



**UNIVERSIDAD TÉCNICA
PARTICULAR DE LOJA**

La Universidad Católica de Loja

ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS

MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA

“Preferencias en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones del sistema financiero regulado ecuatoriano. Año 2011”. Plaza Guayaquil.

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

Autoras:

**Pardo Arrobo Diana Patricia
Soto López Rosa Mercedes**

Director:

Dr. Solano Quezada Luis Paúl

CARLAMANGA - ECUADOR

2012

CERTIFICACIÓN

Dr. Luis Paúl Solano

DOCENTE DE LA ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS

CERTIFICA:

Que el presente trabajo realizado por los estudiantes Diana Patricia Pardo Arrobo y Rosa Mercedes Soto López, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

Loja, Enero del 2012

f).....

CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Pardo Arrobo Diana Patricia y Soto López Rosa Mercedes declaro ser autor (a) del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

.....

Diana Patricia Pardo Arrobo

AUTORA

CI. 0919142018

.....

Rosa Mercedes Soto López

AUTORA

CI. 1104000524

AUTORÍA

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

.....

Diana Patricia Pardo Arrobo

CI. 0919142018

.....

Rosa Mercedes Soto López

CI. 1104000524

DEDICATORIA

Al culminar este trabajo investigativo, doy gracias: A Dios y a la Virgencita del Cisne por ser la luz en mi camino, y lo dedico:

A mis padres que con su ejemplo y guía me enseñaron el amor al estudio y supieron encaminar y darme lo mejor de ellos.

A mi hija Eileen Saavedra de manera especial que ha sido mi mayor motivación, el impulso que me permitió llegar hasta el fin.

A mi hermana, compañeras y amigas mi eterna gratitud por ser mi soporte y su fraternidad.

Diana Pardo.

Dedico este trabajo, a mi familia, quienes con su ejemplo han cultivado en mí, el deseo de superación personal y profesional; y el arduo trabajo para con la sociedad.

Rosa Soto.

AGRADECIMIENTO

Queremos dar gracias a Dios, por darnos la sabiduría, fortaleza espiritual, salud y ánimo para emprender y cumplir la meta que nos hemos trazado.

Nuestro agradecimiento al Dr. Paúl Solano por su eficiente asesoría y colaboración. A la Universidad Técnica Particular de Loja por permitirnos realizar nuestros estudios profesionales, y ser parte del proyecto de Graduación Masiva, a través de la Educación a Distancia.

A los funcionarios y clientes de la Cooperativa Nacional de la ciudad de Guayaquil, por habernos prestado las facilidades en la recopilación de la información requerida para el desarrollo del Proyecto.

Finalmente, agradecemos a todas las personas que de una u otra manera colaboraron con nosotros hasta la culminación de nuestro trabajo.

Los autores

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido:	Página
Certificación.....	ii
Cesión de Derechos.....	iii
Autoría.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Resumen.....	vii
CAPÍTULO I: El sistema financiero ecuatoriano: Breve descripción y caracterización	
1.1 Ley general de instituciones financieras.....	14
1.1.1. Definición.....	14
1.1.2. Órganos rectores del sistema financiero.....	14
1.1.3. Alcance y regulaciones.....	15
1.2. Estructura sistema financiero ecuatoriano.	
1.2.1. Banca Privada.....	23
1.2.1.1. Definiciones básicas.....	23
1.2.1.2. Caracterización de la banca ecuatoriana (breve descripción y cobertura).....	23
1.2.1.3. Productos y servicios financieros.....	23
1.2.2. Cooperativismo	
1.2.2.1. Definiciones básicas.....	24
1.2.2.2. Cooperativismo en el Ecuador (breve descripción, estadísticas y cobertura).....	24
1.2.2.3. Productos y servicios.....	27
1.2.3. El Mutualismo	
1.2.3.1. Definiciones básicas.....	27

1.2.3.2. El Mutualismo en el Ecuador (breve descripción, estadísticas y cobertura)	27
1.2.3.3. Productos y servicios	27
1.2.4. La Banca Pública	
1.2.4.1. Definiciones básicas	27
1.2.4.2. La banca pública en el Ecuador (breve descripción, estadísticas y cobertura)	28
1.2.4.3. Productos y servicios	29
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.....	29
1.3.2. Canales de provisión de servicios financieros	30
1.3.3. Los retos futuros de los productos y servicios financieros en el Ecuador. 31	
<u>CAPÍTULO II: Análisis situacional del sistema financiero ecuatoriano. Una perspectiva desde la oferta por plaza</u>	
2.1. El sistema financiero local (Análisis por plaza y por subtemas)	34
2.2. Evolutivo de captaciones	35
2.2.1. Análisis de Captaciones Por tipo de depósito	36
2.2.2. Análisis de Captaciones por subsistema.....	41
2.3. Evolutivo de colocaciones	48
2.3.1. Evolución de Colocación por subsistema.....	57
2.4. Productos y servicios financieros. Tipos y costos	64
<u>CAPÍTULO III: Acceso y preferencia de productos y servicios financieros. Una perspectiva desde la demanda.</u>	
3.1. Factores que influyen en la preferencia de productos y servicios financieros.....	68
3.1.1. Estudio comparativo entre tipos de IFIS	69
3.1.2. Estudio comparativo entre productos y servicios	77
3.2. La comunicación con el cliente y servicio al cliente.....	99
3.2.1. Comunicación con el cliente	100
Conclusiones y Recomendaciones	111

Bibliografía.....	113
--------------------------	------------

Anexos

Índice de Gráficos

Índice de Tablas

RESUMEN

En los últimos años, los bancos privados, cooperativas de ahorro y crédito, mutualistas, sociedades financieras y la banca pública, entre otros son las instituciones financieras que conforman el sistema financiero y que se han preocupado por captar la atención de la población a través de la oferta de los productos y servicios financieros.

La presente investigación, hace referencia a la preferencia de los clientes de la Cooperativa Nacional de Guayaquil, en cuanto a productos y servicios financieros, así también conocer los canales de comunicación que éstos utilizan, las razones por las que los usuarios eligen a ésta institución financiera, la importancia de la tecnología, la evolución de las captaciones y colocaciones, y las mejoras que les gustaría recibir.

INTRODUCCIÓN

El Sistema Financiero del Ecuador dentro de su rol como activador de la economía del País, permite entre otras cosas fomentar el ahorro y la inversión tanto a los individuos como a las empresas e instituciones ecuatorianas y residentes en el país.

Para ello, las instituciones financieras que conforman el sistema financiero realizan diversas actividades como colocaciones (inversiones) y captaciones de recursos, como también la oferta de productos y servicios financieros que tratan de captar la atención de clientes y usuarios.

A lo largo de los últimos años, los bancos privados, cooperativas de ahorro y crédito, mutualistas, sociedades financieras y la banca pública, entre otros son las instituciones financieras que conforman el sistema financiero y que se han preocupado por captar la atención de la población a través de la oferta de los productos y servicios financieros.

La presente investigación, pretende identificar cual es la preferencia actual de los clientes en cuanto a productos y servicios financieros, así también conocer los canales de comunicación que éstos utilizan, las razones por las que los usuarios eligen a determinada institución financiera, entre otros aspectos.

Para tratar de cumplir con los objetivos previstos, la investigación está conformada de la siguiente manera:

El capítulo I, está conformado por un marco teórico que comprende aspectos sobre la Ley General de las Instituciones Financieras, los órganos rectores del sistema financiero, además comprende cómo está estructurado el sistema financiero ecuatoriano, definiciones básicas de cada componente del sistema, los productos y servicios que éstos ofrecen.

Además se analiza cuáles son las tendencias actuales de los productos y servicios financieros, la importancia de la tecnología y los canales que utiliza la banca para la provisión de servicios.

El capítulo II, comprende o trata sobre el análisis situacional del sistema financiero ecuatoriano, en este aspecto se identifica cual ha sido la evolución de las captaciones y colocaciones que han tenido cada subcomponentes del sistema.

El capítulo III, comprende el acceso y preferencia de productos y servicios un análisis desde la demanda, cuáles son los factores que influyen en la preferencia de dichos productos, además se realiza un estudio comparativo entre productos y servicios.

Por último, se analiza cómo se realiza la comunicación con el cliente, las mejoras que recomiendan los usuarios del sistema y las razones del porqué existe una preferencia por determinada institución financiera.

Finalmente, se han establecido algunas conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

CAPÍTULO *I*

EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO

El Sistema Financiero Ecuatoriano comprende los bancos privados, a las cooperativas de ahorro y crédito, sociedades financieras, mutualistas, tarjetas de crédito, compañías de seguros, bolsas de valores, el Banco Central, las inversiones del IESS, la banca pública de desarrollo y a las instituciones que regulan y controlan el sector.

La importancia del Sistema Financiero puede comprenderse cuando se visualiza que sus transacciones, en conjunto, alcanzaron en el 2008, el 49,25% del PIB de este año. El sistema financiero posibilita la vinculación de los procesos de ahorro-inversión nacional y forma parte fundamental de la política económica del país por intermedio de la política monetaria y la política crediticia. Desde que el Ecuador entro a la dolarización, se perdió la capacidad de emitir moneda y por consiguiente, la política monetaria.¹

La relación del sistema financiero con la inversión, y a través de ésta con el empleo, los ingresos y el consumo nacional, se establece a través de la tasa de interés. Las tasas de interés pueden ser de colocación (tasas activas), o de captación (tasas pasivas). El diferencial se denomina Spreads y constituye la base de la rentabilidad financiera del sistema financiero. Los bancos y sociedades financieras tienen que tomar decisiones sobre los depósitos que pueden ser al corto o largo plazo, y los créditos que pueden ser a la producción, a la vivienda o al consumo. Estas decisiones sobre el crédito se denominan “arbitraje”.

La tasa de interés, forma parte de los costos de producción y, en consecuencia, permite adoptar decisiones con respecto a los volúmenes de inversión y empleo. Si la tasa de interés activa se incrementa, también se incrementan los costos de producción y esto se traduce en una disminución de la inversión y el empleo. Fue por ello que la tasa de interés se convirtió en uno de los instrumentos favoritos de intervención económica por parte del FMI y del Banco Mundial.²

De hecho, desde marzo de 1983 cuando se suscribió la primera Carta de Intención con el Fondo Monetario Internacional, hasta febrero de 2003 cuando se firmó la

¹ Saltos Napoleón y Vásquez Loja (2010). Ecuador su Realidad, Fundación José Peralta, pág. 263

² Saltos Napoleón y Vásquez Loja (2010). Ecuador su Realidad, Fundación José Peralta, pág. 263

última carta de intención con el FMI, durante el gobierno de Lucio Gutiérrez, constaban en todas estas Cartas de Intención, la obligación del país de incrementar las tasas de interés y de desregular las actividades del sector financiero, para que sean los propios mecanismos de autorregulación de mercados los que generen la eficiencia del sector financiero.

El sistema financiero constituye una especie de combustible y lubricante que va haciendo posible el adecuado y expedito desenvolvimiento de la economía. Su empleo produce inmediatos efectos en cuanto a apoyar o desamparar sectores de la producción que requieren de fuentes permanentes de recursos financieros para mantenerse en un adecuado pie de funcionamiento y su manejo correcto es esencial para evitar entrevistas alteraciones en estos mismos sectores.³

1.1 Ley General de Instituciones Financieras

1.1.1. Definición: Esta Ley regula la creación, organización, actividades, funcionamiento y extinción de las instituciones del sistema financiero privado, así como la organización y funciones de la Superintendencia de Bancos y Seguros en la órbita de su competencia, entidad encargada de la supervisión y control del sistema financiero, en todo lo cual se tiene presente la protección de los intereses del público.⁴

1.1.2. Órganos rectores del Sistema Financiero

Según el Art. 23 de la Ley General de instituciones financieras, todas y cada una de las instituciones integrantes del grupo, estarán sujetas a la inspección y vigilancia de la Superintendencia de Bancos, excepto las casas de valores y las compañías administradoras de fondos y fideicomisos que estarán sujetas a la vigilancia de la Superintendencia de Compañías.

Todas las instituciones integrantes del grupo, en forma individual y consolidada, estarán sujetas a las normas de solvencia y prudencia financiera y de control previstas en esta Ley.

³ Aguirre Gonzalo (2008), Guía Didáctica de Legislación Monetaria y Bancaria, Editorial UTPL, Pág. 26

⁴ Corporación de Estudios y Publicaciones (2008), Legislación Monetaria y Bancaria, Quito-Ecuador, pág. 1

Además el Banco Central del Ecuador, en el marco de lo dispuesto en la Ley de Régimen Monetario y Banco del Estado en su artículo 60, literal I), emitió la Regulación No. 017-2011, publicada en el Registro Oficial No. 372 del 27 de enero de 2011, en la cual entre otros aspectos se establecen las normas y principios básicos de funcionamiento de los sistemas de pago del país, y se delegó al Gerente General del Banco Central del Ecuador ejercer la supervisión de los sistemas de pagos del país, contemplando dicha supervisión la vigilancia y monitoreo permanente de los mismos. La función de supervisión y vigilancia que la ejercerá el Banco Central del Ecuador, tiene como objeto promover que los sistemas de pago del país, operados o no por esta Institución, funcionen de manera eficiente dentro de los más altos niveles de seguridad para las entidades participantes y para la ciudadanía en general. En este contexto se informa al sistema financiero y en general.⁵

1.1.3. Alcance y regulaciones.

Según consta en el Libro 1 de las Normas Generales para la aplicación de la Ley general de las instituciones financieras, el alcance se refiere a:

ARTÍCULO 1.- Las disposiciones de la presente norma son aplicables a las instituciones financieras públicas y privadas, al Banco Central del Ecuador, a las compañías de arrendamiento mercantil, a las compañías emisoras y administradoras de tarjetas de crédito y a las corporaciones de desarrollo de mercado secundario de hipotecas, cuyo control compete a la Superintendencia de Bancos y Seguros, a las cuales, en el texto de este capítulo se las denominará como instituciones controladas.

Para efecto de administrar adecuadamente el riesgo operativo, además de las disposiciones contenidas en el capítulo I “De la gestión integral y control de riesgos”, las instituciones controladas observarán las disposiciones del presente capítulo.

ARTÍCULO 2.- Para efectos de la aplicación de las disposiciones del presente capítulo, se considerarán las siguientes definiciones:

⁵ www.bce.com.ec

- 2.1. Alta gerencia.-** La integran los presidentes y vicepresidentes ejecutivos, gerentes generales, vicepresidentes o gerentes departamentales, entre otros, responsables de ejecutar las disposiciones del directorio u organismo que haga sus veces, quienes toman decisiones de alto nivel, de acuerdo con las funciones asignadas y la estructura organizacional definida en cada institución controlada;
- 2.2. Evento de riesgo operativo.-** Es el hecho que puede derivar en pérdidas financieras para la institución controlada;
- 2.3. Factor de riesgo operativo.-** Es la causa primaria o el origen de un evento de riesgo operativo. Los factores son los procesos, personas, tecnología de información y eventos externos;
- 2.4. Proceso.-** Es el conjunto de actividades que transforman insumos en productos o servicios con valor para el cliente, sea interno o externo;
- 2.5. Insumo.-** Es el conjunto de materiales, datos o información que sirven como entrada a un proceso;
- 2.6. Proceso crítico.-** Es el indispensable para la continuidad del negocio y las Operaciones de la institución controlada, y cuya falta de identificación o aplicación deficiente puede generarle un impacto financiero negativo;
- 2.7. Actividad.-** Es el conjunto de tareas;
- 2.8. Tarea.-** Es el conjunto de pasos o procedimientos que conducen a un resultado final visible y medible;
- 2.9. Procedimiento.-** Es el método que especifica los pasos a seguir para cumplir un propósito determinado;
- 2.10. Línea de negocio.-** Es una especialización del negocio que agrupa procesos encaminados a generar productos y servicios especializados para atender un segmento del mercado objetivo definido en la planificación estratégica de la entidad;
- 2.11. Datos.-** Es cualquier forma de registro electrónico, óptico, magnético, impreso o en otros medios, susceptible de ser capturado, almacenado, procesado y distribuido;

2.12. Información.- Es cualquier forma de registro electrónico, óptico, magnético o en otros medios, previamente procesado a partir de datos, que puede ser almacenado, distribuido y sirve para análisis, estudios y toma de decisiones;

2.13. Información crítica.- Es la información considerada esencial para la continuidad del negocio y para la adecuada toma de decisiones;

2.14. Administración de la información.- Es el proceso mediante el cual se captura, procesa, almacena y transmite información, independientemente del medio que se utilice; ya sea impreso, escrito en papel, almacenado electrónicamente, transmitido por correo o por medios electrónicos o presentado en imágenes.

2.15. Tecnología de información.- Es el conjunto de herramientas y métodos empleados para llevar a cabo la administración de la información. Incluye el hardware, software, sistemas operativos, sistemas de administración de bases de datos, redes, multimedia, servicios asociados, entre otros;

2.16. Aplicación.- Se refiere a los procedimientos programados a través de alguna herramienta tecnológica, que permiten la administración de la información y la oportuna toma de decisiones;

2.17. Instalaciones.- Es la infraestructura que permite alojar los recursos físicos relacionados con la tecnología de información;

2.18. Responsable de la información.- Es la persona encargada de identificar y definir claramente los diversos recursos y procesos de seguridad lógica relacionados con las aplicaciones;

2.19. Seguridad de la información.- Son los mecanismos implantados que garantizan la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información y los recursos relacionados con ella;

2.20. Seguridades lógicas.- Se refieren a la seguridad en el uso del software, la protección de los datos, procesos y programas, así como la del acceso ordenado y autorizado de los usuarios a la información;

2.21. Confidencialidad.- Es la garantía de que sólo el personal autorizado accede a la información preestablecida;

2.22. Integridad.- Es la garantía de mantener la totalidad y exactitud de la información y de los métodos de procesamiento;

2.23. Disponibilidad.- Es la garantía de que los usuarios autorizados tienen acceso a la información cada vez que lo requieran a través de los medios adecuados que satisfagan sus necesidades;

2.24. Cumplimiento.- Se refiere a la observancia de las leyes, regulaciones y acuerdos contractuales a los que los procesos de las instituciones controladas están sujetos;

2.25. Pista de auditoría.- Es el registro de datos lógicos de las acciones o sucesos ocurridos en los sistemas aplicativos u operativos, con el propósito de mantener información histórica para fines de control, supervisión y auditoría;

2.26. Medios electrónicos.- Son los elementos de la tecnología que tienen características digitales, magnéticas, inalámbricas, ópticas, electromagnéticas u otras similares;

2.27. Transferencia electrónica de información.- Es la forma de enviar, recibir o transferir en forma electrónica datos, información, archivos, mensajes, entre otros;

2.28. Encriptación.- Es el proceso mediante el cual la información o archivos son alterados en forma lógica, con el objetivo de evitar que alguien no autorizado pueda interpretarlos al verlos o copiarlos, por lo que se utiliza una clave en el origen y en el destino;

2.29. Plan de continuidad.- Está orientado a asegurar la continuidad del negocio, la satisfacción del cliente y la productividad a pesar de eventos inesperados. Se ejecuta permanentemente como parte de la administración de riesgos tanto en la información como en la operación. Un plan de continuidad incluye un plan de contingencia, un plan de reanudación y un plan de recuperación;

2.30. Plan de contingencia.- Es el conjunto de procedimientos alternativos a la operatividad normal de la entidad cuya finalidad es la de permitir su funcionamiento, buscando minimizar el impacto financiero que pueda ocasionar cualquier evento inesperado específico. El plan de contingencia se ejecuta el momento en que se produce dicho evento;

2.31. Plan de reanudación.- Especifica los procesos y recursos para mantener la continuidad de las operaciones en la misma ubicación del problema;

2.32. Plan de recuperación.- Especifica los procesos y recursos para recuperar las funciones del negocio en una ubicación alterna dentro o fuera de la institución;

2.33. Eficacia.- Es la capacidad para contribuir al logro de los objetivos institucionales de conformidad con los parámetros establecidos;

2.34. Eficiencia.- Es la capacidad para aprovechar racionalmente los recursos disponibles en pro del logro de los objetivos institucionales, procurando la optimización de aquellos y evitando dispendios y errores; y,

2.35. Riesgo legal.- Es la probabilidad de que una institución del sistema financiero sufra pérdidas directas o indirectas; de que sus activos se encuentren expuestos a situaciones de mayor vulnerabilidad; de que sus pasivos y contingentes puedan verse incrementados más allá de los niveles esperados, o de que el desarrollo de sus operaciones enfrente la eventualidad de ser afectado negativamente, debido a error, negligencia, impericia, imprudencia o dolo, que deriven de la inobservancia, incorrecta o inoportuna aplicación de disposiciones legales o normativas, así como de instrucciones de carácter general o particular emanadas de los organismos de control, dentro de sus respectivas competencias; o, en sentencias o resoluciones jurisdiccionales o administrativas adversas; o de la deficiente redacción de los textos, formalización o ejecución de actos, contratos o transacciones, inclusive distintos a los de su giro ordinario de negocio, o porque los derechos de las partes contratantes no han sido claramente estipuladas. (sustituido con resolución No. JB-2008-1202 de 23 de octubre del 2008).

De acuerdo con lo dispuesto en el numeral 2 del artículo 18 del Código Civil, los términos utilizados en la definición de riesgo legal se entenderán en su sentido

natural y obvio, según el uso general de las mismas palabras, a menos de que tengan definiciones diferentes expresadas en la ley, reglamentos y demás normativa. (Incluido con resolución No. JB-2008-1202 de 23 de octubre del 2008)

ARTÍCULO 3.- Para efectos del presente capítulo, el riesgo operativo se entenderá como la posibilidad de que se ocasionen pérdidas financieras por eventos derivados de fallas o insuficiencias en los procesos, personas, tecnología de información y por eventos externos. El riesgo operativo incluye el riesgo legal en los términos establecidos en el numeral 2.35 del artículo 2.

El riesgo operativo no trata sobre la posibilidad de pérdidas originadas en cambios inesperados en el entorno político, económico y social.⁶

1.2. Estructura del Sistema financiero ecuatoriano

Según el Art. 24 de la Ley de Régimen Monetario, el sistema financiero ecuatoriano está compuesto por:

- Banco Central del Ecuador.
- Instituciones Financieras Públicas.
- Instituciones Financieras Privadas.
- Demás instituciones controladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros.

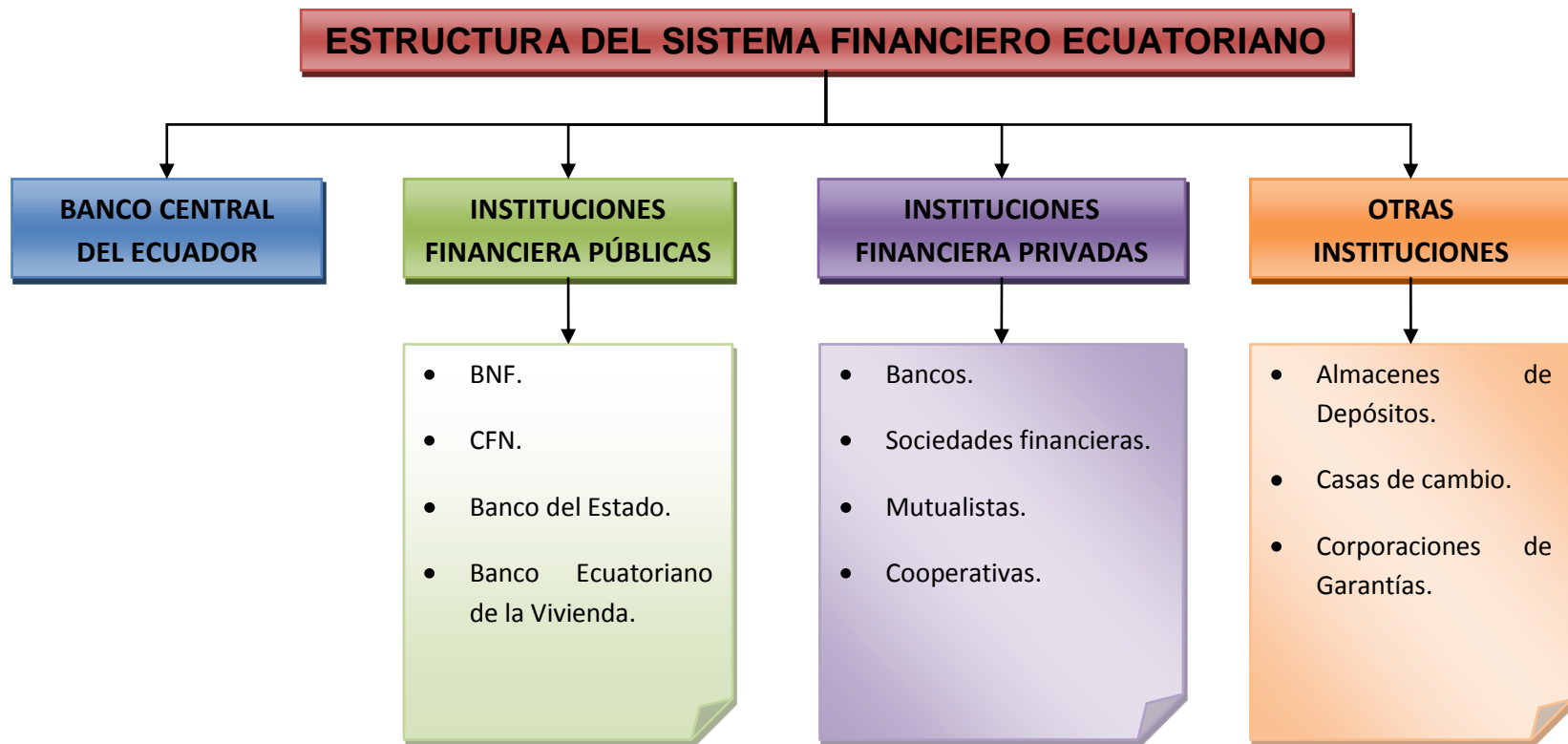
Para mayo del 2009, el Ecuador tenía 25 bancos, 10 sociedades financieras y 36 cooperativas de ahorro y crédito reguladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros. Para enero de 2009, el sistema de bancos privados tenía 16.900 millones de USD como activos, que representaban un 31.48 por ciento del PIB de ese año.

Las sociedades financieras tenían 951 millones de USD como activos, que representaban el 1.86 por ciento del PIB. Las cooperativas tenían 1.645 millones de USD en activos, que representaban el 3.22 por ciento de PIB. Las mutualistas tenían 388 millones de USD en activos, que representaban el 0.76 por ciento del PIB.

