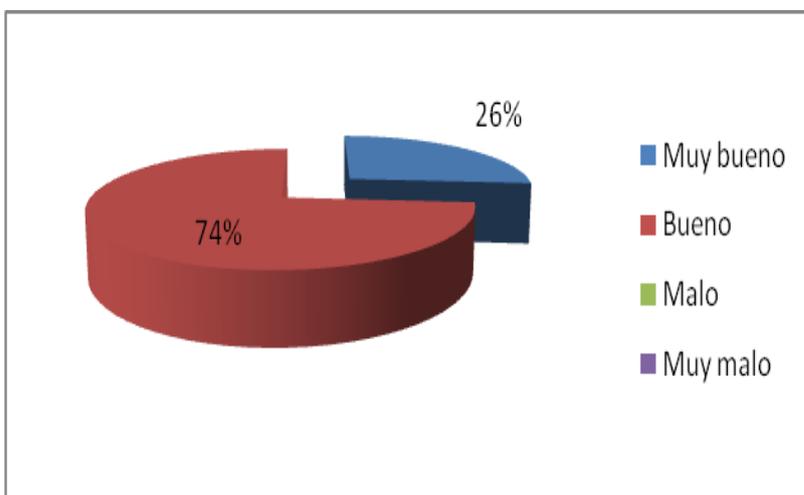
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En cuanto a los clientes de cooperativas, el 63% valora el servicio como Muy Bueno, el 37% como Bueno, ningún cliente considera que el servicio recibido en las cooperativas sea malo o deficiente.

Cuadro 3.2.2. 4

### CALIFICACIÓN OTORGADA POR EL CLIENTE AL SERVICIO QUE OFERTA LAS MUTUALISTAS EN LA PLAZA DE AZOGUES



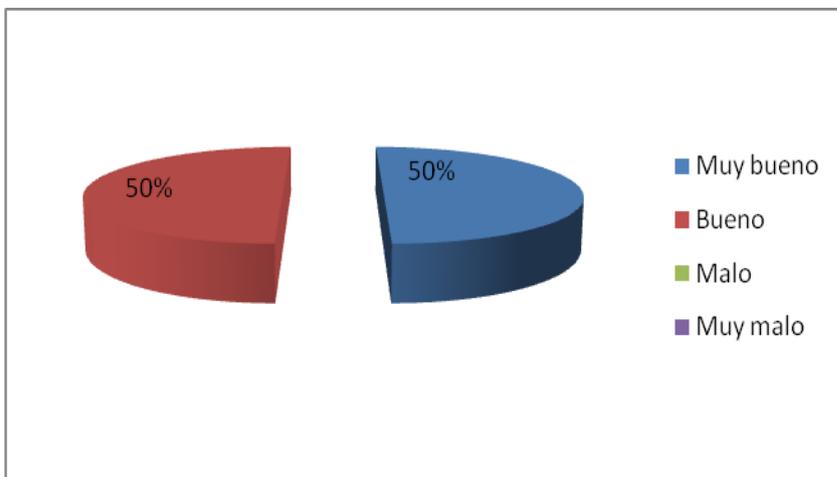
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

En el caso de las Mutualistas sus clientes consideran en un 74% que el servicio es Bueno, y el 26% lo creen Muy bueno de un total de 19 personas encuestadas.