⁶ Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador. (2011). Disponible en: <http://www.superban.gov.ec/practg/pindex>

El volumen del conjunto del sistema de cooperativas, mutualistas y sociedades financieras representa apenas una fracción del total que maneja el sistema bancario. Por ejemplo, el total de activos de las cooperativas, mutualistas y sociedades financieras, apenas representan el 36.3% de los activos de los tres bancos más grandes del país (Pichincha, Guayaquil y Pacífico) y el 69% de los activos del Banco del Pichincha. Estas comparaciones nos indican que en el sistema financiero existe una fuerte asimetría entre los bancos y el conjunto del sistema financiero. Es de indicar que en el año 2008 se produjo el saneamiento de la Mutualista Benalcázar por sobrevaloración de activos. La AGD asumió el saneamiento de la institución con la intermediación del Banco Internacional.⁷

⁷ Saltos Napoleón y Vásquez Loja (2010). Ecuador su Realidad, Fundación José Peralta, pág. 267



1.2.1. Banca Privada

1.2.1.1. Definición

Son Instituciones que realizan labores de intermediación financiera recibiendo dinero de unos agentes económicos (depósitos), para darlo en préstamo a otros agentes económicos (créditos)

1.2.1.2. Caracterización de la banca ecuatoriana

1.2.1.3. Productos y Servicios

Entre los productos y servicios que ofrecen las diferentes instituciones bancarias del sector privado tenemos:

- Recibir recursos del público en depósitos a la vista.
- Recibir depósitos a largo plazo.
- Asumir obligaciones por cuentas de terceros.
- Emitir obligaciones y cedulas 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

1.2.2.1. Definición

Son sociedades de derecho privado, formadas por personas naturales o jurídicas que, sin perseguir finalidades de lucro, tienen por objeto planificar o realizar actividades o trabajos de beneficio social o colectivo, a través de una empresa manejada en común y formada con la aportación económica, intelectual y moral de sus miembros.⁸

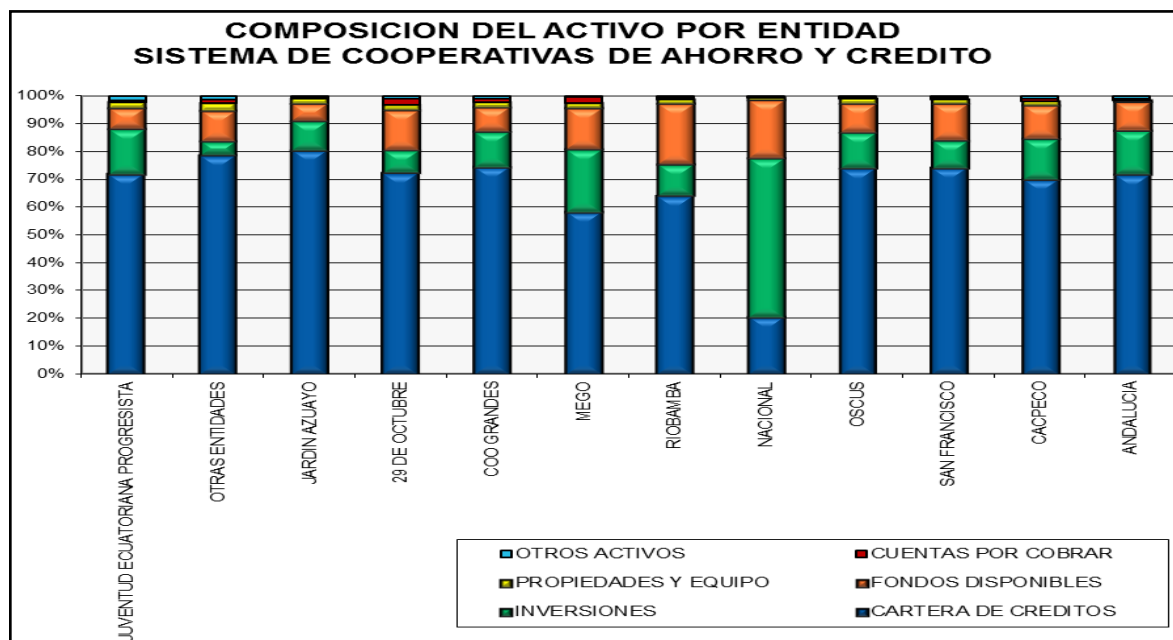
1.2.2.2. Cooperativismo en el Ecuador

En los orígenes y consolidación del movimiento cooperativo ecuatoriano se pueden distinguir por lo menos tres etapas fundamentales: a) la primera se inicia aproximadamente en la última década del siglo XIX, cuando se crean -especialmente en Quito y Guayaquil- una serie de organizaciones artesanales y de ayuda mutua; b) la segunda empieza a partir de 1937, año en el cual se dicta la primera Ley de Cooperativas con el propósito de dar mayor alcance organizativo a los movimientos campesinos, modernizando su estructura productiva y administrativa, mediante la

⁸Neticoop (2011). El Cooperativismo en el Ecuador. Disponible en www.neticoop.org.uy/article245.html. Consulta 5 de agosto 2011.

utilización del modelo cooperativista; c) la tercera etapa comienza a mediados de los años sesenta con la expedición de la Ley de Reforma Agraria (en 1964) y de la nueva Ley de Cooperativas (en 1966).

Cuadro N° 1: Composición del Activo en las Cooperativas



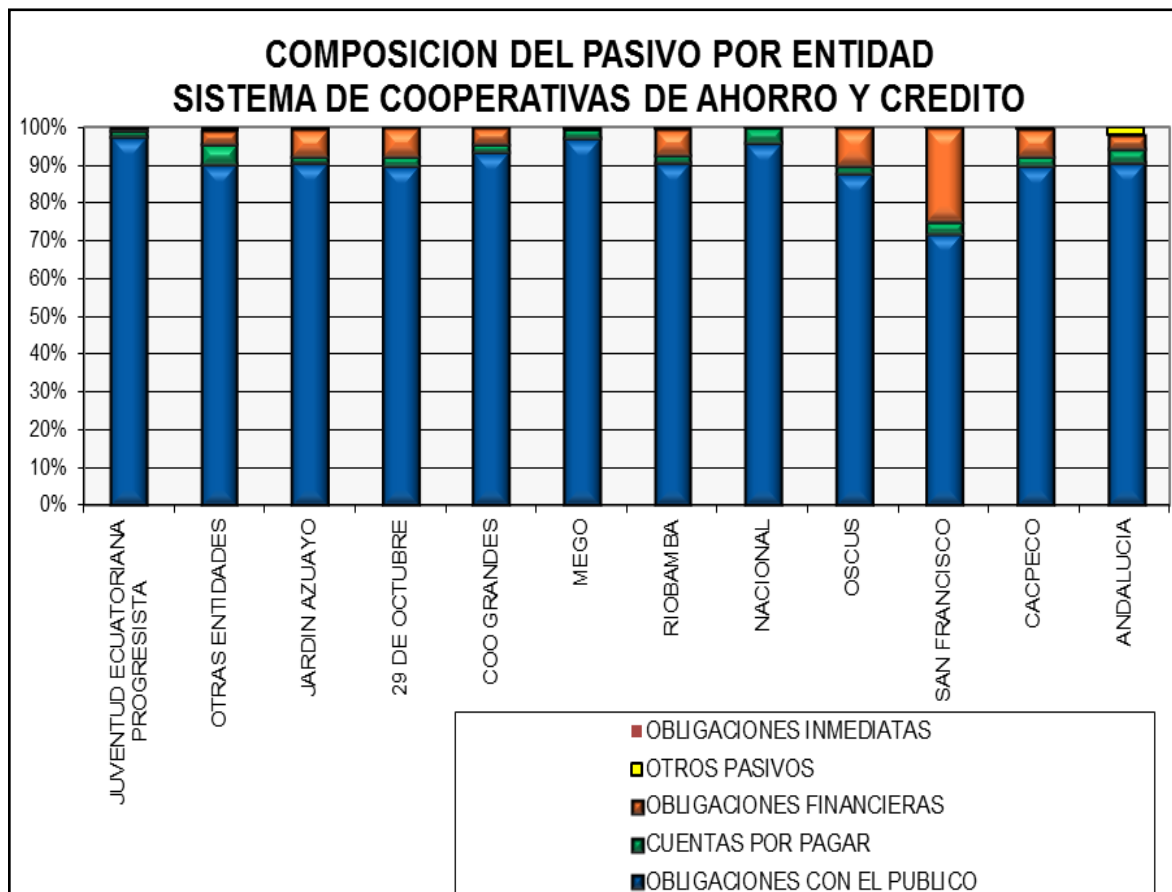
Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Superintendencia de Bancos

Los activos dentro del ámbito contable constituye todo lo que le pertenece a la empresa, dentro de ello, existen diferentes activos los mismos que de cierta manera dan o propician cierta “seguridad” o “solvencia” a sus clientes y accionistas.

Al observar la información elaborada por la superintendencia de bancos, se puede señalar que a excepción de la cooperativa nacional todas las cooperativas tienen una composición similar de sus activos, sobre todo en cartera de créditos lo que significa que tienen un gran capital invertido en uno de los principales servicios que estas ofrecen que es el crédito, mientras que la inversión en propiedades y equipos constituyen el activo menos representativo.

Cuadro N° 2: Composición del Pasivo en las Cooperativas



Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Superintendencia de Bancos

Los pasivos constituyen las obligaciones que tiene toda empresa contraídos con terceros, en otras palabras son las cuentas que se debe cancelar.

Bajo este significado, las cooperativas que constan en el cuadro anterior mantienen una estructura de sus pasivos similar, las obligaciones con el público representan aproximadamente el 90% del total de sus pasivos lo que significa que la mayor parte de cuentas por pagar es con los clientes.

En lo que respecta a otros pasivos, las obligaciones con otras instituciones financieras representan un nivel mínimo de sus pasivos, aproximadamente el 5%.

En definitiva, la mayor parte de los pasivos de las cooperativas están en relación con sus clientes directos, un mínimo porcentaje con otras instituciones y también en cuentas por pagar.

1.2.2.3. Productos y Servicios Financieros

1.2.3. El Mutualismo

1.2.3.1. Definiciones básicas.

Son instituciones financieras privadas, con finalidad social, cuya actividad principal es la captación de recursos al público para destinarlos al financiamiento de vivienda, construcción y bienestar familiar de sus asociados.

Están sometidas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Bancos normas de solvencia y prudencia financiera y de contabilidad, que dispongan la Ley y la Superintendencia.

1.2.3.2. El Mutualismo en el Ecuador

1.2.3.3. Productos y servicios

Ya se ha señalado que la característica principal de las Mutualistas es ofrecer créditos para adquisición, o mejoramiento de vivienda, además se ofertan otros productos o servicios financieros como:

- Cajeros automáticos enlazados con Ban Red.
- Pago de Servicios Básicos.
- Transferencias Bancarias nacionales e internacionales.
- Recargas celulares.

1.2.4. La banca pública

1.2.4.1. Definiciones básicas

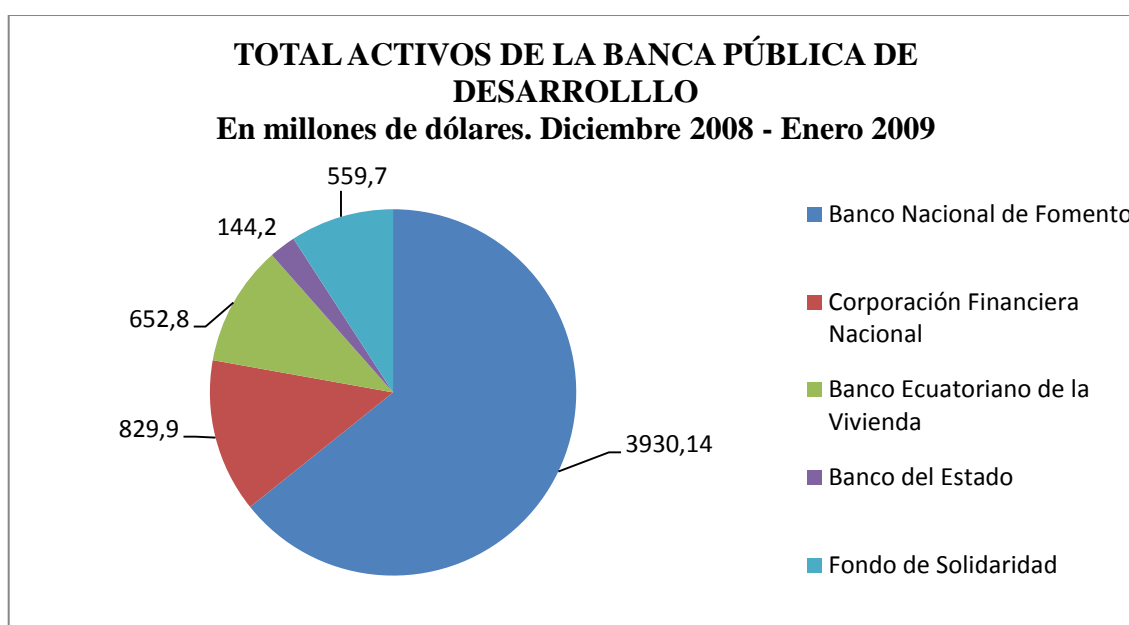
La banca pública son instituciones que son reguladas por la superintendencia de bancos, pertenecen al sistema financiero y su característica principal es que los fondos que utilizan para ofrecer los productos y servicios financieros pertenecen al Estado.

1.2.4.2. La banca pública en el Ecuador

El Estado es otro factor importante en el sistema financiero no solo a través de la política monetaria y política crediticia, sino también a través de la banca pública de desarrollo y de las instituciones financieras del sector público. La banca pública de desarrollo está conformada por el Banco Nacional de Fomento, por la Cooperativa de la Vivienda, por el Banco Ecuatoriano de Desarrollo, por el IECE, y por el Fondo de Solidaridad (que desaparece en el nuevo texto Constitucional) ⁹

La distribución de los activos de la banca pública de desarrollo puede observarse en el siguiente gráfico:

Cuadro N° 3: Composición del Activo en la Banca Pública



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros

Elaboración: Superintendencia de Bancos y Seguros

Los bancos o instituciones financieras que pertenecen al sector público se caracterizan por tener como objetivo principal fomentar el desarrollo a través de los créditos que estas ofrecen,

Los activos del BNF en 1998 representaron el 0.98% del PIB de ese entonces, en el año 2008, en cambio, representaban el 1.62% del PIB, lo que demuestra el crecimiento de los activos de la institución. De la cartera del BNF, más del 50% de los créditos están en la región de la costa, y el 13% para la región amazónica. En las

⁹ Saltos Napoleón y Vásquez Loja (2010). Ecuador su Realidad, Fundación José Peralta, pág. 267

estadísticas de Condiciones de Vida del INEC, solamente el 10.1% de los hogares del quintil más pobre tuvieron créditos para la actividad agropecuaria.

Es de observar que los activos totales de la banca pública de desarrollo, son sustancialmente menores que aquellos del sector privado por lo que cumplen una función subsidiaria y complementaria a las decisiones de arbitraje realizadas desde la banca privada. Hasta el momento no existe un marco jurídico que armonice y permita la coordinación de la banca pública de desarrollo de una manera coherente y estructurada. En ese sentido, una de las tareas a futuro será la de crear un marco jurídico e institucional que permita la convergencia de las diferentes instituciones públicas en una sola banca pública de desarrollo. ¹⁰

1.2.4.3. Productos y servicios

Para que la banca pública pueda realizar las operaciones permitidas a las instituciones financieras privadas en el Art 51 de la Ley, deberán obtener la autorización de la Junta Bancaria, previo informe del Directorio del Banco Central del Ecuador¹¹

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.

Es frecuente oír hablar de un "mundo global" interconectado, efectivamente el desarrollo de la internet no hubiese sido posible sin la adopción de medidas que conciernen a la denominada "nueva economía" que justamente es informacional y global como dice Manuel Castells (Alianza, España, 1999) " la productividad y la competitividad se generan por una red global de interacción", en estas condiciones que son históricas "el desarrollo en la actualidad es el conocimiento que se genera como principal fuente de productividad". De manera que el siglo XXI comenzó con un nuevo tipo de cultura material producto de un nuevo paradigma tecnológico que se organiza en torno a las tecnologías de comunicación e información, TICs. Si el nuevo paradigma tecnológico está basado en la economía es de prever que los cambios a los que estamos asistiendo son pocos al lado de los que vendrán.

¹⁰ Saltos Napoleón y Vásquez Loja (2010). Ecuador su Realidad, Fundación José Peralta, pág. 267

¹¹ Corporación de Estudios y Publicaciones (2008), Legislación Monetaria y Bancaria, Quito-Ecuador, pág. 3

Las redes de comunicación cibernética se desarrollaron como parte de ese proceso denominado globalización que comprende varias acciones que repercuten en el mundo: el intercambio de mercaderías más allá de sus aranceles y productos en sí; las simbiosis de nuevas culturas; la asimilación y adaptación a nuevos contextos y la velocidad con que se transmiten recursos e intercambios que hacen del mundo una sola cosa.¹²

Con los antecedentes señalados, las instituciones financieras en la actualidad utilizan las tecnologías para hacer conocer sus productos y servicios a una gran masa de potenciales clientes. Así mismo, la tecnología les permite atender a sus actuales clientes de una manera más eficiente y oportuna.

Hoy podemos observar que las instituciones financieras utilizan en servicios como:

- Transferencias bancarias.
- Revisión de cuentas vía internet.
- Débito bancario.
- Transferencias desde el exterior.
- Cajeros automáticos, etc.

1.3.2. Canales de provisión de servicios financieros

De acuerdo a un último estudio especializado sobre avances en bancarización en América Latina 1, el cual se basó en una encuesta especializada de Federación Latinoamericana de Supervisores Bancarios (FELABAN) y la Encuesta realizada por el Banco Mundial, entre otros temas se dio a conocer que el promedio latinoamericano de cobertura a través de sucursales y ATMs (Cajeros Automáticos) a noviembre de 2007 con respecto a los países industrializados en el 2004, no alcanzó ni un cuarto del promedio resultante.

No obstante, dado el desarrollo tecnológico y la globalización a nivel mundial, y el cada vez mayor uso de tecnología bancaria, el acceso a canales de provisión de servicios financieros (POS), aún no está al alcance de la mayoría de la población adulta 2 que lo usa con el fin de facilitar sus transacciones diarias mediante Internet.

¹²Bibiana Apolonia del Brutto El impacto de las tecnologías de información y comunicación en las sociedades latinoamericanas

Cifras reveladas en el cuadro a continuación resumen la situación de cuatro países con mayor desarrollo relativo a noviembre de 2007, en el cual se destaca Brasil en donde 2 de cada diez habitantes adultos tienen acceso a Internet banking lo cual es todavía incipiente en relación a otras economías del planeta.

Acorde al indicador de acceso de la población a Servicios Bancarios por individuos (como porcentaje de la población adulta) cuyo promedio alcanzó un 34,95 por ciento, sobresaliendo Chile que ocupó el primer lugar (60%), seguido por Venezuela (49,47%), Panamá (46%), y Brasil (43%) los de mayor acceso de la población adulta a servicios bancarios.

Ecuador por su parte, se ubicó con un 35,80 por ciento, por sobre economías como la Mexicana que maneja volúmenes de recursos enormes acorde al número de habitantes de aquel país. Respecto de nuestros vecinos más próximos Colombia (42,71%) y Perú (24%), observaron ratios diferentes, inferior respecto del primero y superior en comparación con el segundo.¹³

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

Sin lugar a dudas, toda institución o empresa en las que se encuentran las instituciones financieras, tratan de lograr un crecimiento permanente a través del lanzamiento de nuevos productos o servicios.

A través de los medios de comunicación (televisión, prensa, periódicos, etc.) se observa que tanto la banca privada como la pública ofertan diversos productos y servicios financieros, todo ello con la finalidad de “atraer” a más clientes.

Actualmente, los bancos están incursionando más ampliamente en la prestación de diversos servicios financieros por la necesidad de conformar economías de escala y alcance y porque los productos bancarios cada vez se vuelven menos diferenciables de los productos de otras empresas financieras y no financieras.¹⁴

¹³Tobar Maruri Paulina (2008). Influencia de los Sistemas Controlados en el incremento o decrecimiento de la profundización de sistemas financieros. Disponible en www.felaban.com/archivos_publicaciones/servicios_financieros.pdf. Consultado el 5 de Agosto 2011

¹⁴ Lafuente Danilo, Valle Angélica (2005). *Heterogeneidad Eficacia en el Sistema Bancario Privado Ecuatoriano*.

CAPÍTULO II

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

Al iniciar el presente capítulo, es importante señalar que la plaza que se va a analizar es la ciudad de Guayaquil, por lo tanto, se describirán los niveles de captaciones y colocaciones de los bancos privados, cooperativas de ahorro y crédito, mutualistas, sociedades financieras y la banca pública.

Las instituciones financieras que se analizarán se describen a continuación en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 4: Instituciones Financieras en Guayaquil

INSTITUCIONES FINANCIERAS DE GUAYAQUIL			
BANCOS PRIVADOS	COOPERATIVAS	SOCIEDADES FINANCIERAS	BANCA PÚBLICA
Amazonas	15 de Abril	Sociedad Financiera	BNF
Austro	23 de Julio	Consulcrédito	BEV
Bolivariano	29 de Octubre	Dinners	CFN
Capital	Ambato		BE
Citibank	Coopad		
Manabí	Coopccp		
Del Bank	Nacional		
Finca			
Rumiñahui	MUTUALISTAS		
Guayaquil	Pichincha		
Internacional			
Litoral			
Machala			
Pacífico			
Pichincha			
Procredit			
Produbanco			
Proamerica			
Solidario			
Sudamericano			
Territorial			
Unibanco			

Fuente: Escuela de Banca y Finanzas. UTPL

Elaboración: Las autoras

2.1. El sistema financiero local

Los bancos son organizaciones que tienen como función tomar recursos de personas, empresas u otro tipo de organizaciones y, con estos recursos, dar créditos a aquellos que los soliciten; es decir, realizan dos actividades fundamentales: la captación y la colocación de dinero. La captación, como su nombre lo indica, es captar o recolectar dinero de las personas u organizaciones. Este dinero, dependiendo del tipo de cuenta que tenga una persona, (cuenta de ahorros, cuenta corriente, certificados de depósito a término fijo, etc.), gana unos intereses (intereses de captación, representados por la tasa de interés de captación). En resumen, al banco le interesa que las personas o empresas pongan su dinero en su sistema, por lo tanto, éste les paga una cantidad de dinero por poner sus recursos en los depósitos del banco. La colocación es lo contrario a la captación. La colocación permite poner dinero en circulación en la economía, ya que los bancos toman el dinero o los recursos que obtienen a través de la captación y, con éstos, otorgan créditos a las personas, empresas u organizaciones que los soliciten. Por dar estos préstamos los bancos cobran, dependiendo del tipo de préstamo, una cantidad determinada de dinero llamados intereses (intereses de colocación), la cual se define a través de la tasa de interés de colocación.

A través de estas dos actividades (captación y colocación), los bancos y otras instituciones financieras obtienen sus ganancias. Los intereses de colocación, en la mayoría de los países, incluyendo Colombia, son más altos que los intereses de captación; es decir, los bancos cobran más por dar recursos que lo que pagan por captarlos. Esta diferencia crea un margen que se denomina el margen de intermediación:

Margen de intermediación=Tasa interés de colocación–Tasa de interés de captación. Los bancos obtienen más o menos ganancias dependiendo de qué tan amplio sea el margen de intermediación; es decir, qué tan distante esté la tasa de interés de colocación de la de captación. Las tasas de interés que se utilizan en el sistema financiero están reguladas por el Banco de la República, el cual, a través de su Junta directiva, señala, cuando las circunstancias lo exijan, y en forma temporal (máximo ciento veinte días en el año), límites a las tasas de interés que deben pagar y cobrar los establecimientos de crédito.

Los bancos obtienen beneficios de la diferencia entre la tasa de interés que cobran a quienes piden préstamos y la tasa de interés que pagan a las personas que depositan su dinero en las instituciones financieras. Dicha diferencia se conoce con el término inglés de "spread" que significa extender.

2.2. Evolutivo de las captaciones

Las captaciones que obtienen las instituciones financieras a través de los depósitos a la vista, depósitos a plazo, etc., son fondos que les permiten a éstas ofrecer una gama de servicios y productos financieros y así obtener una rentabilidad que genere ingresos tanto para los accionistas como para los socios.

Además de disponer de un capital inicial proveniente de sus accionistas, los Bancos atraen el dinero de las personas y las empresas, para que sea depositado, por recibir y mantener este dinero, las entidades financieras pagan una cierta cantidad de dinero al depositante que se conoce como interés. El cálculo de esa cantidad se hace a través de porcentajes y recibe el nombre de "tasa de interés de captación".

De acuerdo con los depósitos recibidos, las instituciones financieras conceden préstamos a personas y a empresas que necesiten financiamiento para llevar a cabo gastos de consumo o de inversión. A quienes obtienen estos préstamos, las entidades financieras les cobran por ese servicio una determinada tasa de interés de colocación que normalmente es superior a la 'tasa de interés de captación'

Para realizar el análisis de las captaciones de las instituciones financieras en la ciudad de Guayaquil, es necesario hacer conocer los tipos de depósitos y los subsistemas que se van a analizar en la investigación.

Cuadro N° 5: Tipos de Depósitos

TIPOS DE DEPÓSITOS (CUENTAS)	SUBSISTEMAS
Ahorro	Banca Privada
Corrientes	Cooperativas
A Plazo	Mutualistas
	Sociedades Financieras
	Banca Pública

Fuente: Escuela de Banca y Finanzas. UTPL

Elaboración: Las autoras

2.2.1. Análisis de las Captaciones por tipo de Depósito.

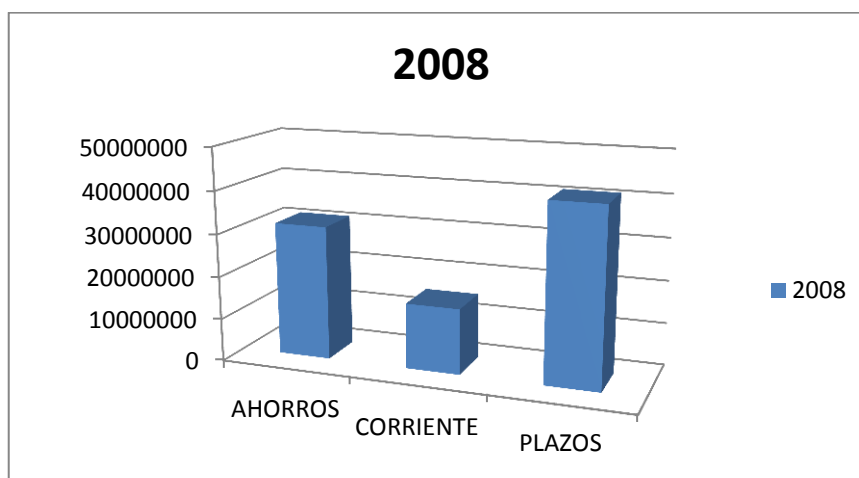
Se iniciará con los datos obtenidos en el año 2008, los mismos que luego de su respectiva estructuración permitirán realizar las tendencias que han tenido y su incidencia en otras actividades ya sean financieras, comerciales, empresariales, etc.