Cuadro 3.2.2. 5

### CALIFICACIÓN OTORGADA POR EL CLIENTE AL SERVICIO QUE OFERTA LAS SOCIEDADES FINANCIERAS EN LA PLAZA DE AZOGUES



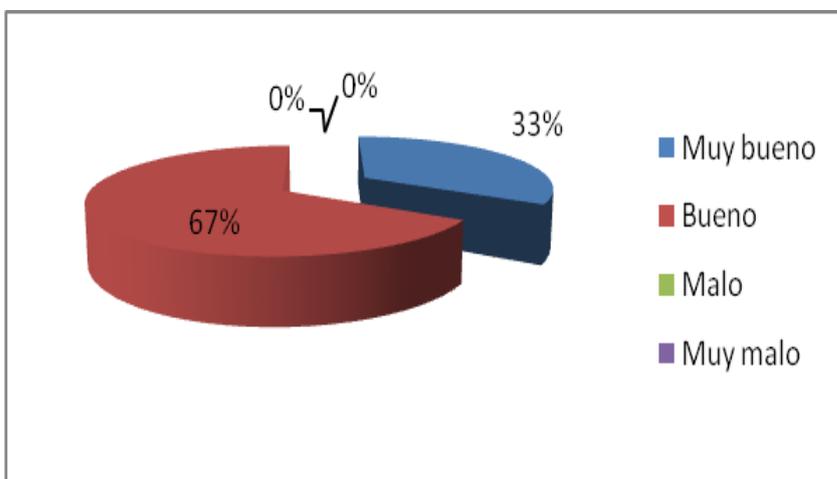
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

El 50% de los clientes consideran que el servicio brindado por las sociedades financieras es Muy bueno y el otro 50% de los encuestados los considera Bueno de un total de 2 personas encuestadas.

Cuadro 3.2.2. 6

### CALIFICACIÓN OTORGADA POR EL CLIENTE AL SERVICIO QUE OFERTA LA BANCA PÚBLICA EN LA PLAZA DE AZOGUES



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

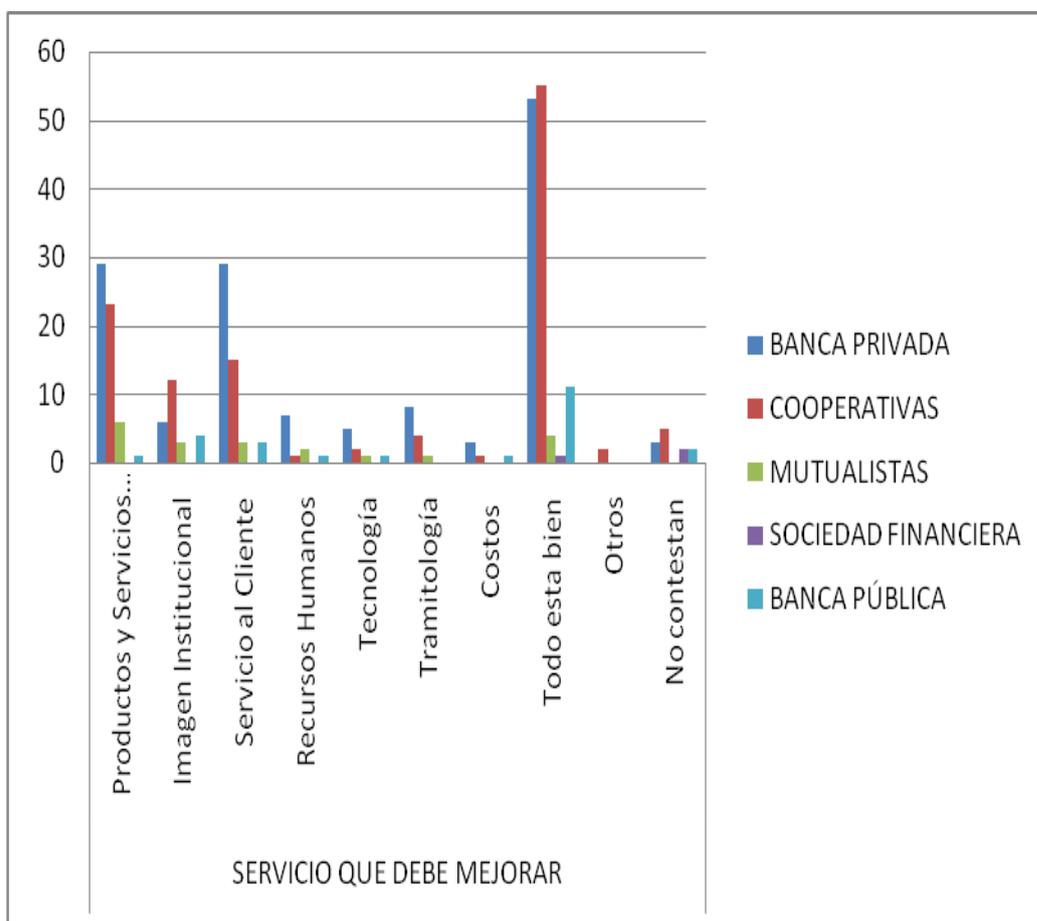
El servicio al cliente en la banca pública es considerado como bueno por un 67% de los clientes; el 33% lo consideran Muy Bueno de un total de 24 personas encuestadas. Cabe indicar que para el efecto fue analizado únicamente el Banco de Fomento en la ciudad de Azogues siendo esta institución sólida y confiable para sus clientes que califican sus servicios de una manera considerable

Continuando con el tema del servicio al cliente, es significativo indicar el resultado que se obtuvo al analizar la pregunta 3.3. en la que se consultó sobre las mejoras que les gustaría recibir de parte de las instituciones financieras de las cuales son clientes.

Por medio del siguiente gráfico 3.2.2.7 se puede ver claramente que tanto para los clientes de la banca privada y las cooperativas muestran cierto contento al indicar que para ellos todo está bien en las IFIS de las cuales son clientes y según lo manifestado no se requiere mejoras; ya que los servicios que presta están de acorde a sus necesidades. A pesar de ello, existe un porcentaje minoritario de clientes que opinan lo contrario pues indican que se deberían mejorar aspectos tales como el servicio al cliente, productos y servicios financieros e incluso la imagen institucional pues estas se constituyen en debilidades palpadas por los clientes de la banca privada, cooperativas y en cierta medida de mutualistas.

Cuadro 3.2.2. 7

**SERVICIOS QUE LOS CLIENTES CONSIDERAN QUE LAS IFIS DEBERÍAN MEJORAR – PLAZA AZOGUES**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Reyes y Patricia Illescas

## CONCLUSIONES

Partiendo de las interpretaciones realizadas anteriormente sobre el análisis en la demanda de productos y servicios financieros, así como el acceso a los mismos en la plaza de Azogues hemos podido llegar a las siguientes conclusiones:

- En lo que respecta a los productos financieros, en el sector de la banca privada, cooperativas de ahorro y crédito, mutualistas y banca pública existe una preferencia mayoritaria por el acceso y uso de cuentas de ahorro. En el caso de la sociedad financiera Fidasa que fue la institución financiera parte de nuestro análisis nos indica que sus clientes catalogan como primordial los certificados financieros (depósitos a plazo).
- En cuanto a los servicios podemos destacar que en el sistema financiero de la ciudad de Azogues se encuentra marcada el acceso a las instituciones financieras para realizar giros y transferencias, siendo este el servicio más requerido por sus clientes. Además se observa un desuso de ciertos servicios como por ejemplo: tarjetas de débito, pago de servicios básicos, impuestos, los créditos que se encuentran en decremento sobre todo en bancos y cooperativas.
- Se ha determinado que los tres motivos primordiales para ser cliente de una IFIS en el subsistema financiero en esta ciudad es la solidez, prestigio y ubicación con la que cuentan sus instituciones financieras, lo cual brinda confianza y seguridad en el cliente.

- Dentro de los canales de comunicación que las instituciones financieras establecen con sus clientes se ha señalado que la visita física a la institución es la más factible y realizada por sus usuarios y la menos utilizada es aquella en la que se considera la visita de un funcionario pues se especula la no realización de tal visita ya que esto constituiría un costo extra para la institución financiera.
- El servicio al cliente que se oferta en las IFIS de Azogues ha sido calificado como muy bueno en la banca privada y cooperativas; en tanto que se lo califica como bueno en sociedades financieras, mutualistas y banca pública dando a comprender la lealtad que se mantiene por parte de sus clientes.
- Al revisar las sugerencias de los clientes en relación a los aspectos que consideran deberían mejorar las instituciones financieras de Azogues señalan que el servicio al cliente, el tema de los productos y servicios financieros y la imagen institucional son debilidades que se deben tomar en cuenta para mejoras en las IFIS locales.