Cuadro N° 6: Captaciones Guayaquil 2008

CAPTACIONES GUAYAQUIL 2008		
En dólares		
TIPO DE CUENTAS	CANTIDAD	%
Ahorros	\$ 31'415.734,00	35,66
Corriente	\$ 15'358.681,06	17,44
Plazo	\$ 41'311.662,20	46,90
Total	\$ 88'086.077,26	100

Fuente: Anexos 2008
Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 1: Captaciones Guayaquil 2008



Fuente: Anexos 2008
Elaboración: Las autoras

Luego de haber recopilado los datos correspondientes a las captaciones realizadas por los bancos, cooperativas de ahorro, mutualistas, sociedades financieras y banca pública en el año 2008 en las cuentas establecidas de ahorros, cuenta corriente y depósitos a plazo, se puede señalar que existe una considerable porcentaje de los depósitos a plazo, lo que significa que las instituciones financieras disponen de recursos con los que pueden ofertar otro tipo de servicio o producto financiero.

Es importante señalar que a los considerados depósitos a la vista (ahorros y corriente), las instituciones financieras no pueden utilizar con total seguridad dichos depósitos, ya que, los dueños de éstos en cualquier momento pueden retirar sus fondos y esto ocasionaría iliquidez o falta de recursos para la institución, lo que implica que para poder ofrecer servicios financieros se deben considerar los fondos que estén depositados a plazo.

También se puede señalar, que los depósitos en cuentas de ahorros y corriente significan tanto para la institución como para los clientes o socios, recursos que pueden ser utilizados en cualquier momento, por lo tanto, las instituciones financieras deben tener mucho cuidado en su uso, ya que, al no hacerlo así se puede perder uno de los principales principios que debe caracterizar a una institución financiera que es la solvencia.

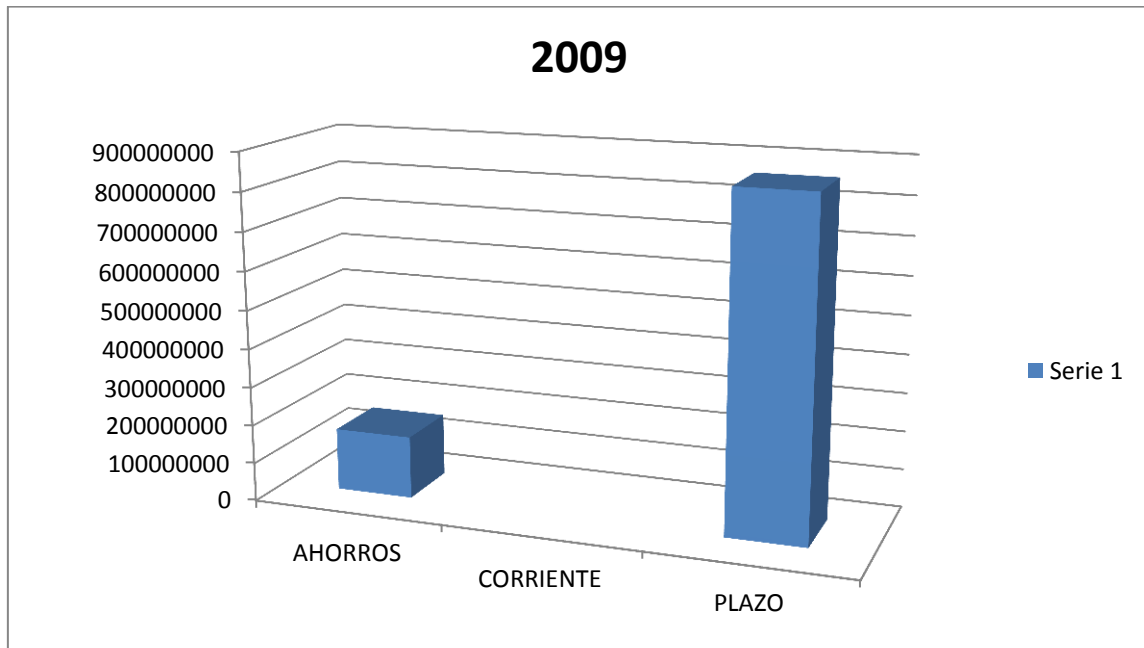
Cuadro N° 7: Captaciones Guayaquil 2009

CAPTACIONES GUAYAQUIL 2009		
En dólares		
TIPO DE CUENTAS	CANTIDAD	%
Ahorros	\$ 162'386.070,20	15,89
Corriente		
Plazo	\$ 859'547.626,30	84,11
Total	\$ 1.021'933.697.00	100

Fuente: Anexos 2009

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 2: Captaciones Guayaquil 2009



Fuente: Anexos 2009

Elaboración: Las autoras

En lo que respecta al año 2009, existe una diferencia notable entre el total de depósitos en cuentas de ahorro y los depósitos a plazo, lo que significa que las instituciones financieras en esta año disponen de una gran cantidad de recursos y por ende mayor liquidez y con ello colocar o invertir fondos ya sea para el comercio, vivienda, microcrédito o consumo que en definitiva es inyectar recursos para actividades empresariales.

La población en general, puede optar por un préstamo siempre y cuando vea una tasa de interés atractiva (baja), y esto puede darse cuando las instituciones financieras dispongan de una gran cantidad de recursos para colocar, y la información obtenida en este año permite deducir que aquello puede suceder.

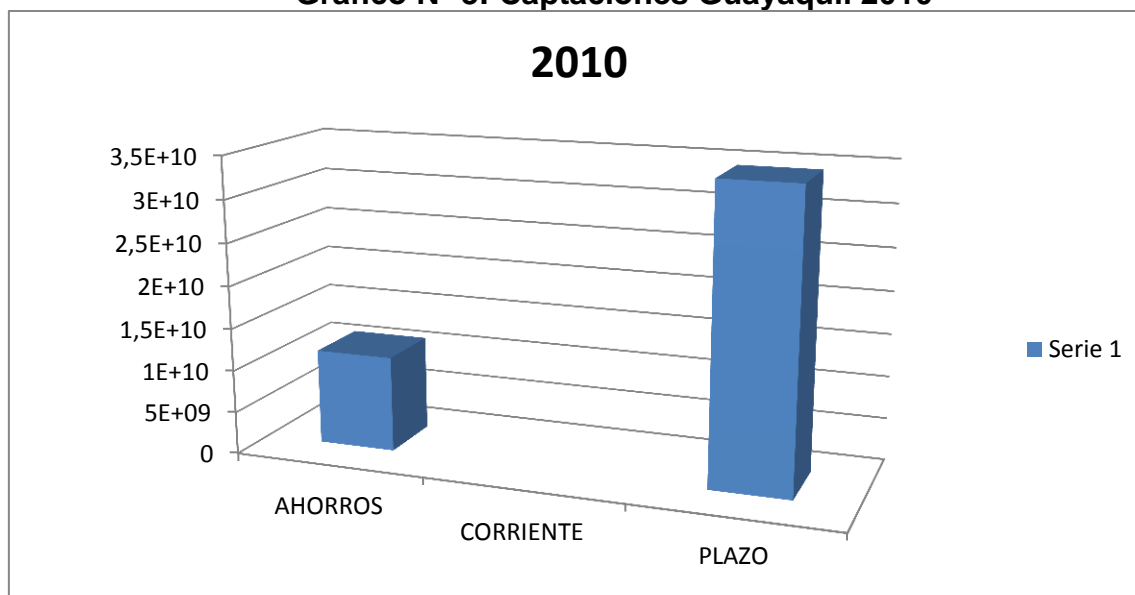
Cuadro N° 8: Captaciones Guayaquil 2010

CAPTACIONES GUAYAQUIL 2010		
En dólares		
TIPO DE CUENTAS	CANTIDAD	%
Ahorros	\$ 11.282'786.393,00	24,66
Corriente		
Plazo	\$ 34.475'688.755,00	75,34
Total	\$ 45.758'475.148,00	100

Fuente: Anexos 2010

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 3: Captaciones Guayaquil 2010



Fuente: Anexos 2010

Elaboración: Las autoras

En el año 2010, aún se mantiene la diferencia significativa en los totales de los depósitos en ahorros y los depósitos a plazo, lo que evidencia una captación de recursos importante para las instituciones financieras.

En lo que se refiere al nivel de ahorros, los datos indican que las personas tienen capacidad de ahorrar, esto puede darse siempre y cuando sus ingresos les permita, obviamente luego de satisfacer sus necesidades de alimentación, consumo, vivienda, educación, etc.

Cuando existe ahorro, existe un factor muy importante para la inversión y posteriormente una gama de efectos positivos como: empleo, actividad comercial, etc.

A continuación, se realiza un cuadro resumen de las captaciones realizadas por las instituciones financieras durante el año 2008, 2009 y 2010.

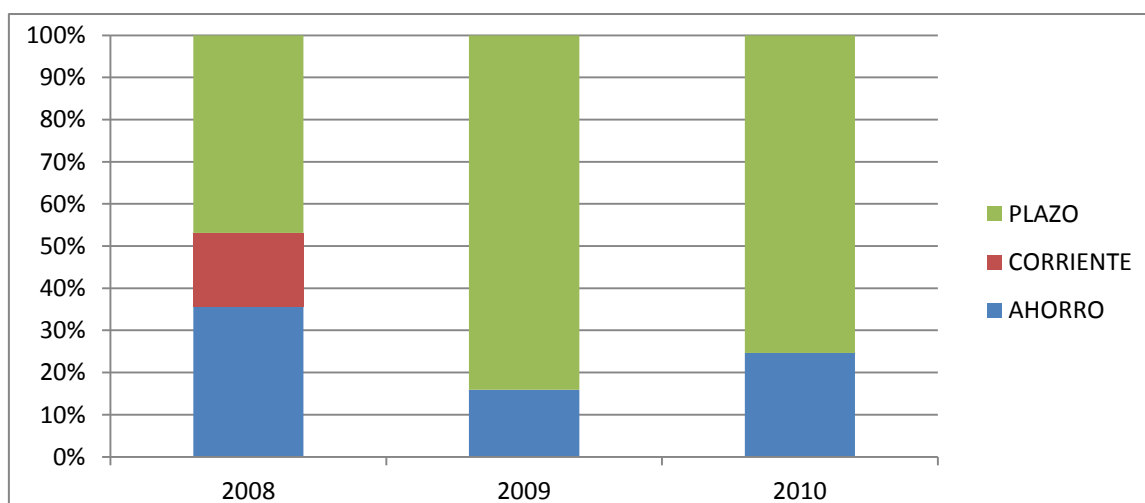
Cuadro N° 9: Captaciones Guayaquil 2008-2009-2010

Cuentas	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010
Ahorros	\$ 31415734,00	\$ 162'386.070,20	\$ 11.282'786.393,00
Corriente	\$ 15358681,06		
A plazo	\$ 41311662,20	\$ 859'547.626,30	\$ 34.475'688.755,00
Totales	\$ 88086077,26	\$ 1.021'933.697.00	\$ 45.758'475.148.00

Fuente: Anexos 2008-2009-2010

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 4: Captaciones Guayaquil 2008-2009-2010



Fuente: Anexos 2008-2009-2010

Elaboración: Las autoras

El cuadro anterior refleja, como en los años desde el 2008 al 2010 se ha dado algunos cambios no tan significativos, ya que se observa una tendencia en cuanto a la diferencia entre los distintos depósitos efectuados.

En primera instancia, vemos como los ahorros durante el 2009 disminuyeron, esto puede darse por algunos factores (ingresos bajos, disminución de las remesas,

desempleo), pero el principal factor fue la crisis mundial, lo que ocasionó una disminución en la capacidad de ahorro de las personas. En el año 2010, ya se observa una recuperación de los ahorros.

En lo que respecta a los depósitos a plazo, se puede evidenciar que existe una tendencia a la disminución, esto puede darse por cuanto las personas o empresas necesitan de sus recursos o de liquidez y no pueden tener su dinero a plazo.

2.2.2. Análisis de Captaciones por subsistema.

Los subsistemas que se utilizarán para analizar las captaciones de las instituciones financieras son:

- Bancos Privados.
- Cooperativas de Ahorro.
- Mutualistas.
- Sociedades Financieras.
- Banca Pública.

a. **Banca Privada:** La metodología utilizada en el siguiente análisis ha sido primeramente recopilar la información de los diferentes bancos privados que ofrecen sus servicios en Guayaquil y posteriormente identificar los niveles de depósitos en los tipos de cuentas establecidas (ahorro, corriente y plazo).

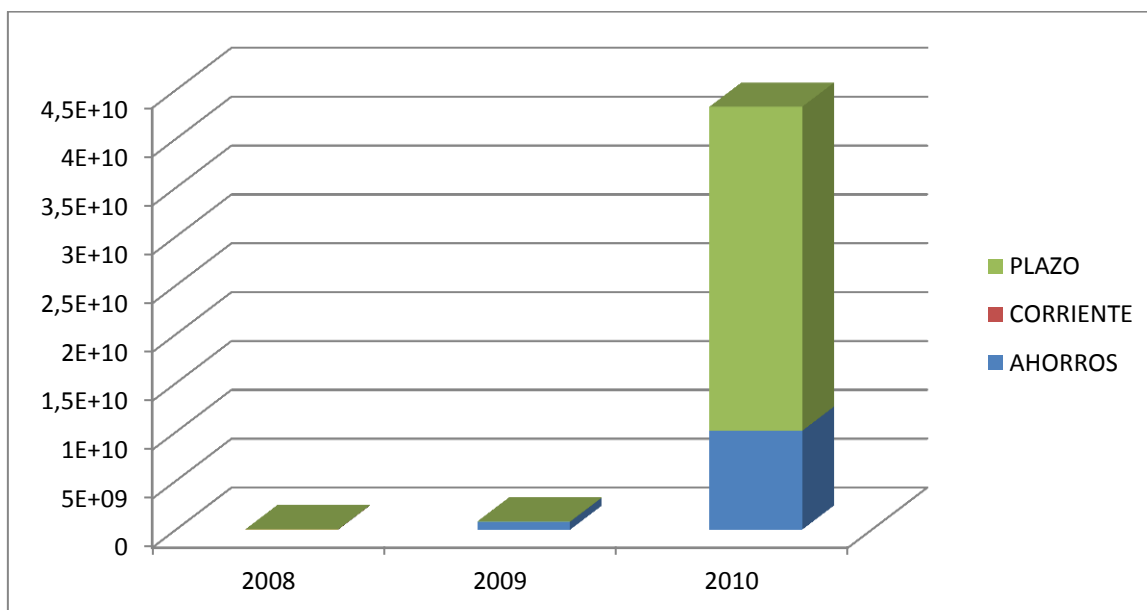
Cuadro N° 10: Captaciones Banca Privada 2008-2009-2010

Banca Privada	2008	2009	2010
Ahorros	7'670.573,01	819'688.263	10.118'599.510,00
Corriente	15'304.103,09		
Plazos	33'551.542,92	26'897.171,56	33.158'081.134,00

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 5: Captaciones Banca Privada 2008-2009-2010



Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaboración: Las autoras

La banca privada es considerada entre las instituciones financieras con mayor incidencia en el sistema financiero, quizás una de las razones de aquello es por la cantidad de bancos que existen tanto a nivel nacional como en la ciudad de Guayaquil.

La información recopilada a través de la Superintendencia de Bancos señala que existe un repunte muy significativo en lo que respecta a los depósitos de ahorros entre el año 2008 y el 2009, de este último año al 2010, se evidencia un crecimiento de los ahorros.

En lo que respecta a las cuentas corrientes, solamente se han obtenido datos en el año 2008, la base de datos de la SIB no establece información al respecto en los años subsiguientes.

Finalmente, los depósitos a plazo, mantienen esa tendencia considerable de crecimiento, eso sin lugar a dudas constituye una oportunidad para que los bancos dispongan de recursos en los plazos establecidos, existe una cierta seguridad en cuanto al tiempo de retiro de los fondos lo que posibilita a las autoridades de los bancos colocar dichos rubros en nuevos servicios o productos financieros.

b. Cooperativas de Ahorro y Crédito. Dentro de las funciones establecidas para las cooperativas de ahorro se encuentran las captaciones, esto lo realizan a través de los depósitos en cuenta de ahorro y los depósitos a plazo.

A continuación, se detallan algunos valores comprendidos en las cuentas antes señaladas.

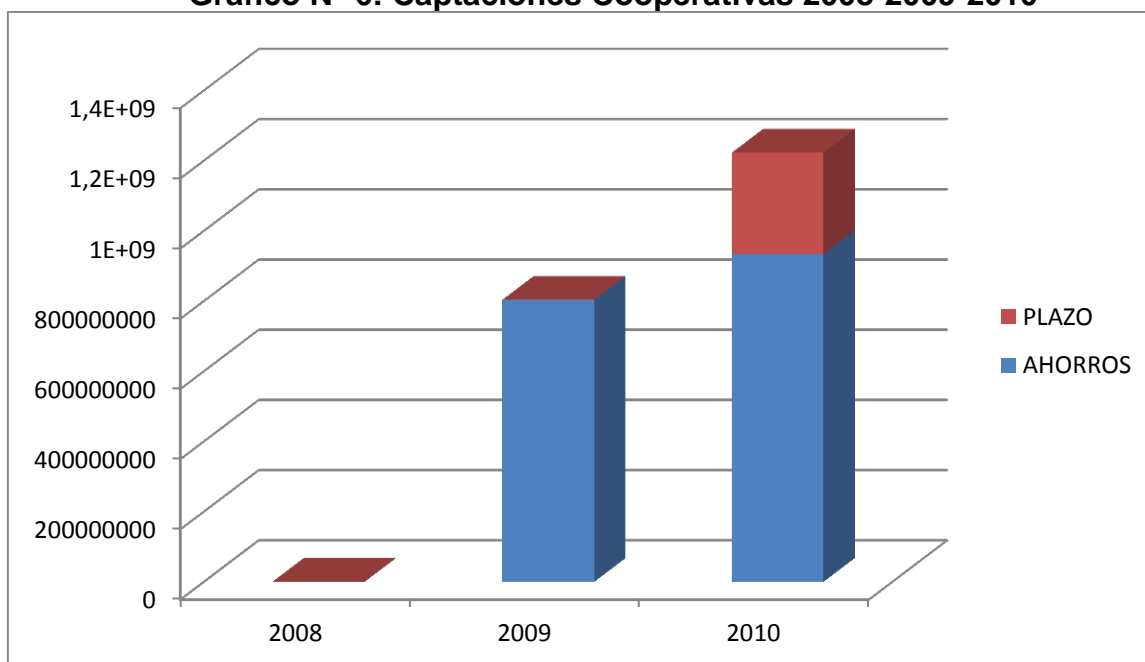
Cuadro N° 11: Captaciones Cooperativas 2008-2009-2010

Cooperativas de Ahorro	2008	2009	2010
Ahorros	742.947,03	803'575.714,00	934'381.606,00
Plazos	199.072,62	217.327,86	288'449.976,00

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 6: Captaciones Cooperativas 2008-2009-2010



Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaboración: Las autoras

El gráfico anterior, indica que en lo que respecta a los depósitos en cuenta de ahorros, del año 2008 al 2009 el incremento es totalmente considerable, eso significa que tanto las empresas como las personas tuvieron la capacidad de ahorrar, eso desde el punto de vista financiero es satisfactorio por cuanto se crea una expectativa de una posible inversión ya sea en bienes de capital, microempresa, etc. Al 2010, se mantiene un crecimiento, pero no muy significativo como en el 2009.

Los ahorros dentro de las cooperativas constituyen las captaciones más importantes, constituyen la fuente de ingresos principal para generar otros servicios que a mediano o largo plazo le permitan mejorar la rentabilidad de dichas instituciones.

Por otro lado, los depósitos a plazo también son componente importante dentro de los ingresos de las cooperativas, durante los años en estudio se observa un aumento enorme en dichos depósitos, seguramente la confianza y solvencia que han sostenido estas instituciones financieras además del control que mantiene la superintendencia de Bancos ha hecho que se obtengan buenos resultados para las cooperativas.

c. Mutualistas.- Al igual que las instituciones financieras antes señaladas, las mutualistas también obtienen captaciones a través de los depósitos en cuentas de ahorros y depósitos a plazo, es importante señalar que dentro de los principales servicios que ofrecen las mutualistas es la de ofrecer créditos para la vivienda, esto a partir de un saldo estable en las cuentas descritas (ahorros y plazo).

A continuación, se realizará un análisis evolutivo de las captaciones en las mutualistas.

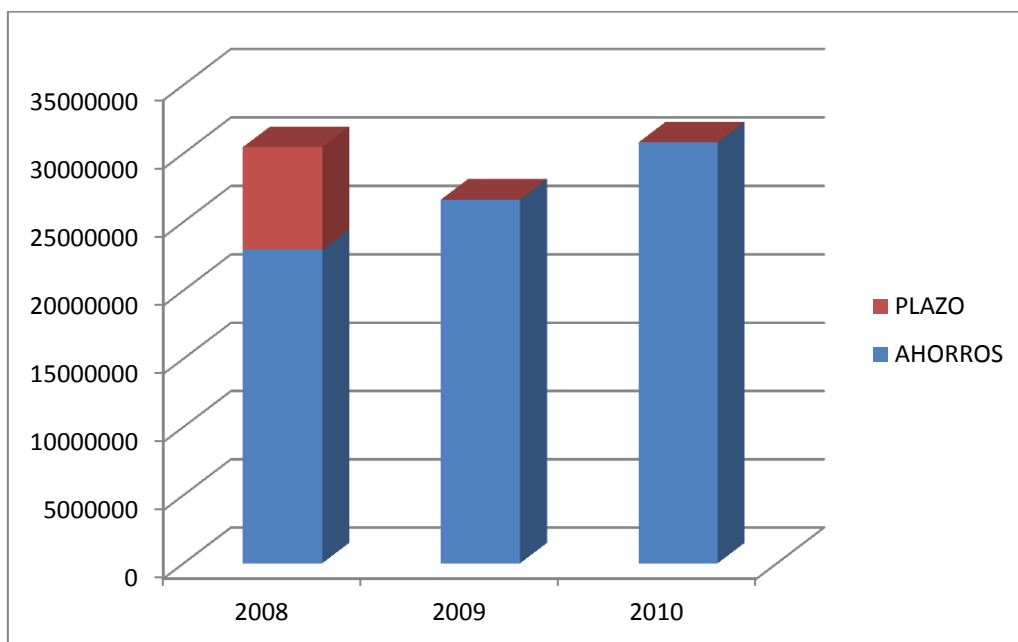
Cuadro N° 12: Captaciones Mutualistas 2008-2009-2010

Mutualistas	2008	2009	2010
Ahorros	22'940.238,38	26'615.793,00	30'792.244,00
Plazos	7'519.871,00	8.394,16	13.692,35

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 7: Captaciones Mutualistas 2008-2009-2010



Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaboración: Las autoras

Los depósitos en cuentas de ahorro se convierten en el rubro más importante para las mutualistas, estas captaciones les permitirán utilizar con cierta “cautela” dichos fondos en actividades rentables para la institución.

Durante los 3 años, se observa un crecimiento de los ahorros en forma proporcional de año a año, como señalamos anteriormente los ahorros posibilita a los socios tener una base para acceder a un crédito para adquirir o mejorar una vivienda.

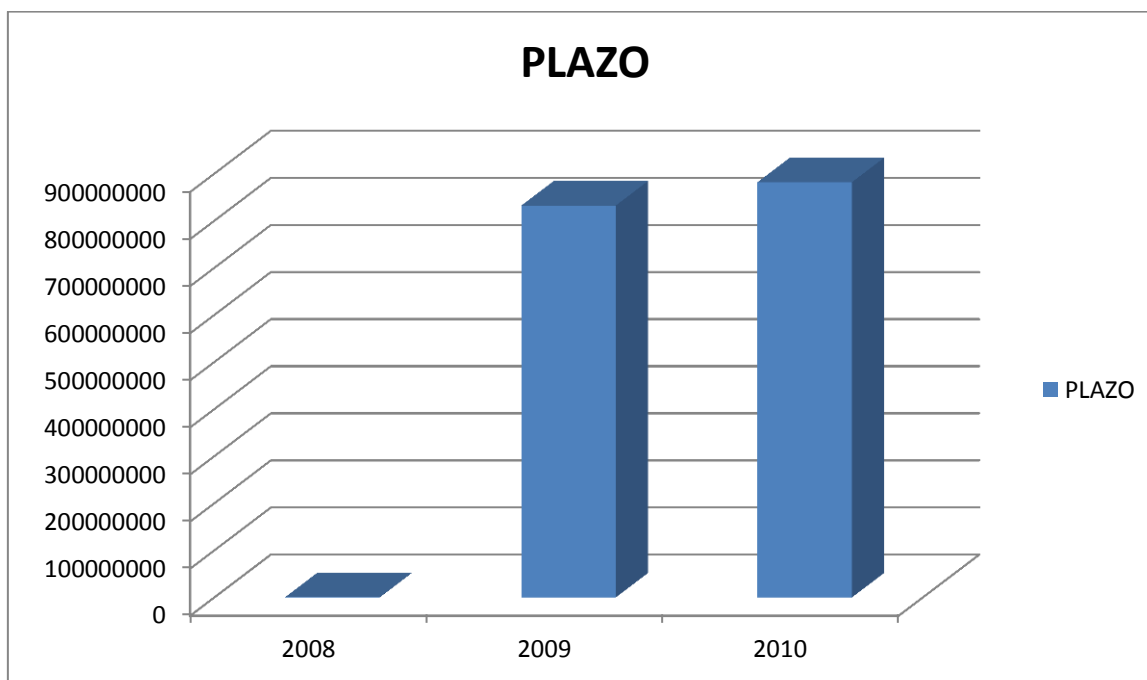
d. Sociedades Financieras.- Una de las características principales de las sociedades financieras es la captación de recursos únicamente a través de los depósitos a plazos, ante ello, se analizará cómo han evolucionado los depósitos en este tipo de cuentas.

Cuadro N° 13: Sociedades Financieras 2008-2009-2010

Sociedades Financieras	2008	2009	2010
Plazos	\$ 739.324,00	832'303.816,00	881'806.684,00

Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 8: Captaciones Sociedades Financieras 2008-2009-2010



Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaboración: Las autoras

Es evidente que durante el año 2009 evolucionaron notablemente los depósitos a plazo en las mutualistas, ello conlleva a que estos depósitos puedan ser utilizados para “inyectar” recursos a las zonas donde ofrecen sus servicios las instituciones financieras y así reactivas otras actividades productivas.

Sería interesante que todas las instituciones financieras que dispongan de una gran cantidad de recursos opten por una política crediticia que fomente las microempresas, las actividades agrícolas y la producción en general.

Es necesario que se establezcan tasas de interés atractivas, plazos de pagos a largo plazo y trámites administrativos mínimos para así acceder a un préstamo, de lo contrario de nada sirve disponer de una gran cantidad de dinero si los procedimientos para colocar los capitales no son los adecuados.

e. Banca Pública.- La banca pública tiene como finalidad ofrecer productos y servicios financieros a tasas de interés por debajo de otras instituciones financieras, esto lo realizan a través de captaciones en cuentas de ahorro, corriente y plazo.

Los datos que se presenta a continuación corresponden a los años 2008-2009 y 2010.