## RECOMENDACIONES

En base a las conclusiones mencionadas anteriormente se realizan las siguientes recomendaciones con el fin de mejorar y potencializar las debilidades registradas en servicio al cliente, oferta de productos y servicios, canales de comunicación con el cliente e imagen institucional.

En virtud de lo mencionado anteriormente, se recomienda:

- Promover y desarrollar incentivos como Planes de Ahorro Programado, premios para quienes cuentan con los montos de ahorro más altos, acceso a sorteos, etc. con el objetivo de mantener a los actuales cuenta ahorristas de las diferentes IFIS en la plaza de Azogues y atraer clientes potenciales.
- Como complemento del punto anterior, se debería difundir los diferentes servicios adicionales de los que puede disponer un cuenta ahorrista, pues existe poco conocimiento al respecto. Este puede ser desarrollado por medio de folletos informativos o con la visita de agentes financieros a los empleados de una institución o empresa que cobra su sueldo por medio de una de las IFIS en análisis y por medio de una charla explicar al cliente los beneficios de un ahorro programado, de los depósitos a plazos, inversiones, etc.
- Los servicios de mayor uso en el sistema financiero de Azogues son los giros y transferencias por lo cual existe escaso conocimiento de otros servicios que puede el cliente utilizar; por ello se propone que al igual que los productos, ser incorporados en un folleto informativo o ser disertados en una charla a los clientes, exponerlos en las pantallas existentes en las instituciones financieras, etc.

- Al ser considerada la solidez como una de las principales razones para ser cliente de una institución financiera en la plaza de Azogues, se recomienda a las instituciones financieras trabajar más en su imagen y publicidad para mejorar la percepción de sus clientes pues esto quiere decir que sólo sienten seguridad para confiar su dinero en una institución sólida, de prestigio y que se encuentre cerca por su ubicación; cuando lo trascendental sería que una institución sea preferida o reconocida por el servicio o productos que ofrece, sus costos, etc.
- Se debe mejorar los canales de comunicación por medio de los cuales se mantiene una relación ya sea directa o indirecta con los clientes pues gran parte de estos prefieren visitar personalmente la institución financiera lo que demuestra la poca confianza o seguridad para hacerlos por otra vía (teléfono, e-mail, red virtual, etc.). Esto sucede porque en ocasiones no han sido atendidos o sus dudas no han sido despejadas con claridad. Por ejemplo: vía telefónica debería existir una línea exclusiva para servicio al cliente, se debe indicar las ventajas de utilizar los nexos virtuales como son facilidad de acceso en menor tiempo y menor costo.
- Además dentro de las encuestas aplicadas se señalaron aspectos que se deberían mejorar como la tecnología, es decir programas modernos que permitan el desarrollo de un trámite en el menor tiempo posible, también se mencionó optimizar el recurso humano de manera que se ofrezca un excelente servicio al cliente.