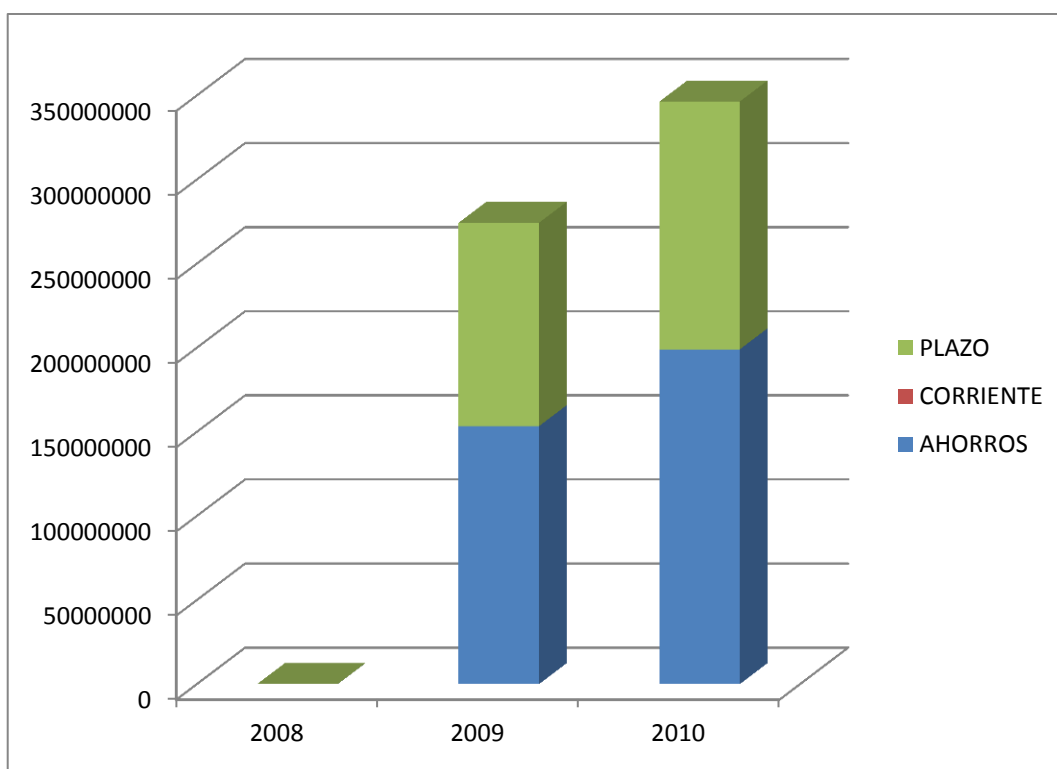
Cuadro N° 14: Captaciones Banca Pública 2008-2009-2010

Banca Pública	2008	2009	2010
Ahorros	7'670.573,01	819'688.263,00	10.118'599.510,00
Corriente	15'304.103,09		
Plazos	33'551.542,92	26'897.171,56	33.158'081.134,00

Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 9: Captaciones Banca Pública 2008-2009-2010



Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Las autoras

Al igual que en la banca privada, las cuentas corrientes solamente son consideradas en el año 2008, en los próximos años no existe información al respecto por lo que no es posible realizar un análisis.

En lo que se refiere a los depósitos en ahorros, del año 2008 al 2009 existe un aumento muy significativo, la inestabilidad política y legal del 2008 tal vez incidió para que los usuarios de la banca pública y en general de las instituciones financieras no tengan confianza para depositar su dinero en dichas instituciones, luego de que nuestro país ya estableció la nueva constitución a finales del 2008 se

observa que la población con una norma legal ya regulada comienza nuevamente a depositar sus ahorros tanto en la banca pública como en otras instituciones.

2.3. Evolutivo de colocaciones

Luego de que se ha analizado como ha sido la evolución de las captaciones de las diferentes instituciones financieras de la ciudad de Guayaquil, es necesario conocer el destino o colocación de los capitales de dichas instituciones, para ello, se realizará un análisis por tipo de cartera y por cada subsistema.

En el primer caso, el tipo de cartera se refiere a:

- Consumo.
- Comercio.
- Vivienda.
- Microcrédito.

a. Colocaciones 2008:

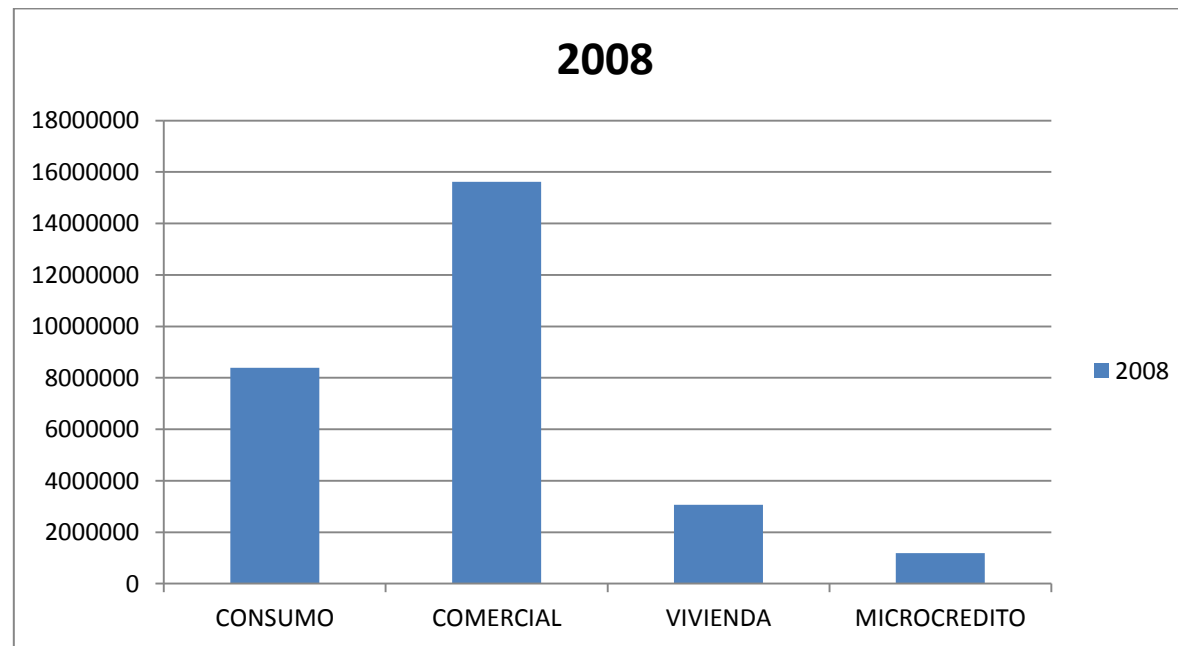
Cuadro N° 15: Colocaciones 2008

COLOCACIONES 2008						
	BANCOS PRIVADOS	COOPERATIVAS DE AHORRO	MUTUALISTAS	SOCIEDADES	BANCA PÚBLICA	TOTAL
CONSUMO	8'117.135,10	85.265,02	7.816,06	174.149,43	10.799,22	8'395.164,83
COMERCIAL	14'068.819,73	588,72	18.631,98	204.057,66	13'373.394,19	15'625.492,28
VIVIENDA	2'794.808,68	7.239,19	87.658,08	88.892,71	92.843,36	3'071.441,39
MICROCRÉDITO	1'051.258,45	28.472,49	0	22.143,29	87.061,08	1'188.935,31

Fuente: Anexos Colocaciones 2008

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 10: Colocaciones 2008



Fuente: Anexos Colocaciones 2008

Elaboración: Las autoras

La información establecida en el año 2008, refleja que los créditos destinados al comercio contemplan una mayor cantidad de recursos destinados a esta actividad. El comercio en la ciudad de Guayaquil es quizás una de las actividades que más impulsa el desarrollo social y económico de la ciudad., generando empleo, producción y así contribuyen al crecimiento económico de la región y del país.

Las instituciones financieras han colocado una cantidad de recursos importante al consumo, recordemos que el consumo es fundamental para que las empresas incrementen su producción y ello conlleva a mejorar algunas condiciones económicas como utilización de materia prima, mano de obra, etc.

b. Colocaciones 2009:

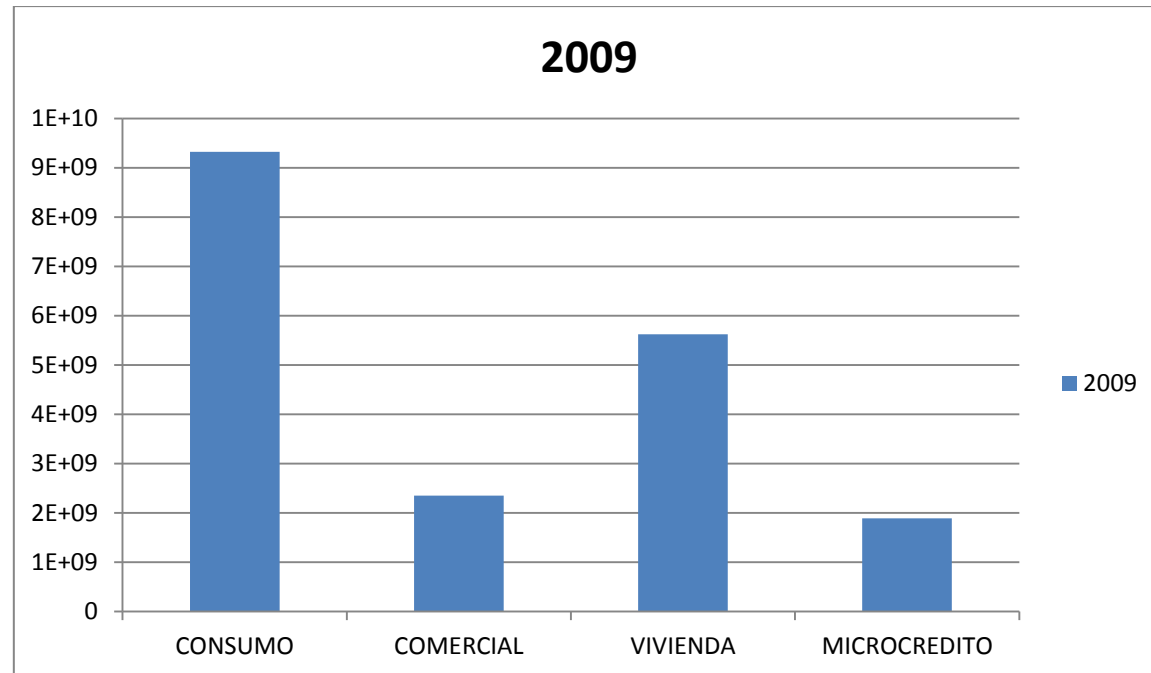
Cuadro N° 16: Colocaciones 2009

COLOCACIONES 2009						
	BANCOS PRIVADOS	COOPERATIVAS DE AHORRO	MUTUALISTAS	SOCIEDADES	BANCA PÚBLICA	TOTAL
CONSUMO	9.020'814.550	103'209.250	11'754.171	168'843.398	17'919.216	9.322'540.585
COMERCIAL	15.802'433.305	646.249	53'778.093	185'205.571	2.114'567.626	2.354'197.697
VIVIENDA	5.332'447.434	7'701.621	67'170.975	101'993.667	116'055.324	5.625'369.021
MICROCRÉDITO	1'241'610.914	322'871.622	0	20'549.177	302'229.307	1.887'261.020

Fuente: Anexos Colocaciones 2009

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 11: Colocaciones 2009



Fuente: Anexos Colocaciones 2009

Elaboración: Las autoras

En el año 2009, la tendencia cambio en cuanto a cartera de colocaciones, el consumo en este año capta gran cantidad de recursos de las instituciones financieras que prestan sus servicios en Guayaquil. Ya se ha señalado que el consumo es importante para que las industrias y empresas mejoren sus niveles de producción, y esto último es un paso trascendental para el crecimiento económico.

La vivienda tiene un repunte importante con respecto al 2008, esta actividad tiene un efecto económico muy importante como la generación de empleo y cuando la población tiene empleo obtiene ingresos que le permite satisfacer sus necesidades.

c. Colocaciones 2010:

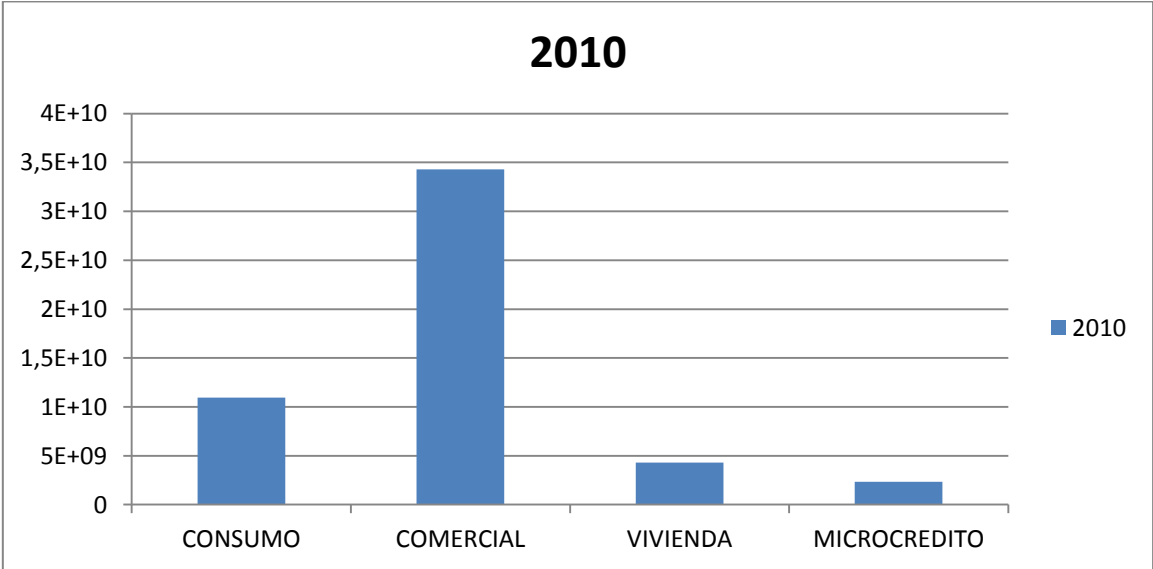
Cuadro N° 17: Colocaciones 2010

COLOCACIONES 2010						
	BANCOS PRIVADOS	COOPERATIVAS DE AHORRO	MUTUALISTAS	SOCIEDADES	BANCA PÚBLICA	TOTAL
CONSUMO	10.469'638.526	109'454.648,00	104'333.660	267'937.111	12'822.284	10.964'186.229
COMERCIAL	18.053'728.450	690.636,44	95'921.033	150'390.724,47	15.979'992.345	34.280'723.189
VIVIENDA	3.988'322.843	10'419.064,00	119'896.127	91'500.903,99	94'000.369,44	4.304'139.307
MICROCRÉDITO	1.278'834.563	329'692.351,00	0	17'585.663,35	715'921.883,99	2.342'034.461

Fuente: Anexos Colocaciones 2010

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 12: Colocaciones 2010



Fuente: Anexos Colocaciones 2010
Elaboración: Las autoras

En el año 2010, la mayor parte de créditos han estado destinados al comercio, eso implica que existió un mayor requerimiento por parte de los comerciantes para incrementar su mercadería, ampliar su cobertura de servicio (sucursales), importaciones, etc.

El consumo bajo considerablemente en este año, una de las causas pudo haber sido el incremento de las tasas de interés, disponibilidad de ahorros por parte de la población lo que disminuía el interés por acceder a un crédito, entre otras situaciones.

Finalmente, los créditos destinados a la vivienda también tuvieron un decrecimiento en el 2010, los efectos en este caso son negativos ya que, también disminuye la contratación de mano de obra, de materiales, etc.

2.3.1 Evolución de colocaciones por subsistema

El análisis que se realizará, considera las colocaciones que han realizado los bancos, cooperativas, mutualistas, sociedades financieras y la banca pública durante los años 2008, 2009 y 2010.

Se identificará que subsistema destina mayor cantidad de dinero a los diferentes tipos de carteras como: consumo, comercial, vivienda y microcrédito.

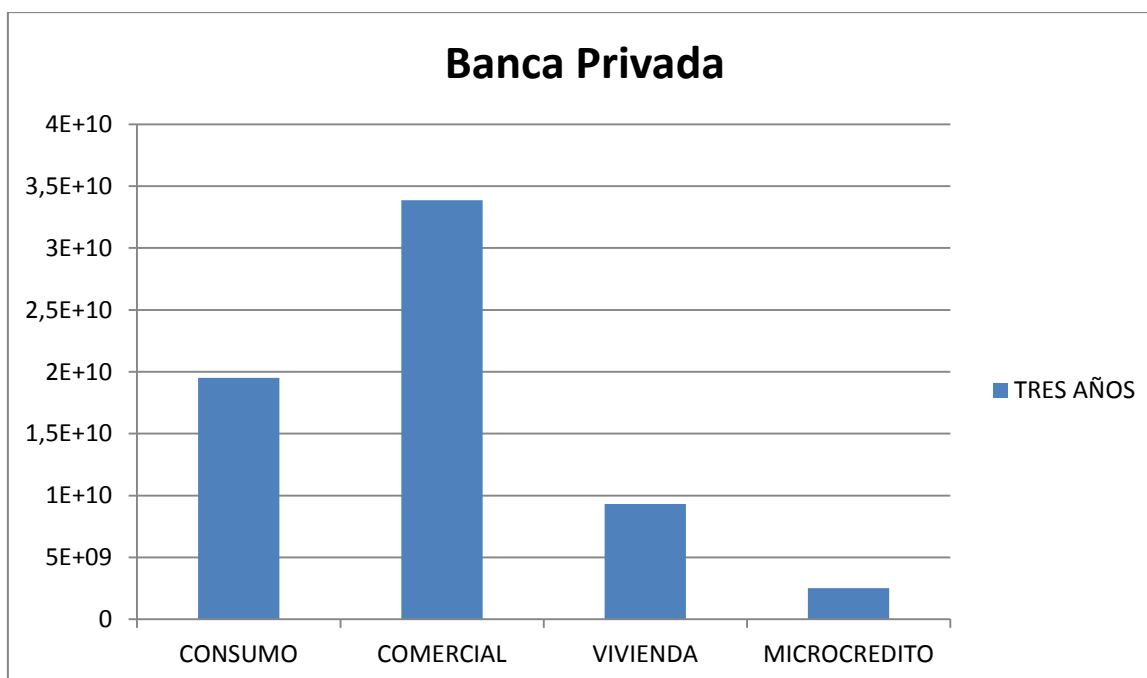
a. Bancos Privados.

Cuadro N° 18: Colocaciones Bancos Privados 2008-2009-2010

Banca Privada	2008	2009	2010	TOTAL
Consumo	8.117'135,10	9.020'814.550	10.469'638.526	19.498'570.211
Comercial	14'068.819,73	15.802'433.305	18.053'728.450	33.870'230.575
Vivienda	2'794.808,68	5.332'447.434	3.988'322.843	9.323'565.086
Microcrédito	1'051.258,45	1.241'610.914	1.278'834.563,55	2.521'496.736

*Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaboración: Las autoras*

Gráfico N° 13: Colocaciones Bancos Privados 2008-2009-2010



Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaboración: Las autoras

La banca privada durante los años 2008, 2009 y 2010 han colocado la mayor parte de sus capitales en créditos destinados al comercio, lo que evidencia que este sector fue inyectado financieramente y esto conlleva algunos efectos económicos y sociales positivos anteriormente mencionados.

En lo que respecta al consumo, la inversión de la banca privada también ha sido importante, especialmente durante los años 2009 y 2010.

En el caso del sector vivienda, es importante señalar que los bancos privados no son la principal fuente de recursos para este sector, esto debido a los plazos establecidos para el pago (mínimo), tasas de interés, etc.; el IESS que se ha convertido en el principal actor de los créditos hipotecarios y la población ve en esta institución la mejor opción para acceder a un crédito para vivienda.

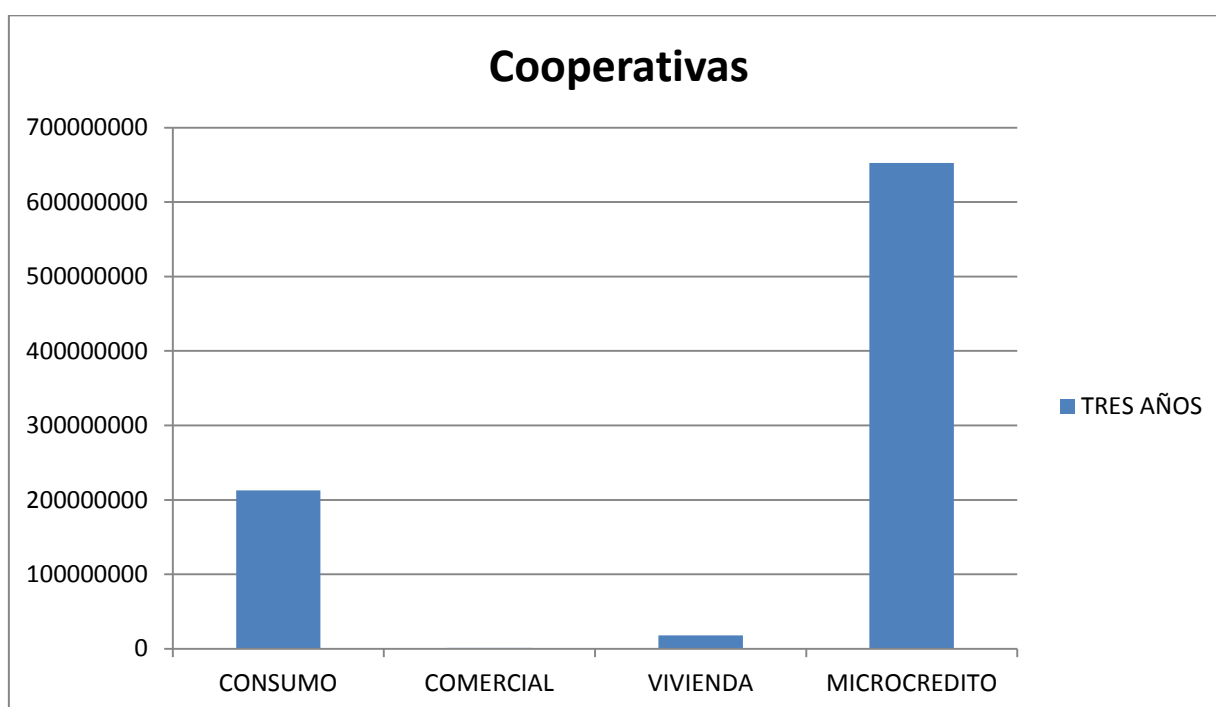
b. Cooperativas de Ahorro.

Cuadro N° 19: Colocaciones Cooperativas 2008-2009-2010

Cooperativas de Ahorro	2008	2009	2010	TOTAL
Consumo	85.265,02	103'209.250	109'454.648	212'749.163
Comercial	588,72	646.249	690.636,44	1.337'474,16
Vivienda	7.239,19	7'701.621	1'0419.064	18'127.924,2
Microcrédito	2.8472,49	322'871.622	329'692.351	652'592.445

*Fuente: Anexos colocaciones 2008-2009 y 2010
Elaboración: Las autoras*

Gráfico N° 14: Colocaciones Cooperativas 2008-2009-2010



*Fuente: Anexos colocaciones 2008-2009 y 2010
Elaboración: Las autoras*

En lo que respecta a las cooperativas de ahorro y crédito en la ciudad de Guayaquil, los datos son muy concluyentes al indicar que la mayor cantidad de dinero ha sido colocado o invertido en los microcréditos, dato que guarda mucha relación con una de las funciones de las cooperativas que es otorgar microcréditos a los cuales acceden muchas personas, por su facilidad para obtenerlo, como son cantidades pequeñas los socios optan por conseguir un préstamo.

La inversión en consumo es significativa pero no relevante, una de las razones que limita para que los socios de las cooperativas accedan a este tipo de créditos es el llamado “encaje”, que es una cantidad de dinero que debe tener el socio para obtener un crédito.

En cuanto a las colocaciones en vivienda y comercial los datos indican que estas carteras captan una cantidad de recursos no considerables, en ambos casos se pueden ver afectados por las elevadas tasas de interés que aplican las cooperativas tanto a vivienda como al comercio.

c. Mutualistas.

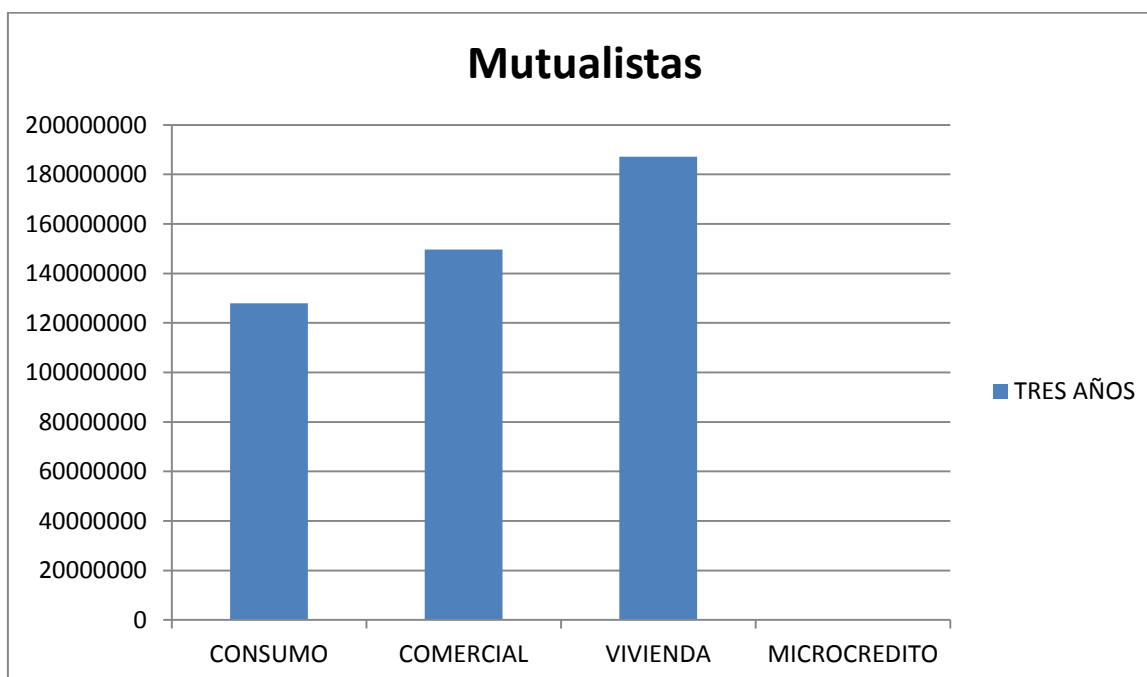
Cuadro N° 20: Colocaciones Mutualistas 2008-2009-2010

Mutualistas	2008	2009	2010	TOTAL
Consumo	7.816,06	117'541.171	10'433.360	127'982.347
Comercial	1.8631,98	53'778.093	95'921.033	149'717.758
Vivienda	8.7658,08	67'170.975	119'896.127	187'154.760
Microcrédito	0	0	0	0

Fuente: Anexos colocaciones 2008, 2009 y 2010

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 15: Colocaciones Mutualistas 2008-2009-2010



Fuente: Anexos colocaciones 2008, 2009 y 2010

Elaboración: Las autoras

Las mutualistas tienen una característica que las diferencia de otras instituciones financieras y es que concentran sus servicios en la colocación de recursos a la vivienda, los datos obtenidos durante los años en estudio (2008-2009-2010), señalan que la mayor parte de recursos han sido colocados en vivienda, siendo así, este sector permite que se generen fuentes de trabajo ocasionales, y esto es bueno para apoyar el desarrollo de la ciudad.

En cuanto a consumo y comercio, las cifras muestran una tendencia al aumento durante los 2 últimos años, esto es satisfactorio para los accionistas de las mutualistas, ya que, las carteras en mención son una oportunidad para ampliar sus inversiones.

d. Sociedades Financieras

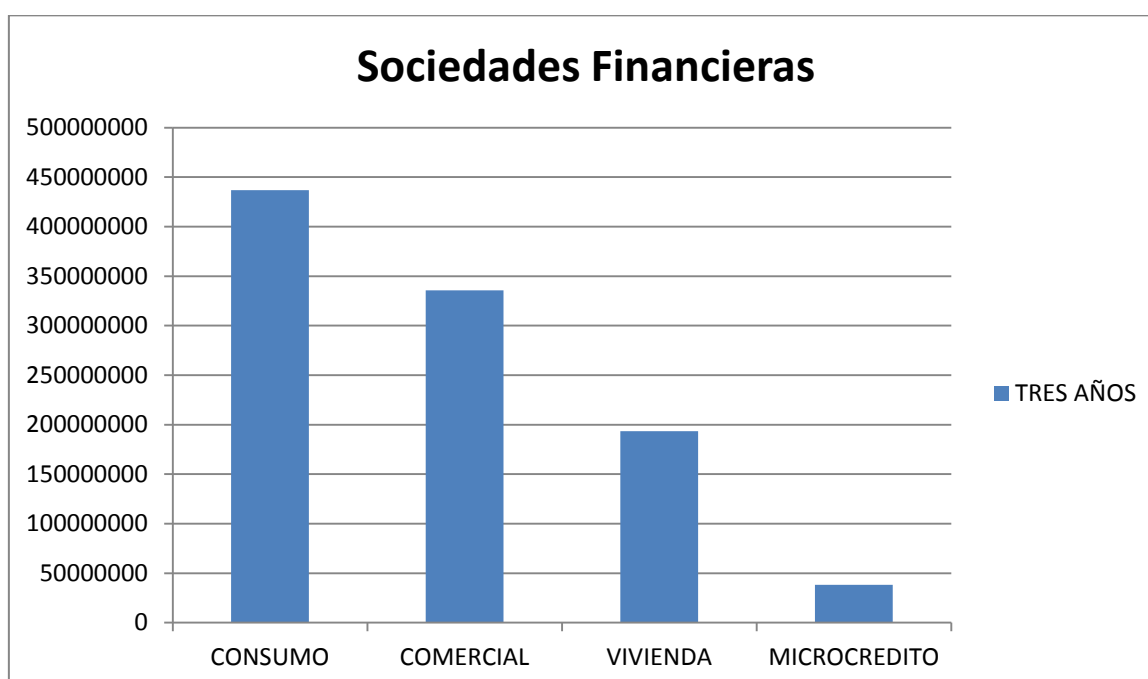
Cuadro N° 21: Colocaciones Sociedades 2008-2009-2010

Sociedades Financieras	2008	2009	2010	TOTAL
Consumo	174.149,43	168'843.398	267'937.111	436'954.658
Comercial	204.057	185'205.571	150'390.724	335'800.352
Vivienda	88.892	101'993.667	91'500.903	193'583.462
Microcrédito	22.143	20'549.177	17'585.663	38'156.983

Fuente: Anexos colocaciones 2008-2009 y 2010

Elaboración: Las autoras

Cuadro N° 16: Colocaciones Sociedades 2008-2009-2010



Fuente: Anexos colocaciones 2008-2009 y 2010

Elaboración: Las autoras

Las sociedades financieras también aportan positivamente al crecimiento y desarrollo de Guayaquil, al igual que otras instituciones financieras colocan sus recursos en diferentes actividades.

Según los datos recopilados desde el 2008 al 2010, las sociedades han otorgado mayor cantidad de recursos a la cartera de consumo, y en el último año el crecimiento es muy considerable, el consumo es importante siempre y cuando se genere más recursos para fomentar la producción.

El comercio también es un sector favorecido por las sociedades financieras, los datos indican que al igual que el consumo, el comercio ha tenido un repunte interesante durante el 2010, y como ya se ha indicado toda actividad que genere recursos es favorable para la ciudad de Guayaquil en este caso y del país.

Finalmente, los microcréditos no son un producto “estrella” de las sociedades, por cuanto los microcréditos se caracterizan por pequeñas cantidades y generalmente las sociedades financieras tienen como clientes a empresas grandes o socios con capitales importantes.

e. Banca Pública.

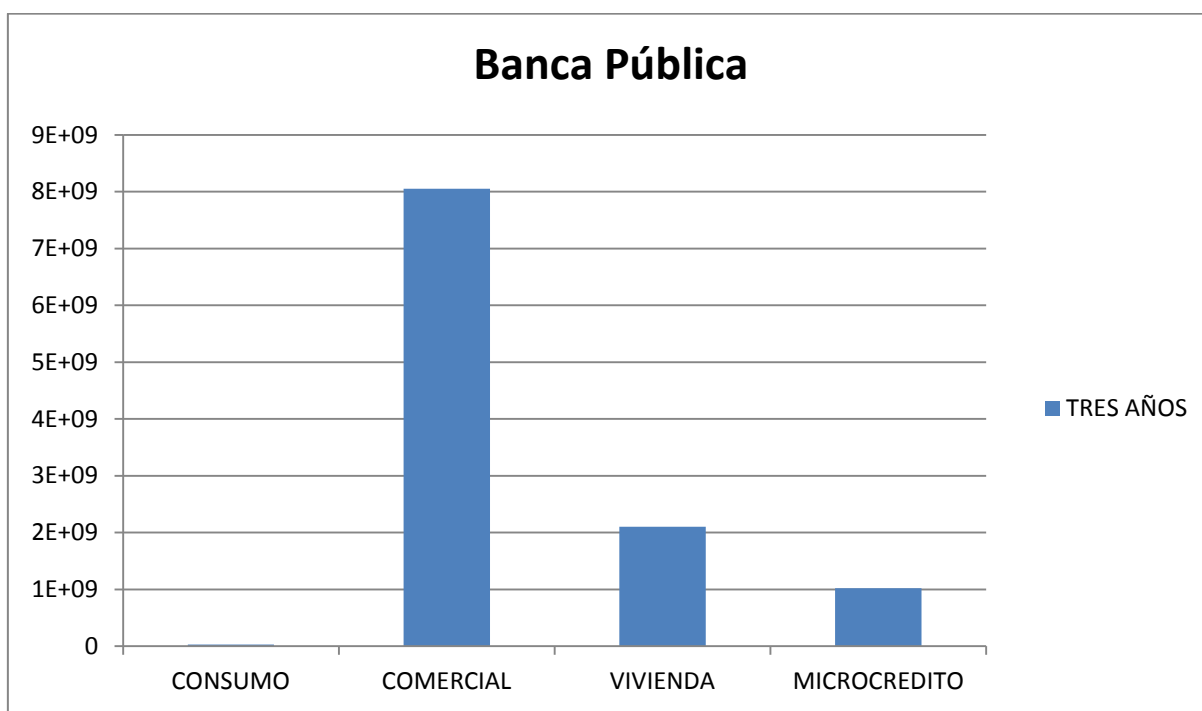
Cuadro N° 22: Colocaciones Bancos Públicos 2008-2009-2010

Banca Pública	2008	2009	2010	TOTAL
Consumo	10.799,22	17'919.216	12'822.284,12	30'752.299,3
Comercial	133.7394,19	2.114'567.626	5.979'992.345	8.095'897.365
Vivienda	92.843,36	116'055.324	94'000.369,44	210'148.537
Microcrédito	87.061,08	302'229.307	715'921.883	1.018'238.251

Fuente: Anexos colocaciones 2008-2009 y 2010

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 17: Colocaciones Bancos Públicos 2008-2009-2010



Fuente: Anexos colocaciones 2008-2009 y 2010

Elaboración: Las autoras

Las instituciones financieras que pertenecen al sector público, han colocado sus inversiones en mayor cantidad a la cartera comercial, esto se entiende, ya que como parte del estado y bajo las políticas crediticias del gobierno de turno la idea u objetivo es fomentar el comercio, ya que, esta actividad da paso a algunos factores positivos para la economía del país, entre los que se pueden destacar: empleo, uso de mayor cantidad de insumos, se fomenta las exportaciones, etc.

Las carteras de vivienda y microcrédito también cuentan con recursos importantes invertidos por la banca pública, el Banco Ecuatoriano de la Vivienda tiene como función específica colocar recursos para la generación de viviendas con lo cual se beneficia a una gran parte de la población que no dispone de una infraestructura para habitar, mejorando así las condiciones de vida.

2.4. Productos y Servicios Financieros.

Antes de empezar con el detalle de los productos y servicios financieros, es importante hacer conocer que se considerará únicamente a la Cooperativa Nacional para dicho análisis.

a. Cooperativa Nacional

PRODUCTOS									
CTA. DE AHORROS		DEPOSITO A PLAZO FIJO (**)						TARIFA MÁXIMA VIGENTE	
		De 1 a 30 Días	De 31 a 90 Días	De 91 a 180 Días	De 181 a 360	Días Mayor a			
TASAS DE INTERÉS EFECTIVAS ANUALES MÁXIMA A PAGAR POR MONTO (+++)	ENTRE 100,00 y 999.00	0.30%	NO APLICA	3.04%	3.55%	4.04%	5.00%		
	De 1,000.00 a 1,999.00	0.30.%	NO APLICA	3.04%	3.55%	4.04%	5.00%		
	De 2,000.00 a 2,999.00	0.30.%	NO APLICA	3.04%	3.55%	4.04%	5.00%		
	De 3,000.00 a 3,999.00	0.30.%	NO APLICA	3.04%	3.55%	4.04%	5.00%		
	De 4,000.00 a 4,999.00	0.30.%	NO APLICA	3.04%	3.55%	4.04%	5.00%		
MAS DE 5000.00	0.99%	NO APLICA	3.04%	3.55%	4.04%	5.00%			
MONTO DE APERTURA DE CUENTA		USD. 200	USD. 500	USD. 500	USD. 500	USD. 500	USD. 500		
TARIFAS POR SERVICIOS FINANCIEROS									
SERVICIOS FINANCIEROS SUJETOS A TARIFA MÁXIMA	TARJETAS DE DEBITO	EMISIÓN	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	USD. 5.15
		RENOVACIÓN ANUAL	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	USD. 1.85
		REPOSICIÓN	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	USD. 4.94
	TRANSFERENCIAS	ENVIADAS AL EXTERIOR	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	USD. 55.49
		RECIBIDAS DESDE EL EXT.	0.00	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	USD. 10.00
		INTERBANCA RIAS SPI.ENV.	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	USD. 2.15
		INTERBAN. SPI. ENV. INTER	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	USD. 0.50
		INTERBAN. SPI. RECIBIDAS	0.00	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	USD. 0.30
		NACIONALES OTRAS ENT.	0.00	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	USD. 0.20
		CHEQUES	COSTO POR UN CHEQUE	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA
	DEVUELTO NACIONAL	DEPEND E DEL BANCO, VALOR FIJO NO DETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	USD. 2.79
	DEVUELTO DEL EXTERIOR	DEPEND E DEL BANCO, VALOR FIJO NO DETERMINADO	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	USD. 3.24
	CERTIFICADO	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	USD. 2.50
	GERENCIA	0.00	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	USD. 0.50
	CAJEROS AUTOMÁTICOS	RETIRO DE CLIENTES DE LA PROPIA ENTIDAD EN CAJEROS AUTOMÁTICOS DE OTRAS ENTIDADES	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	USD. 0.50
	RETIRO DE	NO	NO	NO	NO	NO	NO	USD.	

		CLIENTES DE OTRAS ENTIDADES EN CAJEROS DE LA ENTIDAD	APLICA	APLICA	APLICA	APLICA	APLICA	APLICA	0.50
		IMPRESIÓN DE CONS.	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	USD. 0.35
ENTREGA DE ESTADO DE CUENTA	A DOMICILIO		NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	USD. 1.66
	EN LA ENTIDAD		NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	USD. 0.33
COSTO POR REPOSICIÓN DE LIBRETA POR PÉRDIDA, ROBO O DETERIORO		USD. 1.00	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	USD. 1.00
REFERENCIAS BANCARIAS		USD. 2.65	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	USD. 2.65
CORTE DE ESTADOS DE CUENTA		NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	USD. 1.83
TASAS DE INTERÉS									
SERVICIOS FINANCIEROS TARIFADOS DIFERENCIADOS	ACREDITACIONES	SERVICIO PAGO JUBILADOS	USD. 0.00	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	USD. 0.30

Fuente: www.coopnacional.com

La Cooperativa Nacional ofrece el producto de cuentas de ahorro con una gran aceptación de la mayoría de la población y su mantenimiento lo ejecutan a través de los microcréditos que otorgan.

En lo que refiere a servicios las transferencias lo prestan a los clientes para garantizar su seguridad en el traslado de efectivo. Además acogen la política del bono de desarrollo humano y las remesas del exterior.

CAPÍTULO

III

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

3.1. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PREFERENCIA DE PRODUCTOS FINANCIEROS.

El Sistema Financiero Ecuatoriano a través de sus componentes como: Bancos, Cooperativas, Mutualistas, Sociedades Financieras, Banca Pública, etc.; ofrecen una diversidad de productos y servicios financieros los mismos que están encaminados a satisfacer las necesidades de los usuarios en el ámbito financiero.

La Banca del nuevo milenio lleva consigo nuevos retos y cambios estructurales, debido que a la gran cantidad de competidores del sector imposibilita que nuevos productos y/o servicios, para diferenciar una institución de otras. Esto se debe que a los productos y/o servicios bancarios son esencialmente los mismos, por lo que se considera que el único elemento diferenciador en las entidades bancarias es la calidad con la que se brindan dichos productos o servicios.

La cartera de productos ofrecidos por las instituciones del sistema financiero coincide entre sí, aunque cada institución que los oferta, los adapta a las estrategias propias de cada institución, esto con la finalidad de lograr una ventaja competitiva.

La gran afluencia de clientes en las oficinas de servicios de las instituciones financieras y el aumento significativo que se ha producido en las tarifas de los servicios tienen como consecuencia quejas de los cliente y hasta cierto punto disminución de clientes o socios.

Otro factor importante a considerar, es la competencia entre marcas y productos de cada institución. En base a los servicios que prestan se trata de identificar qué tipo de productos o servicios prefieren los clientes.

A continuación se identifican algunos factores que inciden en la toma de decisiones en lo que respecta a los productos y servicios financieros que los usuarios desearían obtener.

- Tarifa o costo del producto o servicio ofrecido.

- Cobertura geográfica de la institución financiera.
- Solvencia.
- Confianza.
- Atención al cliente.
- Seguridad.
- Ingresos del cliente.

Los factores antes señalados, ya sea en mayor o menor grado intervienen a la hora de que los socios o clientes de las instituciones financieras decidan que producto o servicio van a utilizar, en cambio, los oferentes financieros deben conocer los gustos y preferencias de sus clientes y en base a ello ofrecer al mercado lo que realmente el clientes desea.

3.1.1. ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE TIPOS DE SUBSISTEMAS.

Tal como se lo señalo en el marco teórico de la presente investigación, el sistema financiero ecuatoriano tiene diversos actores o componentes. Para efectos del estudio desarrollado, se hará hincapié en los subsistemas existentes y dentro de éstos a cada institución financiera.

Luego de la investigación realizada en la Cooperativa Nacional en la ciudad de Guayaquil, se pudo obtener información relacionada con la preferencia de los usuarios o clientes respecto a que institución financiera prefiere, que tipo de producto o servicio, los canales de comunicación que utilizan, etc.

En base a dicha información, a continuación se realizará un análisis comparativo entre instituciones financieras, entre productos y/o servicios financieros. Esta información permitirá determinar las preferencias de los clientes, los aspectos que deben mejorar las instituciones y sobre todo contar con datos relevantes que a un mediano o largo plazo mejoren las condiciones de una actividad tan importante como lo es la financiera.

Con el estudio realizado y el proceso de la información damos paso al análisis de los mismos para conocer los resultados obtenidos en cada subsistema.

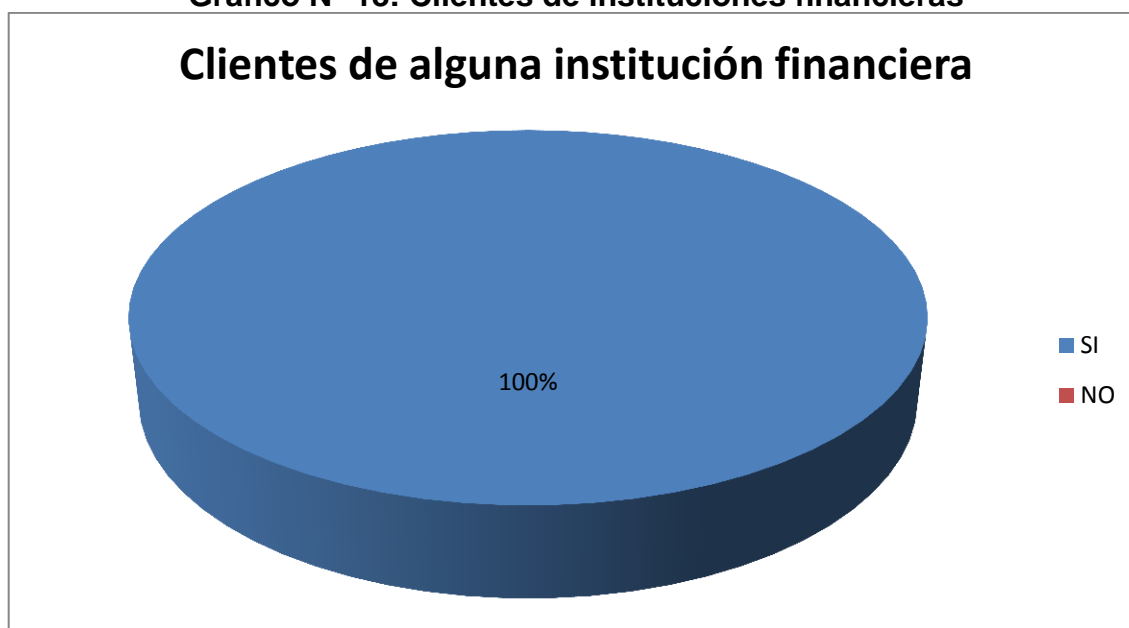
1. ¿Es cliente de alguna institución financiera?

Cuadro N° 23: Clientes de instituciones financieras

VARIABLES	N°	%
SI	220	100
NO	0	0
TOTAL	220	100

Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 18: Clientes de instituciones financieras



Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

La información obtenida, indica que el 100% de la población sostiene que pertenecen a alguna institución financiera, lo que evidencia que la gente tiene confianza en el sistema financiero a través de los diferentes subsistemas. Así mismo, se puede deducir, que los servicios y Productos que se ofrecen en las instituciones financieras atraen o motivan a los clientes a hacer uso de los mismos.

Por otro lado, también es importante señalar, que existen algunos factores que inciden para ser parte de una institución financiera, entre los que podemos señalar los siguientes:

- Variedad de productos y/o servicios financieros.
- Confianza del sistema financiero.
- Deseo de obtener algún rendimiento por su dinero invertido.

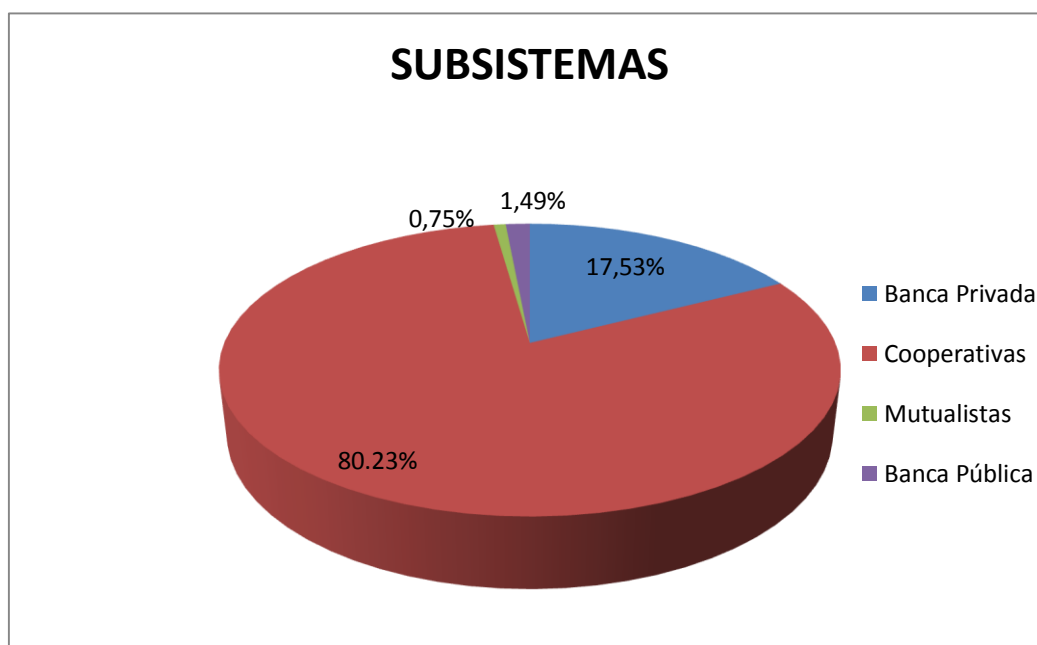
2. Preferencia entre Bancos, Cooperativas, Mutualistas y Banca Pública.

Cuadro N° 24: Preferencia entre instituciones financieras

SUBSISTEMAS	Nº	%
Banca Privada	47	17,53
Cooperativas	215	80,23
Mutualistas	2	0,75
Banca Pública	4	1,49
TOTAL	268	100

Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 19: Preferencia entre instituciones financieras



Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

Es necesario hacer conocer en el presente análisis, que la investigación se realizó en las instalaciones de la Cooperativa Nacional, situación que puede tener cierta influencia en los datos obtenidos.

Las cooperativas tienen la aceptación del 80,23% de la población, esta información indica que dichas instituciones tienen gran acogida, y entre las razones podemos señalar las siguientes:

- Trámites de acceso más fáciles.

- Montos mínimos para obtener una libreta de ahorros.
- Acceso a préstamos en menor tiempo.

Las cooperativas de ahorro hoy en día se han convertido en instituciones financieras que tienen una demanda considerable por las razones antes señaladas, sin embargo, no se debe olvidar que la mayor cantidad de captaciones se encuentran en la banca privada.

En lo que se refiere a la Banca Privada, el 17,53% de la población tienen preferencia a este sector o subsistema, lo que permite deducir, que a pesar de que la información fue obtenida entre los socios de una cooperativa también optan por los bancos privados para hacer uso de los productos y servicios financieros que estos ofrecen.

Las Mutualistas en cambio, abarcan un porcentaje mínimo del 0,75% de la población, nuevamente es importante señalar que dichas instituciones financieras tienen como línea específica de producto financiero los créditos destinados a la vivienda, y la población ecuatoriana en general y específicamente la Guayaquileña en la actualidad optan por el BIESS para acceder a los créditos hipotecarios esto debido a las bajas tasas de interés y los largos plazos para pagar la deuda.

3. ¿En la Banca Privada, que institución prefiere?

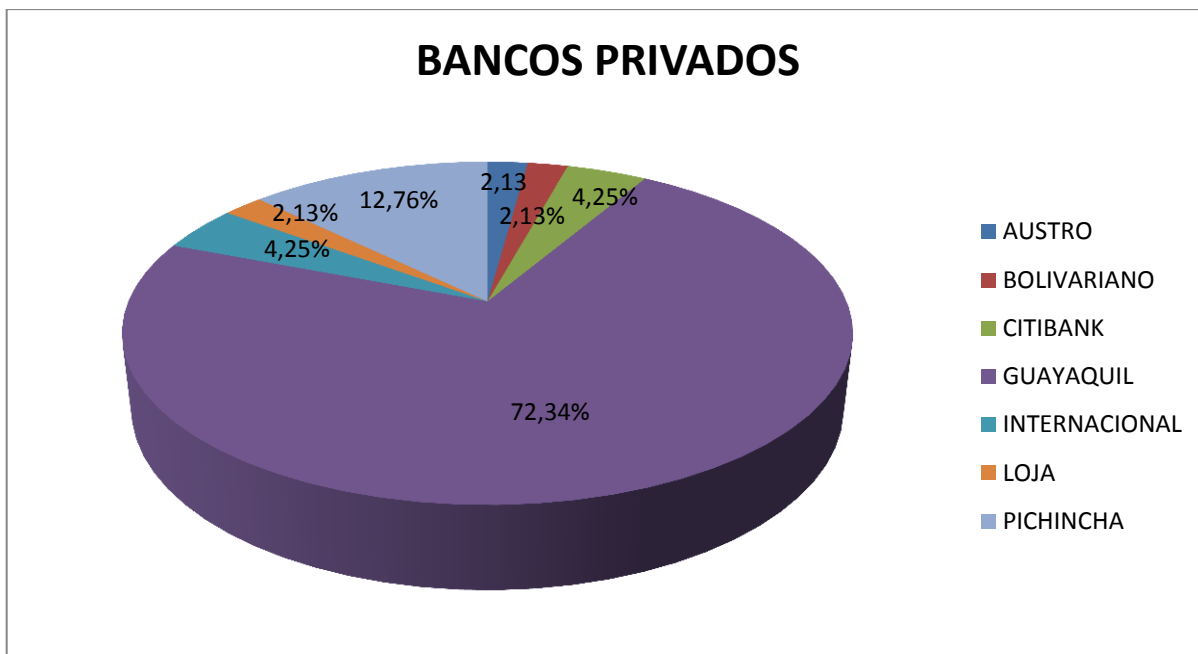
Cuadro N° 25: Preferencia entre Bancos

BANCOS PRIVADOS	Nº	%
AUSTRO	1	2,13
BOLIVARIANO	1	2,13
CITIBANK	2	4,25
GUAYAQUIL	34	72,34
INTERNACIONAL	2	4,25
LOJA	1	2,13
PICHINCHA	6	12,76
TOTAL	47	100

Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 20: Preferencia entre Bancos



Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

Dentro de los Bancos Privados se observa que el Banco de Guayaquil muestra una gran ventaja en la plaza de Guayaquil, con un 72.34% de aceptación en relación al resto de competidores del sistema financiero, otras instituciones como el banco Pichincha, Bolivariano, Citibank, Internacional y Loja según la información obtenida tienen un porcentaje reducido de clientes, lo que implica que sus productos y servicios financieros pueden tener una escasa demanda.

Con estos datos se puede indicar que el Banco de Guayaquil por ser una institución local cuenta con la confianza y lealtad de los habitantes de esta ciudad, a pesar de ello, las otras instituciones deben trabajar fuertemente en tratar de posicionar primeramente la marca de la empresa y luego los productos y/o servicios que ofrecen.