## BIBLIOGRAFÍA

- ADAMS (2002), “Cursos Profesionales Operaciones Bancarias”, Ediciones Valbuena S.A.
- Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, 2001
- [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com), “Definiciones Básicas Cooperativas”.
- [www.coopjep.fin.ec](http://www.coopjep.fin.ec), “Productos y Servicios Financieros. Tipos y Costos”.
- [www.jardinazuayo.fin.ec](http://www.jardinazuayo.fin.ec), “Productos y Servicios Financieros. Tipos y Costos”.
- [www.cacpebiblian.fin.ec](http://www.cacpebiblian.fin.ec), “Productos y Servicios Financieros. Tipos y Costos”.
- [www.pichincha.com](http://www.pichincha.com), “Productos y Servicios Financieros. Tipos y Costos”.
- [www.bancodelaustro.com](http://www.bancodelaustro.com), “Productos y Servicios Financieros. Tipos y Costos”.
- [www.bolivariano.com](http://www.bolivariano.com), “Productos y Servicios Financieros. Tipos y Costos”.
- [www.bancopromerica.ec](http://www.bancopromerica.ec), “Productos y Servicios Financieros. Tipos y Costos”.
- [www.bancointernacional.com.ec](http://www.bancointernacional.com.ec), “Productos y Servicios Financieros. Tipos y Costos”.
- [www.bancoguayaquil.com](http://www.bancoguayaquil.com), “Productos y Servicios Financieros. Tipos y Costos”.
- [www.coacgiron.fin.ec/informacion.php?seccion=4](http://www.coacgiron.fin.ec/informacion.php?seccion=4), “Cooperativismo”.
- [www.sbs.gob.ec](http://www.sbs.gob.ec), “Estructura Sistema Financiero Ecuatoriano”, “La Banca Pública”, “
- [www.buenastareas.com/ensayos/Sistema-Financiero-Nacional-Ecuador/53420.html](http://www.buenastareas.com/ensayos/Sistema-Financiero-Nacional-Ecuador/53420.html), “Estructura Sistema Financiero Ecuatoriano”.
- [www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/caracteristicas-de-la-banca-privada-ecuatoriana-79254-79254.html](http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/caracteristicas-de-la-banca-privada-ecuatoriana-79254-79254.html), “Productos y Servicios Financieros. Tipos y Costos”.
- [www.noticiascadadia.com/.../10233-la-4a-conferencia-inter...](http://www.noticiascadadia.com/.../10233-la-4a-conferencia-inter...)
- <http://andes.info.ec/quienes-somos>, “La banca pública en el Ecuador”.

- [www.tendenciasdigitales.com](http://www.tendenciasdigitales.com), “Los retos futuros de los productos y servicios financieros en el Ecuador”.
- [www.bnf.fin.ec](http://www.bnf.fin.ec), “Productos y Servicios Financieros. Tipos y Costos”.
- [http://www.dual.com.ec/mutualista/productosyservicios.aspx?men\\_id=1.4.2](http://www.dual.com.ec/mutualista/productosyservicios.aspx?men_id=1.4.2), “Productos y Servicios Financieros. Tipos y Costos”.
- <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/5081-abren-oficina-de-fidasa-en-azogues/>, “Productos y Servicios Financieros. Tipos y Costos”.

# ANEXOS

**Tablas estructuradas para la elaboración de los factores que influyen en la preferencia de productos y servicios financieros (Capítulo 3)**

**Tabla 1.**

<b>RAZONES POR LAS CUALES ES CLIENTES DE LA IFI</b>	<b>Solidez</b>	<b>Prestigio</b>	<b>Ubicación</b>
Banca Privada	85	44	51
Cooperativas de Ahorro y Crédito	43	24	36
Mutualistas	14	7	3
Sociedades Financieras	2	1	1
Banca Pública	13	7	10

**Tabla 2.**

<b>BANCA PRIVADA</b>											
<b>NOMBRE DE LAS IFIS</b>	<b>Solidez</b>	<b>Tradición</b>	<b>Prestigio</b>	<b>Recomendación</b>	<b>Cobertura</b>	<b>Servicios Financieros</b>	<b>Costos</b>	<b>Servicio al cliente</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Fácil tramitología</b>	<b>Otros</b>
Banco del Austro	35	9	8	5	4			1	1		
Banco Bolivariano	8	2	2	1				1			
Banco de Guayaquil	8	1	1	1		1	1				
Banco Internacional	7		2	2							
Banco del Pacífico	6			1	1						
Banco Pichincha	15	1	6								
Banco Promérica	6		1	4							
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>13</b>	<b>20</b>	<b>14</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**Tabla 3.**

<b>COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO</b>											
	<b>Solidez</b>	<b>Tradición</b>	<b>Prestigio</b>	<b>Recomendación</b>	<b>Cobertura</b>	<b>Productos y Servicios</b>	<b>Costos</b>	<b>Servicio al cliente</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Fácil tramitología</b>	<b>Otros</b>
Coop. CACPE Biblián	10	1	3	12	2	1		1	0	0	0
Coop. Jardín Azuayo	11	6	2	9	4	1	1	1	0	2	0
Coop. Juventud Ecuatoriana Progresista	22	4	11	7	2	1		1	0	0	0
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>11</b>	<b>16</b>	<b>28</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>