El Banco de Pichincha a pesar de ser una institución líder a nivel nacional, en la ciudad de Guayaquil se encuentra en una fase de posicionamiento total, para ello, se ha podido observar a través de los medios de comunicación una campaña publicitaria donde hace conocer su gran variedad de servicios y productos, su gran infraestructura tecnológica que es un factor trascendental en este tipo de actividad y

finalmente una estrategia de ayuda social que hace que la población se motive y estimule por acceder o ser parte de esta empresa.

4. ¿Dentro de las cooperativas, que institución prefiere?

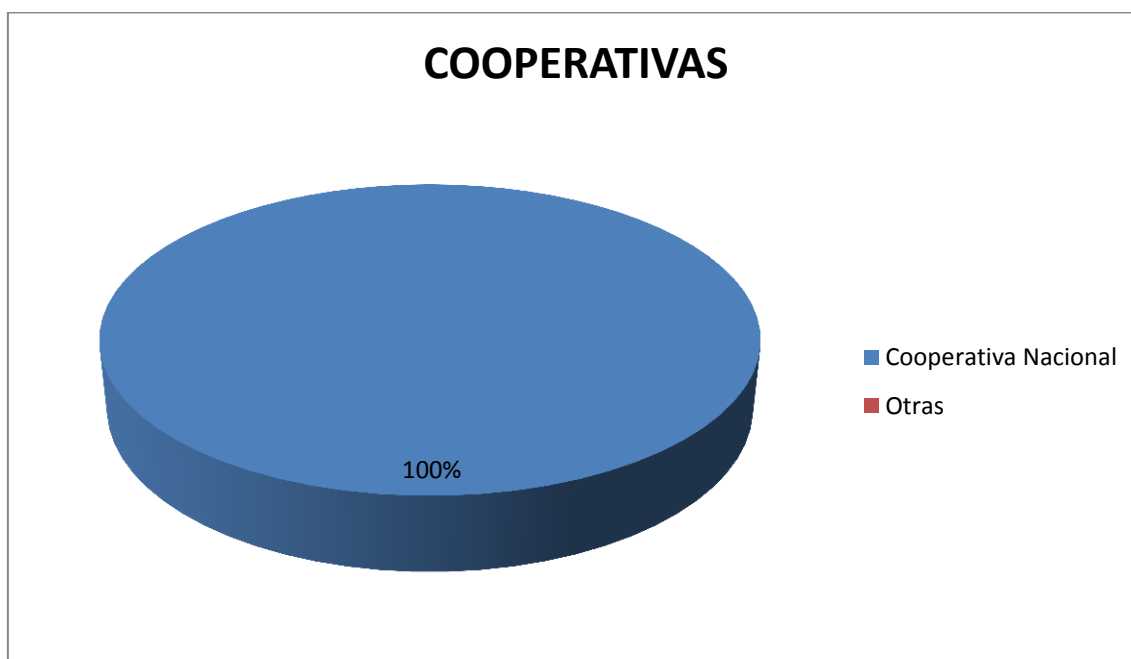
Cuadro N° 26: Preferencia entre Cooperativas

Cooperativas	Nº	%
Cooperativa Nacional	215	100
Otras	0	0
TOTAL	215	100

Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 21: Preferencia entre Cooperativas



Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

Dentro de la preferencia en cuanto a las cooperativas, es notorio que el 100% la población investigada señala que la Cooperativa Nacional cuenta con la confianza de la población guayaquileña, lo que implica que es necesario que dicha institución permanentemente evalúe la atención que brinda a sus socios para de esta manera mantener la lealtad y confianza de clientes y así satisfacer sus necesidades.

Por otro lado, también es importante señalar que la Cooperativa Nacional a través de sus directivos han realizado las gestiones necesarias ante los organismos de control

y regulación del sistema financiero ecuatoriano como lo es la Superintendencia de Bancos su transformación pasó a constituirse en un Banco privado, proceso que se encuentra en su fase final.

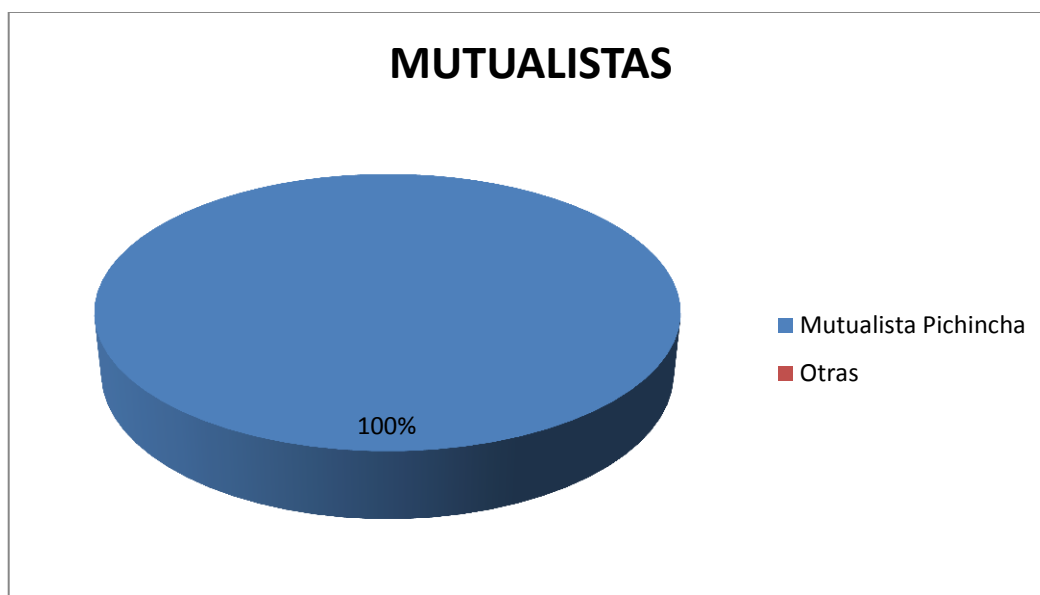
5. En las mutualistas, qué institución prefiere.

Cuadro N° 27: Preferencia entre Mutualistas

MUTUALISTA	Nº	%
Mutualista Pichincha	2	100
Otras	0	0
TOTAL	2	100

Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 22: Preferencia entre Mutualistas



Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

De acuerdo a la información recopilada, la totalidad de la población, mantiene preferencia por la mutualista pichincha, esto debido a la gama de productos y servicios financieros que ofrece dicha institución. Es importante indicar que tal como se lo indico en el marco teórico de la presente investigación las mutualistas tienen como producto específico el otorgar créditos para vivienda, siendo este un atractivo para muchos quienes carecen de este bien y encuentran en este de tipo de instituciones los productos y servicios que requieren como clientes.

Sin embargo, el producto estrella de las Mutualistas como lo son los créditos hipotecarios o de vivienda en la actualidad se han incrementado pero a través de otras instituciones financieras del sector público específicamente del Banco del Seguro Social, quién se encuentra en una fase de introducción al mercado de dicho producto con tasas de interés muy por debajo de la banca comercial y con plazos de pago considerables que van hasta los 25 años, factores que muy difícilmente lo puede otorgar cualquier institución del sector privado.

6. ¿En la banca pública, que institución prefiere?

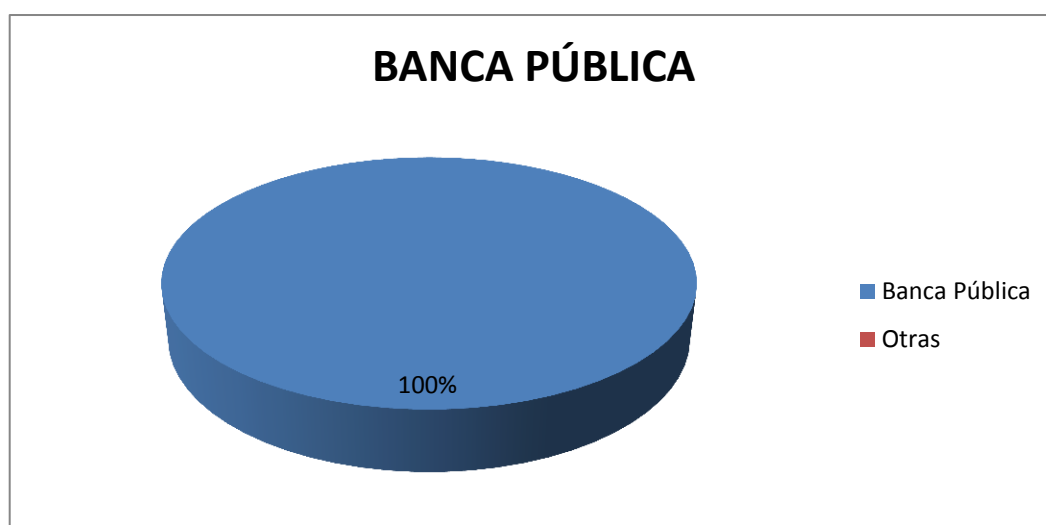
Cuadro N° 28: Preferencia entre bancos públicos

BANCOS PÚBLICOS	N°	%
Banco Fomento	4	100
Otras	0	0
TOTAL	4	100

Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 23: Preferencia entre bancos públicos



Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

En lo que respecta a las instituciones financieras del sector público, el Banco de Fomento tiene la totalidad de la aceptación, quizás esto sea entendido por los “bajos costos” que tiene la institución en comparación con los demás componentes del sistema financiero.

Así mismo, es importante señalar que en el sector público, únicamente el Banco Nacional de Fomento cumple con funciones de tipo abierto a todo el público para ofertar créditos, transferencias, giros, etc. Aquí, es necesario dar a conocer en el presente análisis que el BF dentro de sus funciones específicas es atender las necesidades del sector agropecuario, microempresarios, y préstamos de consumo sin embargo no cuenta con una gran aceptación de la gran mayoría de la población, esto se debe a los largos trámites administrativos y legales que deben cumplir los usuarios para poder acceder a sus productos.

Por otro lado, a través de los medios de comunicación se ha podido conocer los diferentes problemas que afectan a los clientes de este Banco, problemas que sin lugar a dudas minimizan el potencial de una institución que en teoría debe ser el motor impulsador de las actividades agropecuarias del país.

Otras instituciones como la Corporación Financiera Nacional (CFN), Banco del Estado (BE), Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV), mantienen actividades que se enfocan al trabajo con Municipios, Consejos Provinciales, etc.

3.1.2. ESTUDIOS COMPARATIVO ENTRE PRODUCTOS Y SERVICIOS.

Luego de conocer las preferencias en lo que respecta a qué tipo de institución financiera mantiene los usuarios del sistema financiero, también es importante determinar cuáles son los productos y servicios que más demandan los clientes, los factores que motivan su uso y finalmente las diferencias que existen entre cada producto y/o servicio.

Ofertar los productos y/o servicios financieros constituye para las instituciones financieras la oportunidad para incrementar el número de clientes o socios y así mejorar la rentabilidad de los accionistas, aspecto que es común en toda actividad empresarial.

Las instituciones en mención, deben permanentemente establecer la forma o estrategia de cómo hacer que su oferta financiera tenga la acogida o aceptación del mercado, como establecer la ventaja competitiva que les permita diferenciarse del resto y principalmente como reducir los costos y de esta manera ofrecer sus productos a precios atractivos.

El análisis realizado consiste primeramente en conocer o identificar qué tipo de producto prefieren los clientes y las razones para aquello.

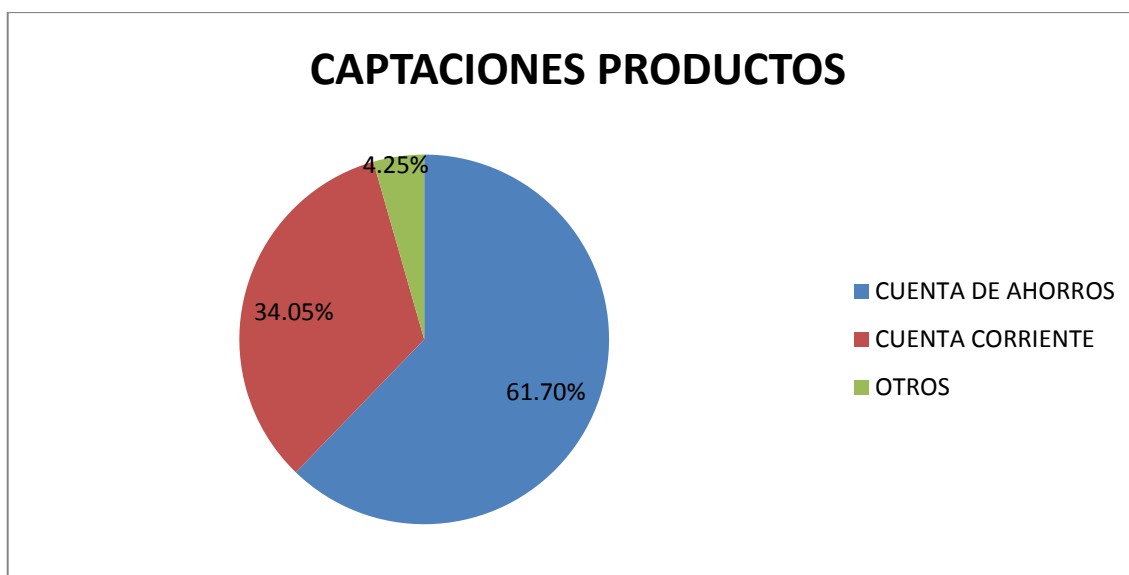
PRODUCTO DE MAYOR PREFERENCIA EN LA BANCA PRIVADA

Cuadro N° 29: Preferencia en las Captaciones de los Bancos

PRODUCTOS	Nº	%
Cuenta de Ahorros	29	61.70
Cuenta Corriente	16	34.05
Otros	2	4,.25
TOTAL	47	100

Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 24: Preferencia en las Captaciones de los Bancos



Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

En lo que respecta a las captaciones que realizan los bancos en la ciudad de Guayaquil, la población se inclina por las cuentas de ahorros con el 61.7%, este dato permite deducir que los clientes de los bancos privados prefieren por “guardar” su dinero en una cuenta de ahorros o depósito a la vista, ya que una de las características de este tipo de ahorro es que existe libertad para en cualquier momento disponer de su dinero. En cambio para los bancos, los recursos disponibles en ahorros deben ser manejados con mucha precaución, ya que si el cliente desea retirar su dinero y la institución lo ha utilizado en créditos u otras operaciones y no existe la disponibilidad inmediata puede ocasionar problemas muy

graves como la desconfianza y ello ocasionaría el retiro masivo de fondos y posteriormente la quiebra del banco.

Por otro lado, el 34.05% de la población hacen uso de las cuentas corrientes, la información señalada expresa que un porcentaje mínimo de clientes optan por este tipo de captación, entre las posibles causas de aquello podemos señalar:

- Apertura de chequera para retiro de sus fondos.
- Mayor cantidad de trámites administrativos.
- Costos adicionales del servicio.

Las cuentas corrientes son preferidas por las empresas, instituciones, organizaciones, etc., el cheque se ha convertido en uno de los principales instrumentos para realizar pagos tanto a proveedores o empleados.

Otro grupo minoritario de la población en cambio, prefieren las pólizas de acumulación y obtener un crédito para la vivienda.

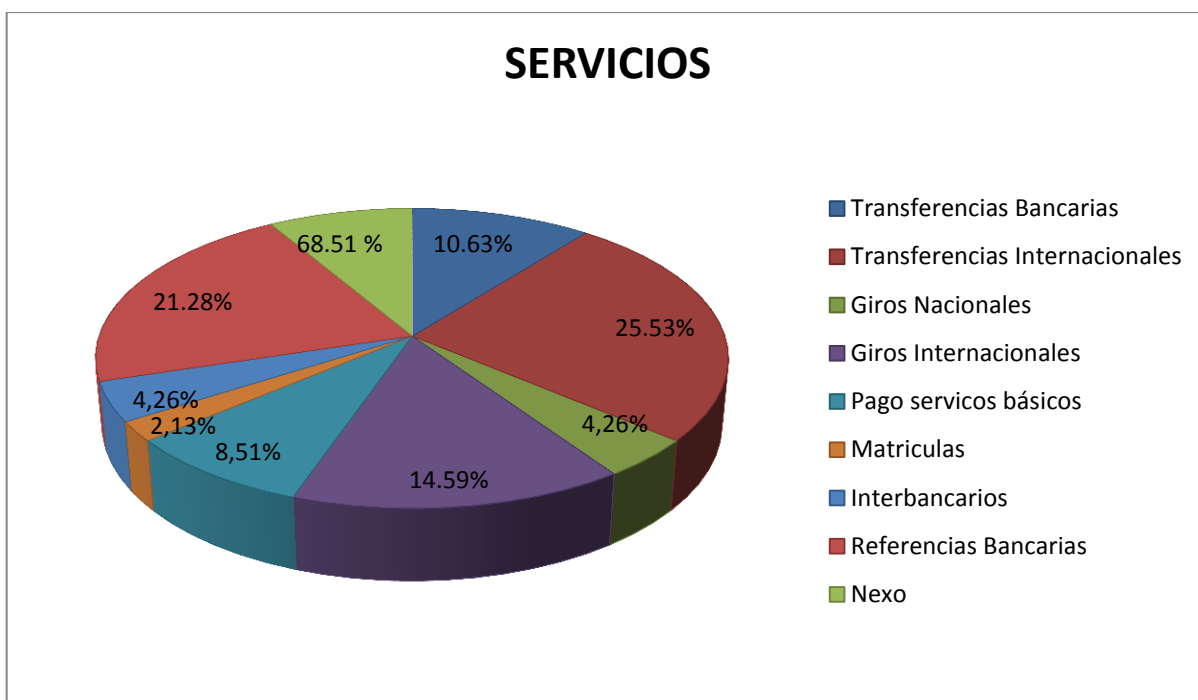
SERVICIOS DE MAYOR PREFERENCIA EN LOS BANCOS

Cuadro N° 30: Servicios con mayor preferencia en los Bancos

SERVICIOS	Nº	%
Transferencias. Bancarias	5	10.63
Transferencias Internacionales	12	25.53
Giros Nacionales	2	4.26
Giros Internacionales	7	14.89
Pago de servicios básicos	4	8.51
Pago de Matrículas	1	2.13
Interbancarios	2	4.26
Referencias Bancarias	10	21.28
Nexo	4	8.51
TOTAL	47	100

*Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras*

Gráfico N° 25: Servicios con mayor preferencia en los Bancos



Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

Dentro de los servicios que ofrece la banca, las transferencias internacionales son los que captan la mayor preferencia de los usuarios, así lo expresan el 25.63% de la población investigada. Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), existe un número considerable de ecuatorianos residentes en el exterior por diversas razones tales como: trabajo, educación, salud, etc, esto hace que los bancos se conviertan en instrumentos para realizar giros de dinero a nivel internacional, esto es positivo para nuestra economía, ya que, las remesas de los ecuatorianos en el exterior se han convertido en uno de los principales ingresos que tiene nuestro país.

Otros servicios que tiene gran demanda para los clientes de los bancos son los giros internacionales (14.89%) y las transferencias bancarias con un porcentaje de aceptación del 10.63% de la población. La inseguridad que tiene nuestro país y específicamente la ciudad de Guayaquil es una de las principales razones para que hoy en día se utilice las transferencias bancarias para llevar a cabo algunas actividades como: pago de salarios, pago de proveedores, etc. Evitar las largas colas y la pérdida de tiempo también son causas que influyen en la aceptación importante de este servicio.

Finalmente, servicios como: el uso de la tarjeta de débito NEXO y el pago de matrículas también tienen la preferencia en menor porcentaje por la población, es importante señalar que en el primer caso (tarjetas NEXO), dicho servicio es otorgado por redes de instituciones financieras con cobertura nacional, convirtiéndose en la actualidad en un servicio muy necesario para la disponibilidad inmediata de efectivo.

PRODUCTOS DE MAYOR PREFERENCIA DE LAS COOPERATIVAS

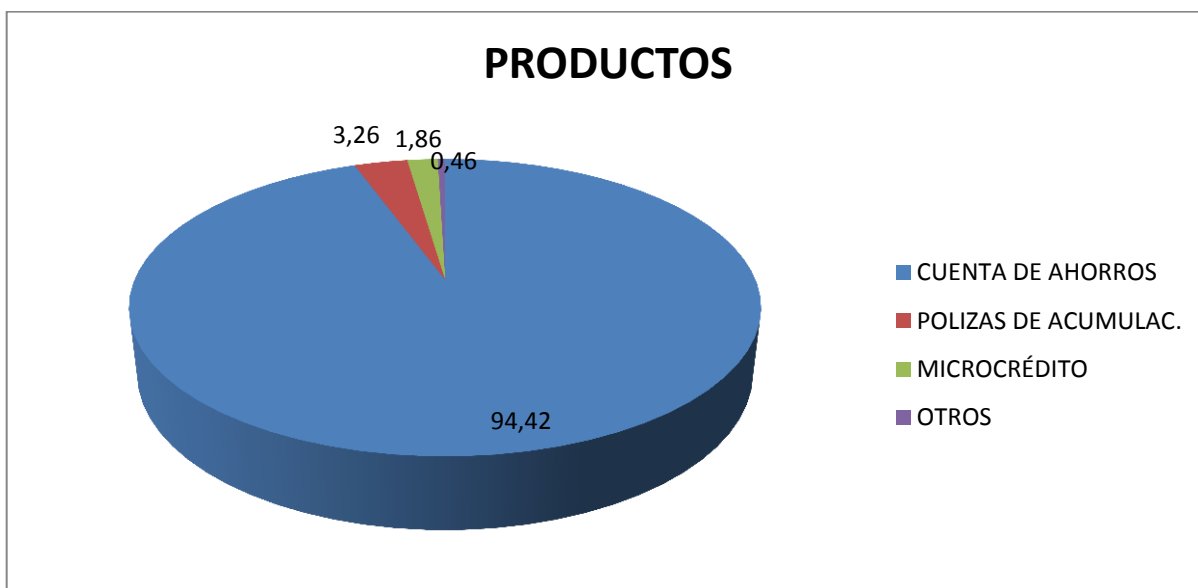
Cuadro N°: 31: Productos con mayor preferencia en las Cooperativas

PRODUCTOS	Nº	%
Cuenta de Ahorros	203	94.42
Pólizas de Acumulación	7	3.26
Microcrédito	4	1,86
Otros	1	0,46
TOTAL	215	100

Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 26: Productos con mayor preferencia en las Cooperativas



Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

Entre los servicios que ofrecen las cooperativas, las cuentas de ahorro son las que tienen la aceptación de la gran mayoría de la población, así lo expresa el 94.42% de los investigados.

La mayoría de la población ecuatoriana mantiene una cuenta de ahorros en forma temporal, ya que sus ingresos no les permiten colocar sus recursos a largo plazo, es decir, solamente se ahorra el dinero para paulatinamente ir sacando sus fondos para cubrir sus necesidades como: alimentación, vivienda, salud, educación, etc.

En el subsistema de las cooperativas de ahorro y crédito, las cuentas de ahorro se convierten quizás en el principal generador de recursos para dichas instituciones, esto debido a que la mayoría de los socios hacen uso de este producto.

Por otro lado, también existen clientes que tienen preferencias por otros productos como los microcréditos, los mismos que son utilizados para cubrir ciertas emergencias familiares o de las microempresas.

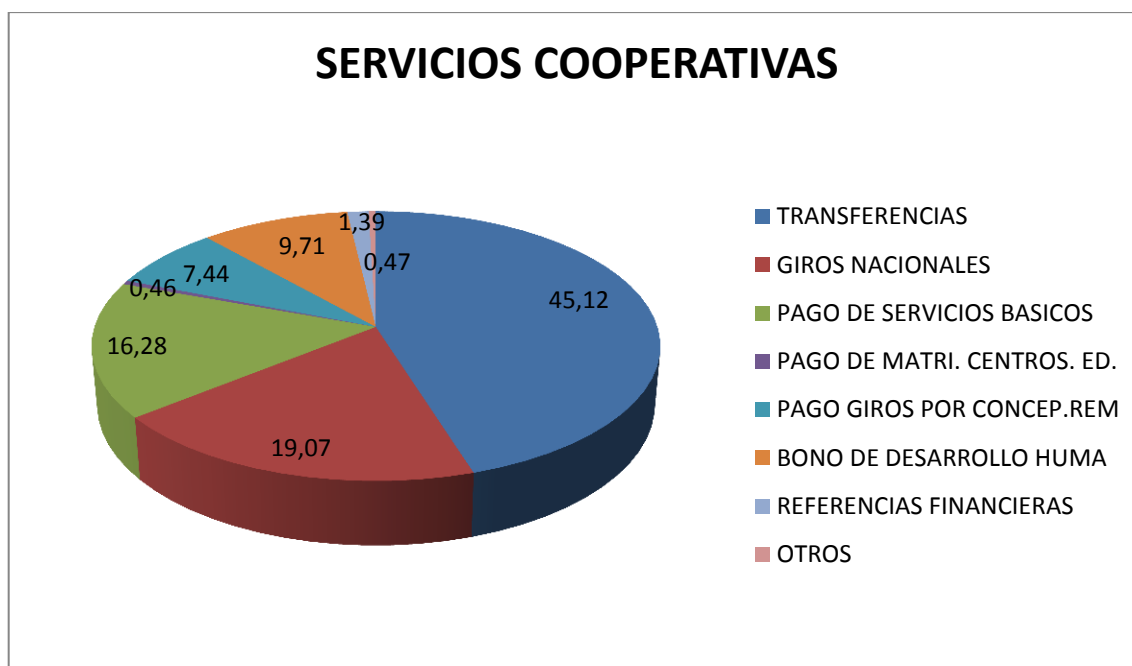
SERVICIOS DE MAYOR PREFERENCIA EN LAS COOPERATIVAS.

Cuadro N° 32: Servicios con mayor preferencia en las Cooperativas

SERVICIOS	Nº	%
Transferencias	97	45.12
Giros Nacionales	41	19,07
Pago de Servicios Básicos	35	16.28
Pago de Matrículas de Centros Educativos	1	0,46
Pago Giros por Remesas	16	7,44
Bono de Desarrollo Humano	21	9,77
Referencias Financieras	3	1,39
Otros	1	0,47
TOTAL	215	100

Fuente: La Investigación
Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 27: Servicios con mayor preferencia en las Cooperativas



Fuente: La Investigación
Elaboración: Las Autoras

Con respecto a los servicios que ofrecen las cooperativas, las transferencias constituyen el servicio que tiene mayor aceptación, así lo han expresado el 45.12% de la población. Con respecto a aquello, se puede indicar que la tecnología (internet, intranet, cuentas digitales, etc.) ha dado paso al incremento del uso de las transferencias, aspectos de seguridad, tiempo, facilidad y rapidez inciden en una mayor demanda.

Los giros nacionales también tienen preferencia muy importante, así lo expresan el 19.07% de los usuarios, este tipo de servicio, es muy utilizado, por cuanto el mecanismo de este servicio permite realizar transferencias con más rapidez, cualidad que necesitan los clientes.

Los giros por las remesas que se realizan tanto del exterior hacia el país y viceversa, también tienen una aceptación considerable, ya que, el 7,44% de la población indica que es el servicio que con mayor frecuencia utilizan. Ya se ha señalado anteriormente, que debido a múltiples aspectos (trabajo, educación), un porcentaje considerable de habitantes del país han emigrado en busca de un ingreso importante, parte de esos ingresos son enviados a sus familiares en el Ecuador a través de las cooperativas de ahorro y crédito.

El pago de los servicios básicos también constituye un servicio con una demanda considerable (16,28%), esto se debe, a que el usuario puede simultáneamente sacar su dinero y cancelar el pago de luz, telefonía convencional; se han establecido convenios o alianzas entre instituciones del sector financiero y sector público para conjuntamente ofrecer un servicio a la comunidad.

El pago del bono de desarrollo humano con un 9,77% también son servicios que tienen una acogida aceptable por parte de los clientes, en el caso del bono solidario es un servicio que se ofrece a las personas que reciben del Estado un pago mensual debido a su situación económica y social.

Con respecto al bono de desarrollo humano, las instituciones financieras que ofrecen este servicio pueden aprovechar esta oportunidad para captar más clientes (beneficiarios del bono), a los cuales se les puede facilitar la apertura de libretas de ahorro y así generar o incrementar las captaciones de dicha institución.

PRODUCTO DE MAYOR PREFERENCIA EN LAS MUTUALISTAS.

Cuadro N° 33: Productos de mayor preferencia en las Mutualistas

SERVICIOS	Nº	%
Cuentas de Ahorro Tradicional	2	100
Otras	0	0
TOTAL	2	100

Fuente: La Investigación
Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 28: Producto de mayor preferencia en las Mutualistas



Fuente: La Investigación
Elaboración: Las Autoras

Las cuentas de ahorro tradicionales constituye el producto que capta gran parte de la demanda en lo que se refiere a los productos que ofrecen las Mutualistas, así lo indican el 100% de la población, esto se puede comprender, ya que como política de crédito en dichas instituciones el cliente debe tener un ahorro permanente para poder acceder a un tipo de crédito.

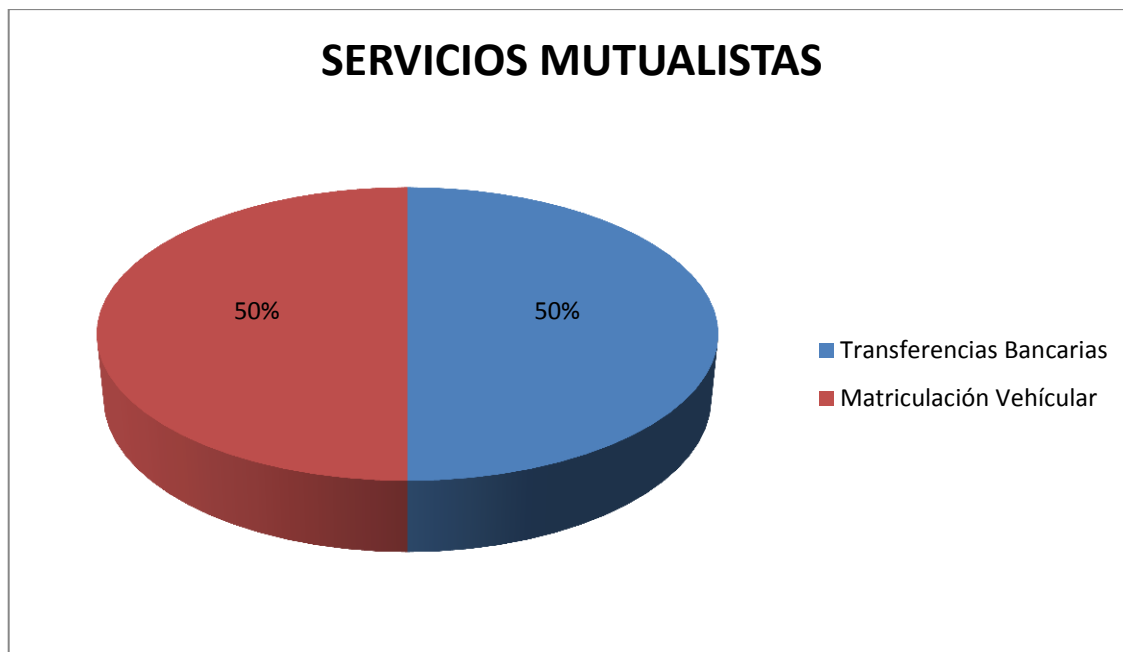
SERVICIOS DE MAYOR PREFERENCIA EN LAS MUTUALISTAS

Cuadro N° 34: Servicios de mayor preferencia en las Mutualistas

SERVICIOS	Nº	%
Transferencias Bancarias	1	50
Matriculación Vehicular	1	50
TOTAL	2	100

Fuente: La Investigación
Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 29: Servicios de mayor preferencia en las Mutualistas



Fuente: La Investigación
Elaboración: Las Autoras

Dentro de los servicios que ofrecen las Mutualistas, las transferencias bancarias constituyen el servicio utilizado por el 50% de los usuarios, es necesario que las Mutualista amplíen los servicios que ofrecen, ya que, los servicios actuales como las (créditos hipotecarios, pago de servicios básicos, giros, entre otros), los mismos no llaman la atención de los posibles clientes o usuarios.

Las transferencias bancarias son servicios que en la actualidad están ganando más mercado, esto debido a sus características de rapidez, costo bajo y seguridad.

El otro 50% de la población, en cambio, prefieren utilizar el servicio de matriculación vehicular, el mismo que es utilizado para poder legalizar el trámite que deben realizar en las agencias de tránsito correspondientes.

¿CUÁL ES EL PRODUCTO DE MAYOR PREFERENCIA EN BANCA PÚBLICA?

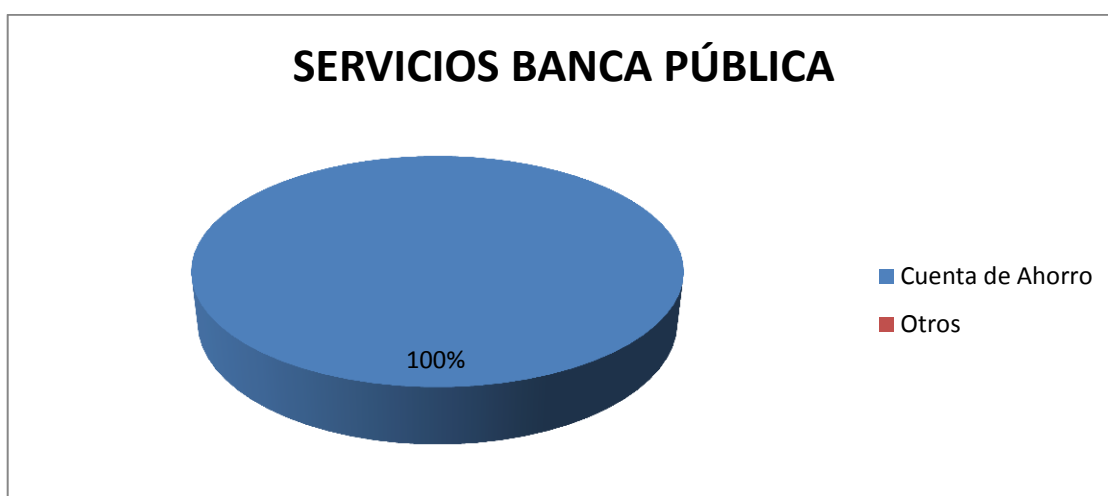
Cuadro N° 35: Productos de mayor preferencia en la Banca Pública

PRODUCTOS	Nº	%
Cuentas de Ahorro	4	100
Otros	0	0
TOTAL	4	100

Fuente: La Investigación

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 30: Producto de mayor preferencia en la Banca Pública



Fuente: La Investigación

Elaboración: Las Autoras

En la banca pública el servicio que tiene la totalidad de la demanda por parte de sus clientes son las cuentas de ahorro, entre los posibles factores que incentiven el uso de este tipo de producto se pueden señalar los siguientes: servidores públicos que reciben sus sueldos a través de dichas instituciones y deben aperturar cuentas de ahorro, tasas de interés atractivas, etc.

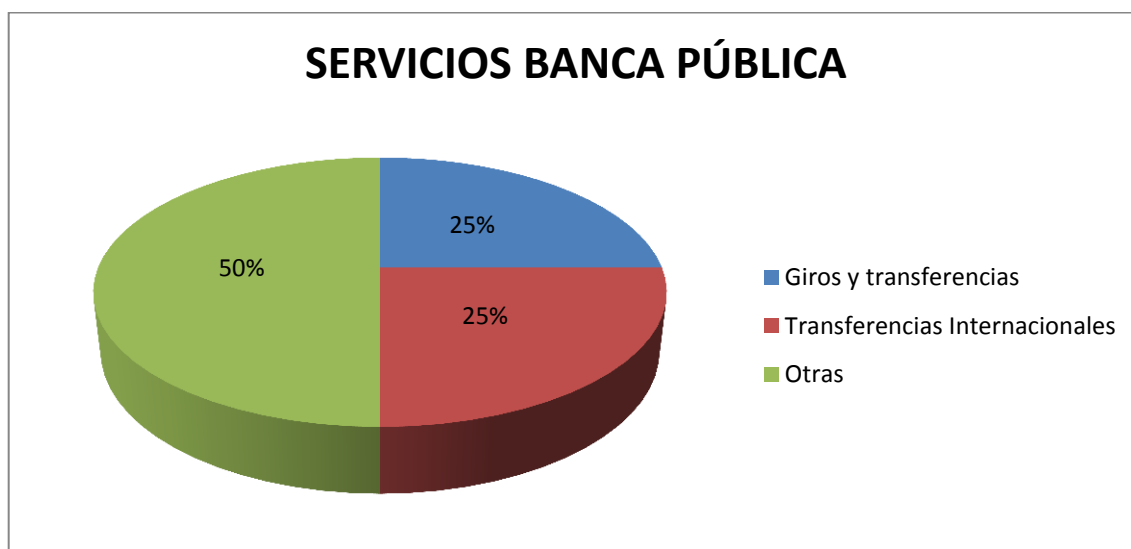
¿CUAL ES EL SERVICIO DE MAYOR PREFERENCIA EN LA BANCA PÚBLICA?

Cuadro N° 36: Servicios de mayor preferencia en la Banca Pública

SERVICIOS	Nº	%
Giros y transferencias	1	25
Transferencias Internacionales	1	25
Otras	2	50
TOTAL	2	100

Fuente: La Investigación
Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 31: Servicios de mayor preferencia en la Banca Pública



Fuente: La Investigación
Elaboración: Las Autoras

El 50% de la población investigada sostiene que otro tipo de servicios como: pago de servicios básicos, matriculación vehicular, etc.; esta preferencia se da por cuanto en las instituciones públicas dentro de las cuales se encuentran los bancos, los costos por acceder tanto a los productos como a los servicios son relativamente bajos.

La cuarta parte (25%) de los clientes de la banca pública, indican que dentro de los servicios que ofrecen dichas instituciones, los giros y las transferencias constituyen la de mayor demanda. Ya se ha señalado que la inseguridad, la rapidez, evitar largas colas son factores que se consideran para que los usuarios opten por realizar transferencias bancarias y así cumplir con sus obligaciones.

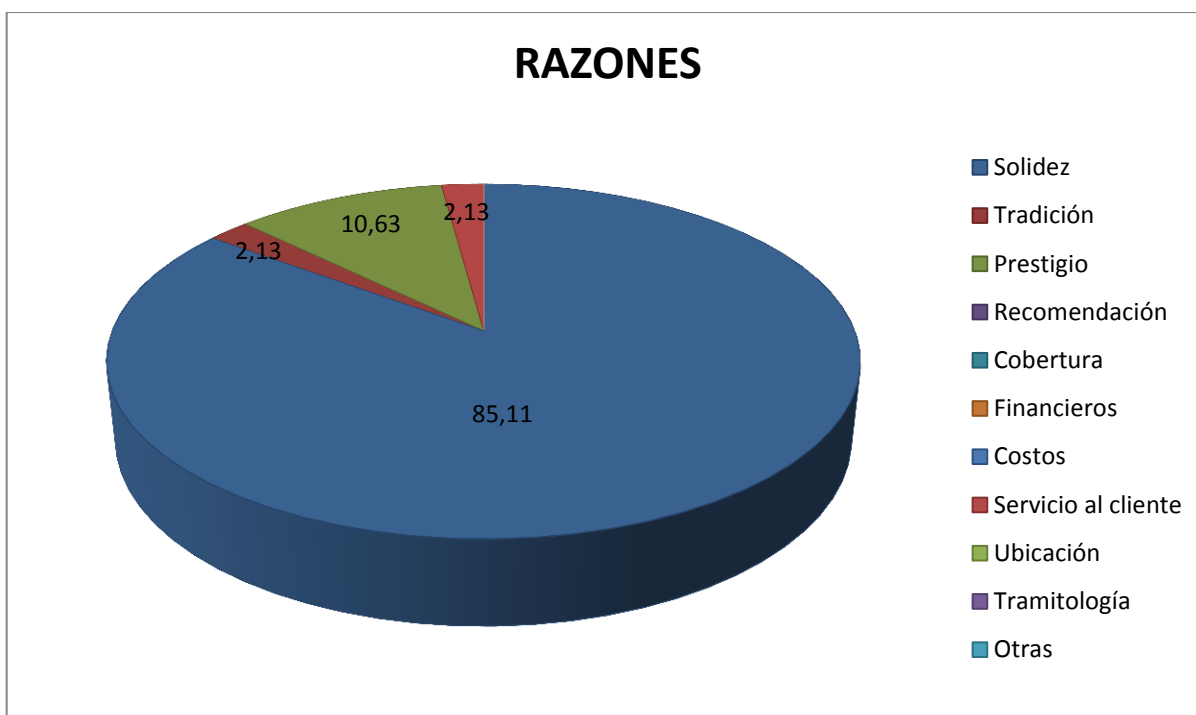
RAZONES POR LAS QUE ELIGEN SER CLIENTE DE LOS BANCOS

Cuadro N° 37: Razones para elegir los bancos

RAZONES	Nº	%
Solidez	40	85.11
Tradición	1	2.13
Prestigio	5	10,63
Recomendación	0	0
Cobertura	0	0
Financieros	0	0
Costos	0	0
Servicio al cliente	1	2,13
Ubicación	0	0
Tramitología	0	0
Otras	0	0
TOTAL	47	100

Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 32: Razones para elegir los bancos



Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

Al analizar las razones del porque los usuarios eligen la banca privada los datos obtenidos, el 85.11% de la población señala que la solidez es la principal causa por la que los clientes son usuarios de los bancos, según el diccionario de la lengua

española solidez significa fuerte, firme, estable, relacionado dichos significados al ámbito financiero se entiende que la población confía en los bancos por su firmeza y estabilidad para responder a las necesidades y requerimientos de sus clientes.

El 10,63% de los clientes indican que el prestigio es la razón para elegir ser cliente de los bancos, se considera que el prestigio es el resultado de un trabajo planificado y eficiente durante muchos años, donde tanto los usuarios como el público en general han visto el desenvolvimiento de dicha empresa en una forma seria y responsable.

Otro grupo de la población (2,13%), indica que una de las razones principales para elegir a un banco es la tradición de este, tradición en el buen servicio, en el cumplimiento de sus obligaciones y sobre todo en la prestación de productos y/o servicios.

Finalmente, existen otras razones como: recomendación y aspectos financieros que también son consideradas por los clientes para acceder a sus servicios,

Como conclusión, se puede identificar a una trilogía de razones para elegir a los bancos, la misma que está dada por la solidez- prestigio y tradición. No hay duda que existe una interdependencia entre ellas, pero tampoco hay duda que son aspectos a considerar por toda institución financiera.

RAZONES POR LAS QUE ELIGEN SER CLIENTE DE LAS COOPERATIVAS

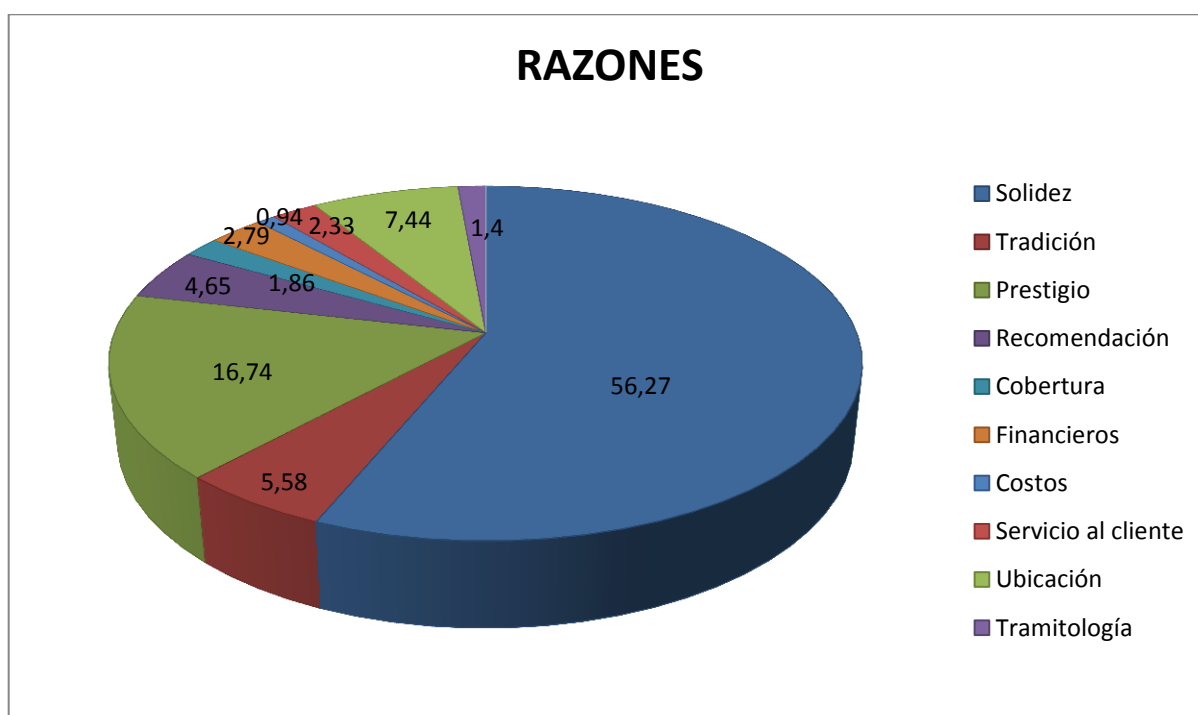
Cuadro N° 38: Razones para elegir las Cooperativas

RAZONES	Nº	%
Solidez	121	56.27
Tradicición	12	5.58
Prestigio	36	16.74
Recomendación	10	4.65
Cobertura	4	1.86
Financieros	6	2.79
Costos	2	0.94
Servicio al cliente	5	2.33
Ubicación	16	7.44
Tramitología	3	1.40
Otras	0	0
TOTAL	215	100

Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 33: Razones para elegir las Cooperativas



Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

Existen múltiples razones por las que los usuarios eligen ser clientes de las cooperativas, sin embargo, entre las razones hay algunas que tienen más preferencia que otras, a continuación los datos investigados señalan lo siguiente:

El 56.27% de la población indica que eligen ser socios de las cooperativas por la solvencia que transmiten a sus clientes, solvencia que se demuestra en el cumplimiento y satisfacción de sus necesidades. También se puede añadir, que las cooperativas en la actualidad son reguladas por la Superintendencia de Bancos, lo que garantiza de cierta manera los depósitos de sus clientes.

El prestigio también es considerado como una razón muy importante para decidir ser parte de las cooperativas, así lo indican el 16.74% de la población, el prestigio es un aspecto que requiere de un cumplimiento estricto de lo que se ofrece, además de cumplir con todas las normas legales y reglamentos establecidos para su funcionamiento.

La tradición, ubicación, servicio al cliente y la recomendación de terceros en conjunto también son factores que estimulan a los usuarios del sistema financiero para ser parte de las cooperativas, ello implica una atención de los directivos de las empresas a fortalecer aquellos factores que directamente inciden en las decisiones de los clientes.

RAZONES POR LAS QUE ELIGEN SER CLIENTE DE LAS MUTUALISTAS

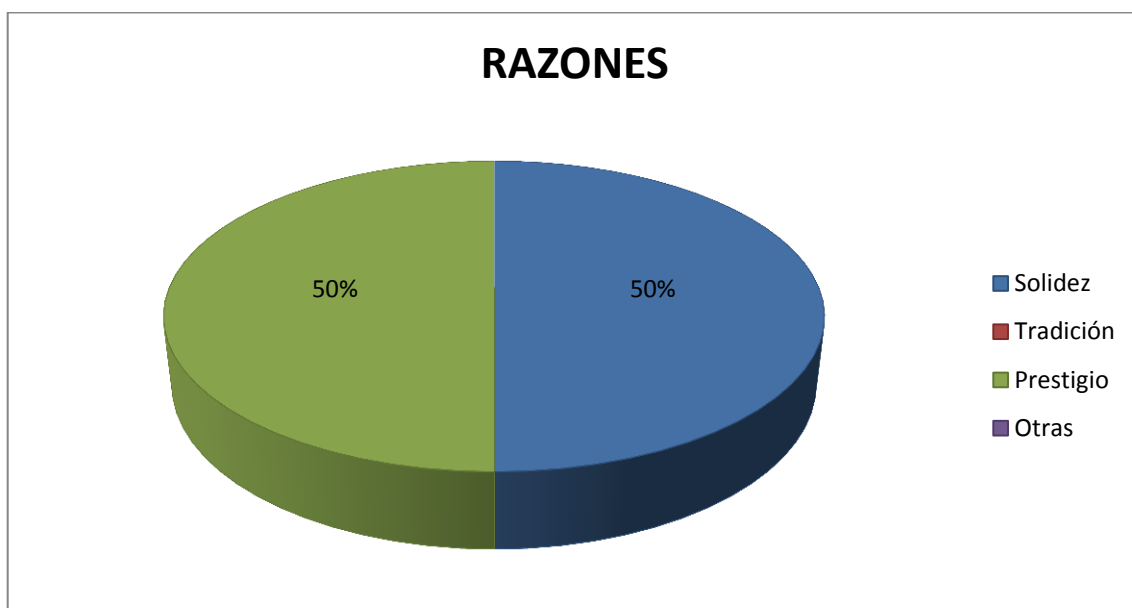
Cuadro N° 39: Razones para elegir las Mutualistas

RAZONES	Nº	%
Solidez	1	50
Tradicición	0	0
Prestigio	1	50
Otras	0	0
TOTAL	2	100

Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 34: Razones para elegir las Mutualistas



Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

La solidez y el prestigio son las razones por las cuales eligen ser socios de las Mutualistas, son aspectos que tienen interdependencia y que son el resultado de una planificación responsable y sobre todo del cumplimiento estricto de los requerimientos de los clientes.

RAZONES POR LAS QUE ELIGEN SER CLIENTE DE LOS BANCOS PÚBLICOS

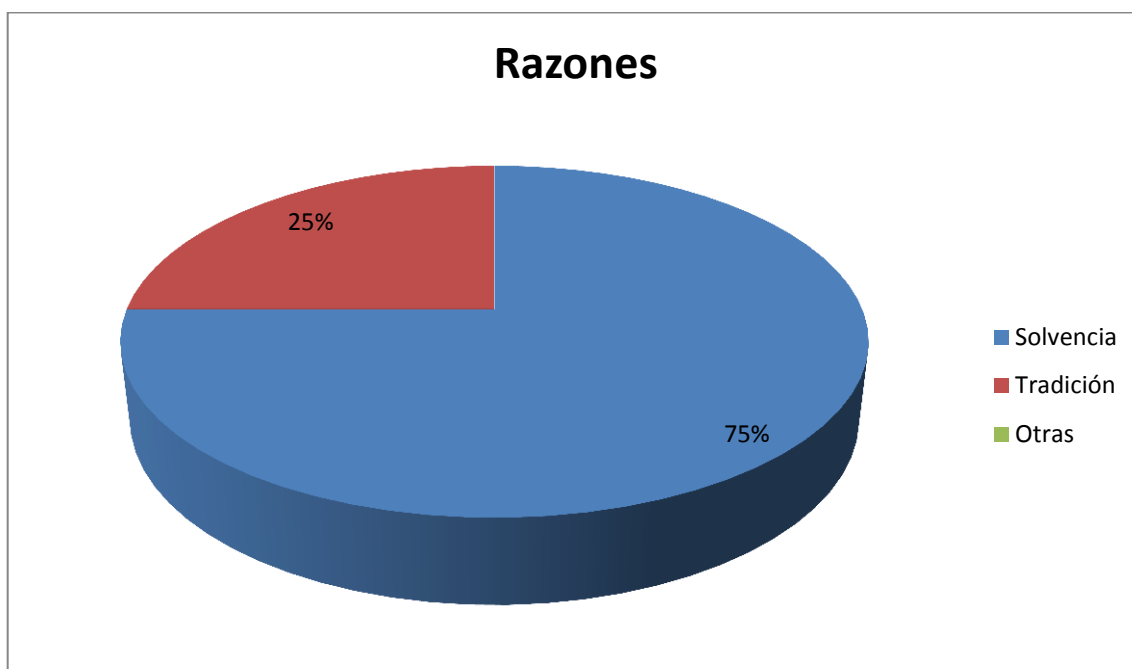
Cuadro N° 40: Razones para elegir los Bancos Públicos

RAZONES	Nº	%
Solvencia	3	75
Tradición	1	25
Otras	0	0
TOTAL	4	100

Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 35: Razones para elegir los Bancos Públicos



Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

La solvencia y la tradición, son los factores que estimulan a los clientes para ser parte de la banca pública. En el primer caso (solvencia), es muy clara la información, ya que, los bancos públicos se caracterizan por ofrecer seguridad y garantía por los productos y/o servicios lo que es clave para captar la atención de los clientes

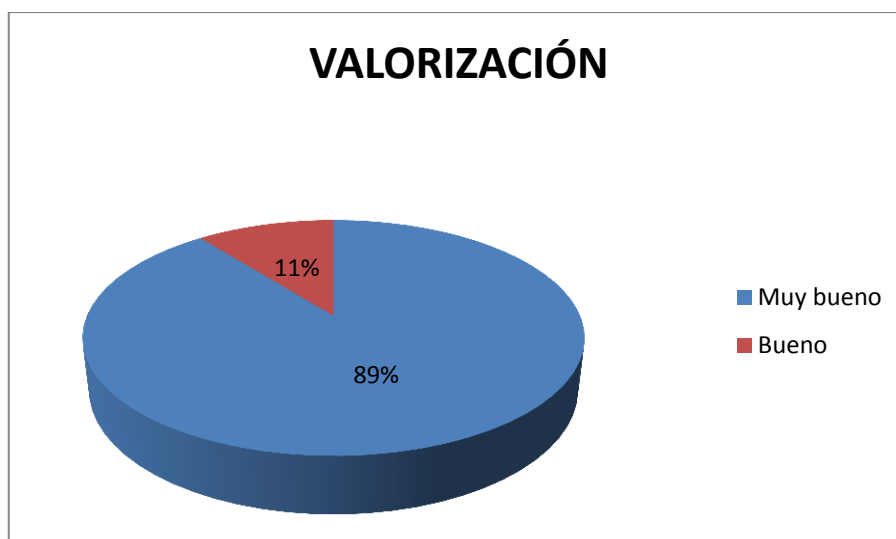
¿Cómo valora el servicio al cliente de los bancos privados?