**Tabla 4.**

<b>MUTUALISTAS</b>											
	Solidez	Tradición	Prestigio	Recomendación	Cobertura	Productos y Servicios Financieros	Costos	Servicio al cliente	Ubicación	Fácil tramitología	Otros
Mutualista Azuay	14	2	1	1							
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**Tabla 5.**

<b>SOCIEDAD FINANCIERA</b>											
	Solidez	Tradición	Prestigio	Recomendación	Cobertura	Productos y Servicios Financieros	Costos	Servicio al cliente	Ubicación	Fácil tramitología	Otros
Fidasa		2									
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**Tabla 6.**

<b>BANCA PÚBLICA</b>									
	Solvencia	Tradición	Fácil tramitología	Cobertura	Buen servicio al cliente	Costos	Buena calificación de riesgos	Otros	Otros
Banco Nacional de Fomento	13	4		3	2	1			1
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>		<b>1</b>

**Tablas estructuradas para la elaboración del estudio comparativo entre tipos de IFIS (Capítulo 3)**

**Tabla 7.**

		Producto preferencia													
<b>BANCA PRIVADA</b>	Cuenta ahorro														
	Cuenta Corriente														
	Pólizas de acumulación														
	Crédito consumo														
	Crédito Comercial														
	Crédito vivienda														
	Microcrédito														
	Tarjeta Crédito Visa														
	Tarjeta de Crédito American Express														
	Tarjeta crédito Diners Club														
	Mastercard														
	Administración de Fondos														
	Compra y ventas de divisas														
	Compra y venta de valores														
Otros															
<b>Total</b>	119	16	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2

**Tabla 8.**

		Servicio preferencia																		
<b>BANCA PRIVADA</b>	Transferencias bancarias																			
	Transferencias interbancarias																			
	Giros nacionales																			
	Giros internacionales																			
	Pago servicios básicos																			
	Pago matrícula centros																			
	Interbancarios																			
	Aportes patronales																			
	Impuestos SRI																			
	Matriculación vehicular																			
	Bono de desarrollo humano																			
	Pago nómina empleados																			
	Cheques exterior																			
	Cheques gerencia																			
	Cheques certificados																			
	Referencia bancaria																			
	Casilleros de seguridad																			
	Garantías y avales locales																			
Nexo																				
Otros																				
<b>Total</b>	64	5	1	11	12	4	1	2	1	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	6

**Tabla 9.**

<b>COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO</b>	Producto preferencia								Servicio preferencia										
	Cuenta ahorro								Transferencias bancarias										
Pólizas de acumulación								Giros nacionales											
Crédito consumo								Pago servicios básicos											
Crédito Comercial								Pago matrícula centros educativos											
Crédito vivienda								Pago giros por concepto de remesas											
Microcrédito								Tarjetas de debito											
Otros								Bono de desarrollo humano											
								Pago SOAT											
								Referencias financieras											
								Pagos banco barrio											
								Otros											
<b>Total</b>	11	9	1	6	1	1	3	0	73	1	13	2	0	4	0	0	0	0	0

Tabla 10.

MUTUALISTAS	Producto preferencia										Servicio preferencia														
	Cuenta ahorro	Cuenta ahorro programado	Pólizas de acumulación	Crédito hipotecario	Crédito consumo	Crédito para vehículo	Tarjeta de crédito MasterCard	Tarjeta de crédito visa	Seguros	Otros	Transferencias bancarias	Transferencias interbancarias	Giros nacionales	Giros internacionales	Pago servicios básicos	Pago matrícula centros	Interbancarios	Aportes patronales	Impuestos SRI	Matriculación vehicular	Cheques gerencia	Cheques certificados	Referencia Bancaria	Otros	
	1	0	0	4	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0
<b>Tot</b>	<b>1</b>										<b>1</b>														
<b>al</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Tabla 11.

SOCIEDADES FINANCIERAS	Producto preferencia										Servicio preferencia						
	(depósitos a plazo)	Préstamos hipotecarios	Préstamos prendarios	Préstamos quirografarios	Tarjetas de crédito	Crédito automotriz	Cédulas hipotecarias	nómina	Otros	Garantías bancarias	Avales	Giros y transferencias internacionales	Divisas y Valores extranjero	Otros			
	1	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	2	0	0	0	0	
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	

Tabla 12.

BANCA PÚBLICA	Producto preferencia								Servicio preferencia						
	Cuenta ahorro	Corriente	plazo	vivienda	consumo	productivos	Microcréditos	Otros	gerencia	Avales	transferencias internacionales	humano	recaudación	Otros	
	23	1	0	0	0	0	0	0	0	0	12	0	0	0	1
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>

**Tabla 13.**

	Producto preferencia						
	Cuenta ahorro	Cuenta Corriente	Pólizas de acumulación	Crédito Comercial	Microcrédito	Tarjeta Crédito Visa	Otros
Banco del Austro	54	4	1			1	2
Banco Bolivariano	14	0	0			0	0
Banco de Guayaquil	10	3					
Banco Internacional	9	1		1			
Banco del Pacífico	5	3					
Banco Pichincha	17	4			1		
Banco Promérica	10	1					

**Tabla 14.**

NOMBRE DE LA IFIS	Producto preferencia						
	Cuenta ahorro	Pólizas de acumulación	Crédito consumo	Crédito Comercial	Crédito vivienda	Microcrédito	Otros
Coop. CACPE Biblián	28	0	1	1	1	1	0
Coop. Jardín Azuayo	34	0	4	0	0	2	0
Coop. Juventud Ecuatoriana Progresista	45	1	1	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>0</b>

**Tabla 15.**

NOMBRE DE LA IFIS	Servicio preferencia										
	Transferencias bancarias	Giros nacionales	Pago servicios básicos	Pago matrícula centros educativos	Pago giros por concepto de remesas	Tarjetas de debito	Bono de desarrollo humano	Pago SOAT	Referencias financieras	Pagos banco barrio	Otros
Coop. CACPE Biblián	17	0	4	1	0	0	0	0	0	0	0
Coop. Jardín Azuayo	23	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0
Coop. Juventud Ecuatoriana Progresista	33	0	4	0	0	3	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>73</b>	<b>1</b>	<b>13</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**Tablas estructuradas para la elaboración de los cuadros estadísticos de la comunicación con el cliente y servicio al cliente (Capítulo 3)**

**Tabla 16.**

CANALES DE COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE	Físico	A través del teléfono	A través de la banca virtual
Banca Privada	123	30	17
Cooperativas de Ahorro Crédito	89	48	12
Mutualistas	19	8	1
Sociedades Financieras	2	0	0
Banca Nacional	25	11	2

**Tabla 17.**

BANCA PRIVADA							
CANAL DE COMUNICACIÓN	Físico	Un funcionario me visita	A través del teléfono	A través de la banca virtual	A través de la web 2.0	A través de medios impresos	Otros
Banco del Austro	60	2	1				1
Banco Bolivariano	11		1	1			1
Banco de Guayaquil	9		1	2			
Banco Internacional	9		1				1
Banco del Pacífico	7			1			
Banco Pichincha	18		4				
Banco Promérica	9		1	1			
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>

**Tabla 18.**

MUTUALISTAS							
CANAL DE COMUNICACIÓN	Físico	Un funcionario me visita	A través del teléfono	A través de la banca virtual	A través de la web 2.0	A través de medios impresos	Otros
Mutualista Azuay	19						
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**Tabla 19.**

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO							
CANAL DE COMUNICACIÓN	Físico	Un funcionario me visita	A través del teléfono	A través de la banca virtual	A través de la web 2.0	A través de medios impresos	Otros
Coop. CACPE Biblián	30						
Coop. Jardín Azuayo	13		2				
Coop. Juventud Ecuatoriana Progresista	46		1				
<b>Total</b>	<b>89</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