Cuadro N° 41: Valorización del Servicio al cliente de los bancos

VARIABLES	Nº	%
Muy bueno	42	89,36
Bueno	5	10,64
TOTAL	47	100

Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 36: Valorización del Servicio al cliente de los bancos



Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

EL 89,36% de los clientes de los bancos sostienen o tienen la percepción que el servicio al cliente que prestan estas instituciones es muy bueno, esto evidencia que existe una satisfacción con un nivel muy considerable en los usuarios.

Otro grupo de la población (10,64%), en cambio, considera que el servicio es bueno, lo que implica que se debe hacer mejoras en dicho servicio. En el ámbito empresarial se dice que los gustos y preferencias de los clientes cambian permanentemente por tanto, las autoridades necesitan emprender en una cultura de mejora continua.

¿Cómo valora el servicio al cliente de las Cooperativas?

Cuadro N° 42: Valorización del Servicio al cliente de las Cooperativas

VARIABLES	Nº	%
Muy Bueno	200	93,02
Bueno	15	6,98
TOTAL	215	100

Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 37: Valorización del Servicio al cliente de las Cooperativas



Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

Al igual que en el caso de los bancos, el servicio al cliente de las cooperativas es considerado muy bueno por el 93,02% de la población, los datos expresan un nivel importante de satisfacción, pero por ello tampoco se puede dejar de mejorar, más bien, debe haber un compromiso de todo el personal de las cooperativas por satisfacer totalmente los requerimientos de los clientes.

El buen trato, la amabilidad, la cortesía son factores indispensables para llevar a cabo un buen servicio, es necesario emprender en capacitación en temas de Relaciones Humanas y servicio al cliente y sobre todo que el personal de empleados y directivos estén plenamente conscientes que para contar con más clientes primeramente se debe tratarlo bien y satisfacer sus necesidades.

En cambio, otro grupo de usuarios, opinan que el servicio recibido de las cooperativas es bueno, seguramente existen algunos aspectos que se deben mejorar.

Finalmente, otro grupo minoritario de clientes, sostienen que el servicio es malo y muy malo, esto es preocupante, porque a pesar de que el porcentaje es mínimo, ello puede causar un efecto multiplicador negativo para los intereses de los directivos.

¿Cómo valora el servicio al cliente de las Mutualistas?

Cuadro N° 43: Valorización del Servicio al cliente de las Mutualistas

VARIABLES	Nº	%
Muy bueno	2	100
Bueno	0	0
TOTAL	2	100

Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 38: Valorización del Servicio al cliente de las Mutualistas



Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

La información es totalmente relevante para las Mutualistas, la totalidad de sus clientes sostiene que es muy bueno el servicio al cliente que ofrece la institución, por lo tanto existe satisfacción total. Sin embargo, ello no debe limitar un proceso de mejora continua.

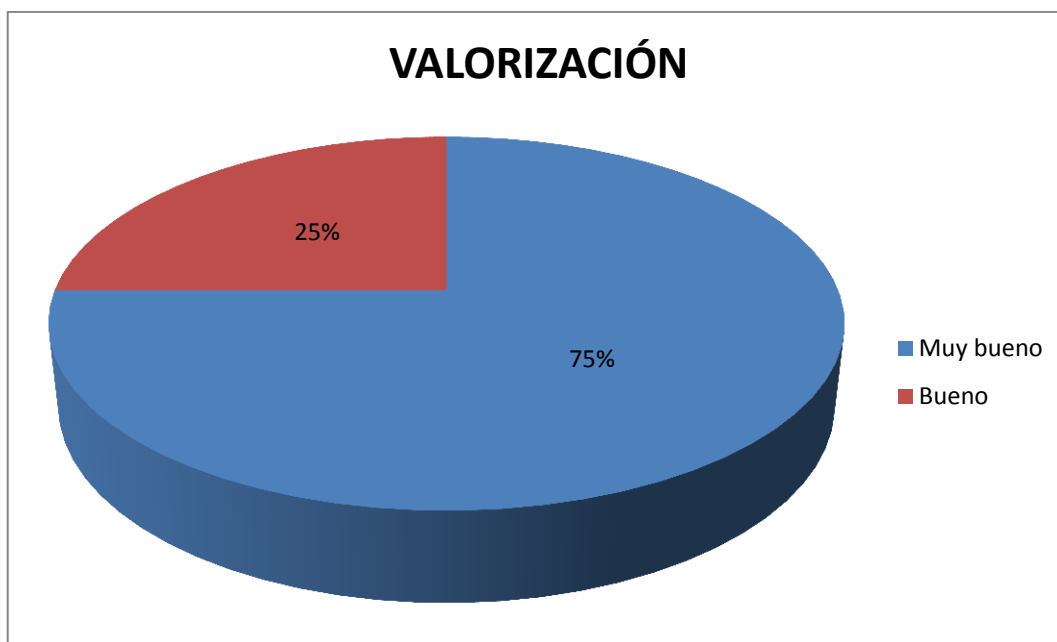
¿Cómo valora el servicio al cliente de la Banca Pública?

Cuadro N° 44: Valorización del Servicio al cliente de la Banca Pública

VARIABLES	Nº	%
Muy bueno	3	75
Bueno	1	25
TOTAL	4	100

Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 39: Valorización del Servicio al cliente de la Banca Pública



Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

La información indica que el servicio al cliente que ofrecen las instituciones públicas es bien visto por los usuarios, el 75% de los clientes consideran que en general el servicio que ofrece la banca pública en este caso el Banco de Fomento es de buena calidad.

En cambio, la tercera parte de los clientes opinan que el servicio es bueno, por lo tanto se requiere mejoras tanto en los productos como en los servicios que ofertan.

3.2. LA COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE Y SERVICIOS AL CLIENTE.

La comunicación en la empresa tiene un valor que todavía es muy desconocido. Debemos hacer un esfuerzo en nuestras organizaciones y poner en funcionamiento canales y sistemas de información que permitan mejorarla y que sirvan de apoyo para la expansión de la misma.

La comunicación no sólo es vital en materia de calidad, sino que la falta de sistemas de información eficientes y adecuados a las necesidades de la empresa puede mermar su capacidad de crecimiento, la obtención de beneficios y el incremento de la productividad por la desorganización que conlleva la baja comunicación interior. Los sistemas de Calidad articulan sistemas de información en la empresa, que normalmente mejorarán los que, aunque sencillos y escasos, ya existían.

Wellington (1997) señala que la comunicación comienza durante la fase de inducción al formar la actitud de trabajo de un empleado cuando a él o a ella se le introduce por primera vez a la misión, la cultura, las estrategias, los procesos, los productos, la gente y el sistema de apoyo de equipo de la compañía, la comunicación tiene ocho propósitos fundamentales:

Las instituciones financieras deben contar con sistema de comunicación eficientes, los mismos que les permitan mantener informados oportunamente a sus clientes y accionistas.

La comunicación se utiliza para:

- Informar.
- Motivar.
- Desarrollar.
- Reforzar la identidad con los equipos de trabajo.
- Conocer las necesidades de los clientes.

El cliente debe mantener como calidad el espíritu de la comunicación de la forma que éste le permitirá transmitir sus ideas eficientemente, tanto en las palabras empleadas como la forma de transmitir las.

El servicio al cliente, necesita plenamente de instrumentos de comunicación, más aun tratándose de instituciones financieras donde se compite por captar los fondos de las personas y empresas, por lo tanto, es indispensable mejorar permanentemente las comunicaciones con los clientes internos y externos.

3.2.1. COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE.

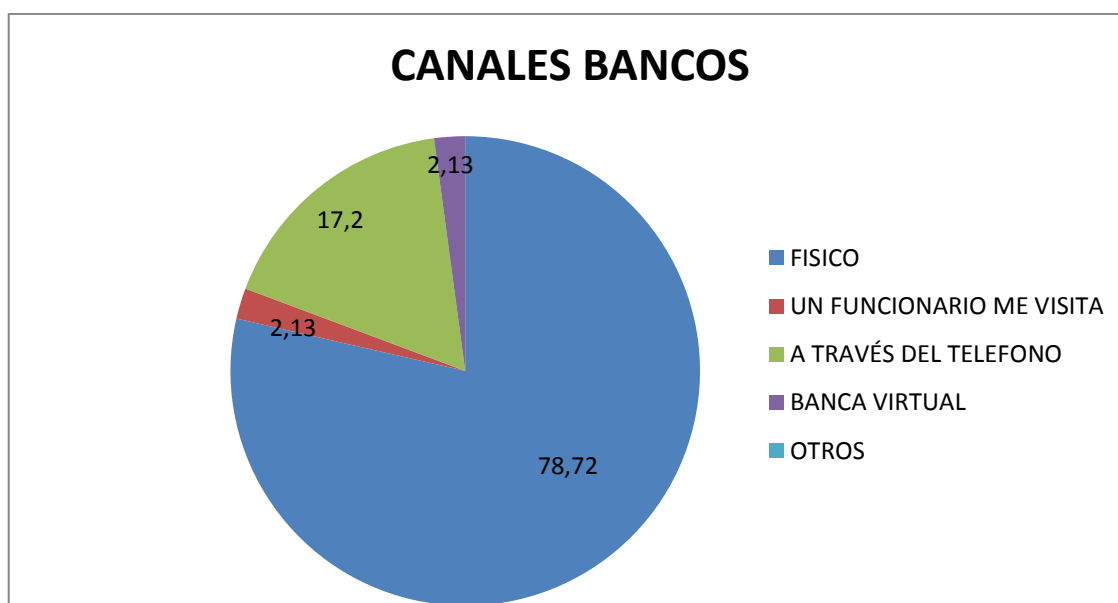
PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN CON LOS BANCOS PRIVADOS

Cuadro N° 45: Comunicación con los Bancos

RAZONES	Nº	%
Físico	37	78.72
Un funcionario del banco me visita	1	2.13
A través del teléfono	8	17.2
A través de la banca virtual	1	2.13
A través de la Web 2.0	0	0
Otras	0	0
TOTAL	47	100

Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 40: Comunicación con los Bancos



Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

El principal canal de comunicación que utilizan los socios de los Bancos para comunicarse con la institución es asistiendo físicamente a la empresa, así lo manifiestan el 78.72% de la población, de esta manera consideran que personalmente pueden obtener la información necesaria para realizar cualquier transacción. La mayoría de operaciones que se realizan en los bancos tienen como requisito la firma de algún documento para legalizar la transacción, esto hace que sea necesario asistir a la institución financiera.

En la actualidad se ha podido observar a través de las noticias, que se han dado algunos casos de fraude tecnológico, este problema consiste en que piratas tecnológicos se apropian de claves o registros de los usuarios y se han sustraído grandes cantidades de dinero. Esto ha ocasionado cierta desconfianza en utilizar la tecnología para comunicarse y prefieren hacerlo personalmente.

Un grupo importante (17.02%) de la población, en cambio, prefieren utilizar el teléfono para comunicarse con su banco, entre los factores que posibilitan utilizar este medio de comunicación podemos señalar los siguientes:

- Fácil uso.
- Costo de telefonía accesible.
- Adecuada disponibilidad del medio.

En la actualidad, las instituciones financieras utilizan la visita a los hogares como mecanismo para hacer conocer su oferta financiera, sobre todo para otorgar créditos.

Finalmente, existe un porcentaje mínimo de usuarios (2,13%) que prefieren utilizar la banca virtual, esto debido a situaciones de trabajo, de situación geográfica que son factores que no les permiten ir a la institución financiera.

PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN CON LAS COOPERATIVAS.

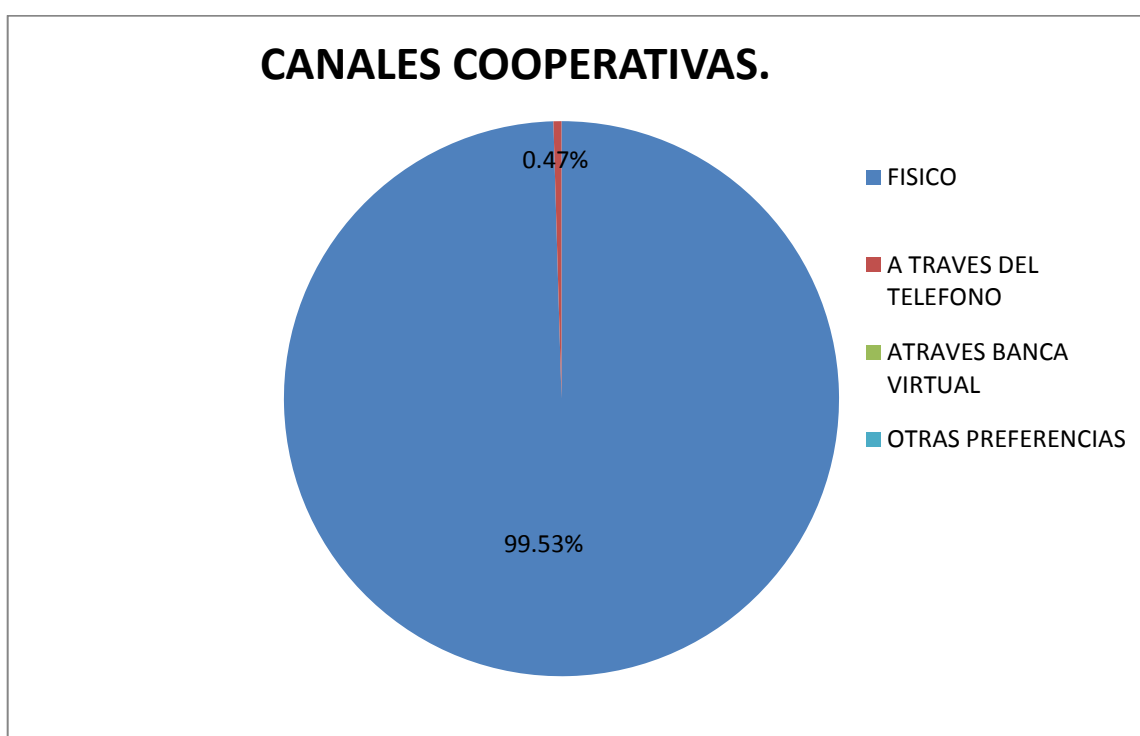
Cuadro N° 46: Principales canales de comunicación con las Cooperativas

RAZONES	Nº	%
Físico	214	99,53
Un funcionario del cooperativa me visita	0	0
A través del teléfono	1	0,47
A través de la banca virtual	0	0
Otras	0	0
TOTAL	215	100

Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 41: Principales canales de comunicación con las cooperativas



Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

El 99,53% de los usuarios del sistema financiero, indican que para mantener una comunicación oportuna las Cooperativas de ahorro y crédito prefieren que los clientes asistan personalmente a dichas instituciones, con ello, el deseo es hacer conocer directamente sobre los requisitos, movimientos, tasas de interés, plazos, etc.; que en la actualidad se están ofreciendo.

En cambio, el 0,47% de clientes sostienen que la telefonía también es un medio utilizado por las cooperativas para mantener una buena comunicación con sus

clientes, lamentablemente este medio de comunicación tiene algunos inconvenientes como:

- Daños en las líneas telefónicas.
- Cambios de números telefónicos.
- Falta de contestación.

Los directivos de las instituciones deberían emprender en campañas para fortalecer el uso de la tecnología para la comunicación con los clientes, Además, el tema del uso de la tecnología aún es limitado, tanto por los conocimientos para hacerlo como por el costo de su acceso.

PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN DE LAS MUTUALISTAS.

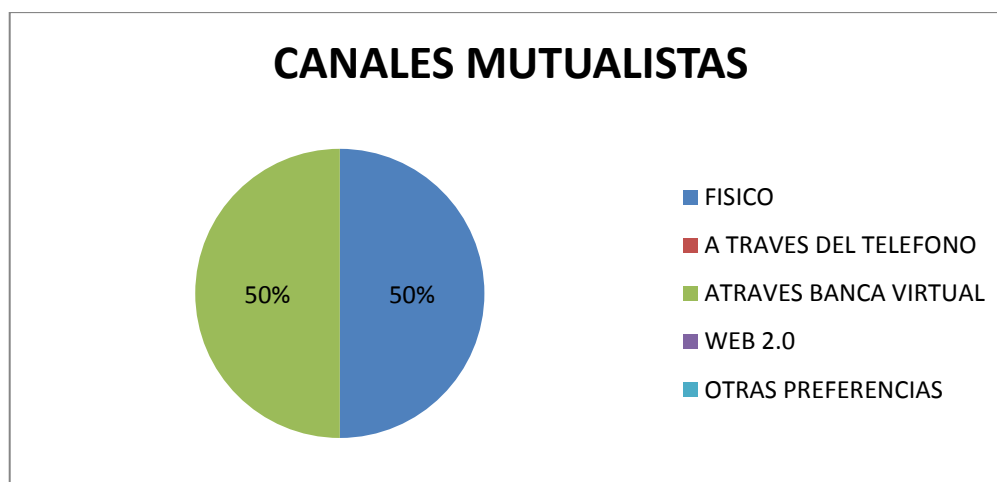
Cuadro N° 47: Principales canales de comunicación de las Mutualistas

RAZONES	Nº	%
Físico	1	50
Un funcionario del Mutualista me visita	0	0
A través del teléfono	0	0
A través de la banca virtual	1	50
A través de la Web 2.0	0	0
Otras	0	0
TOTAL	2	100

Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 42: Principales canales de comunicación de las Mutualistas



Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

Las Mutualista a diferencia de los bancos y cooperativas, utilizan la tecnología (banca virtual), para comunicarse con sus clientes, para ello, mantienen un sistema de claves y usuarios que dan cierta seguridad a las transacciones.

También, requieren la presencia física de sus clientes para notificar, informar, o avisar cualquier aspecto.

PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN CON LA BANCA PÚBLICA

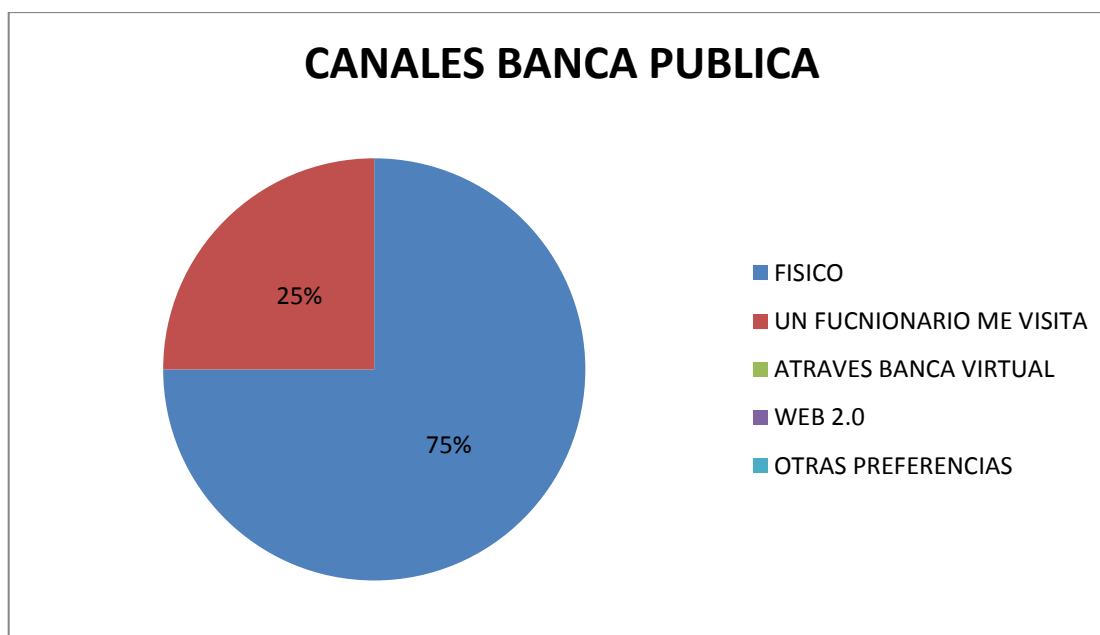
Cuadro N° 48: Principales canales de comunicación con la Banca Pública

RAZONES	Nº	%
Físico	3	75
Un funcionario del banco me visita	1	25
A través del teléfono	0	0
A través de la banca virtual	0	0
A través de la Web 2.0	0	0
Otras	0	0
TOTAL	4	100

Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 43: Principales canales de comunicación con la Banca Pública



Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

Los bancos que pertenecen al sector público, utilizan o requieren la presencia física de los clientes para comunicarse, es importante señalar que la mayoría de las instituciones que pertenecen al sector público aún mantienen una infraestructura tecnológica obsoleta, esto sumado a la falta de un recurso humano calificado que genere procesos innovadores y de calidad.

MEJORAS QUE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS DEBEN REALIZAR

MEJORAS EN LOS BANCOS PRIVADOS

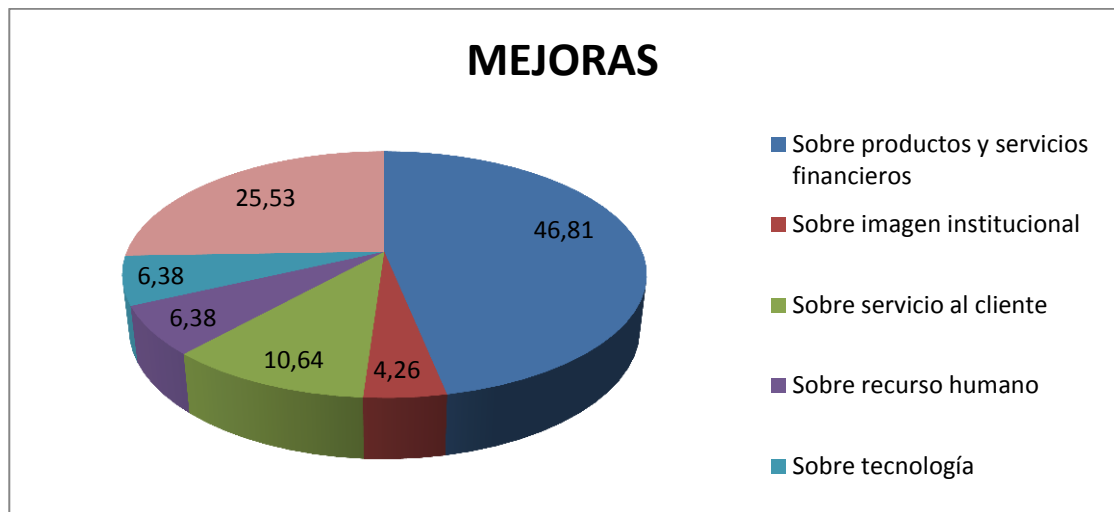
Cuadro N° 49: Mejoras en los Bancos privados

MEJORAS BANCOS PRIVADOS	Nº	%
Sobre Productos y servicios financieros	22	46.81
Sobre imagen institucional	2	4.26
Sobre servicio al clientes	5	10,64
Sobre recurso humano	3	6,38
Sobre tecnología	3	6,38
Sobre tramitología	0	0
Sobre costos	0	0
Todo está bien	12	25.53
TOTAL	47	100

Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 44: Mejoras en los Bancos privados



Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

En toda empresa o institución siempre hay algo que mejorar, en el caso de las instituciones financieras y específicamente en los bancos privados, la población en un 46.81% indica que se debe mejorar los productos y servicios que actualmente reciben tales como: cuentas de ahorro y corriente, los servicios de pago de servicios básicos, transferencias internacionales, tarjetas de débito, etc. Para ello, se debería realizar un estudio para identificar aquellos aspectos que no satisfacen a los socios de los bancos. Los directivos deben entender, que si los clientes no están conformes con los bienes y servicios recibidos es un problema muy serio para la institución, ya que de ello depende el nivel de ingresos que esta perciba y así pueda cumplir con sus obligaciones con terceros.

Otros aspecto que recomiendan los usuarios se debe mejorar es el servicio al cliente y los recursos humanos, en el primer caso, una buena atención es sinónimo de conformidad del cliente, y en el segundo caso del recurso humano, se requiere capacitar a los empleados en temas de relaciones humanas, de aprendizaje pleno de sus funciones. Las capacitaciones son una oportunidad para mejorar siempre y cuando se ha determinado las necesidades como manejo de la infraestructura tecnológica, identificación de los nuevos requerimientos de los clientes de la empresa y los recursos para realizarlo.

Otro porcentaje importante de la población (25.53), en cambio consideran que todo está bien, que no hay nada que mejorar, esta posibilidad no puede ser considerada seriamente por las autoridades, ya que como se señaló al inicio siempre hay algo que mejorar.

MEJORAS EN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO

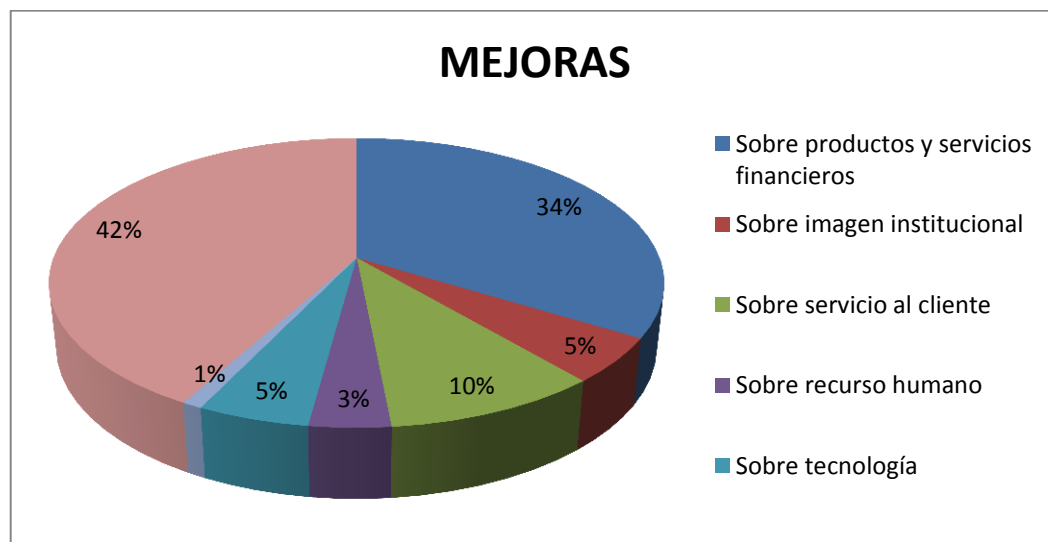
Cuadro N° 50: Mejoras en las Cooperativas

MEJORAS COOPERATIVAS	Nº	%
Sobre Productos y servicios financieros	74	34,42
Sobre imagen institucional	11	5,12
Sobre servicio al clientes	17	9,91
Sobre recurso humano	8	3,72
Sobre tecnología	11	5,12
Sobre tramitología	0	0
Sobre costos	2	0,93
Todo está bien	92	42,79
TOTAL	215	100

Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 45: Mejoras en las Cooperativas



Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

En lo que respecta a las cooperativas de ahorro y crédito, los usuarios tienen algunas recomendaciones que los directivos y empleados deben tomar en cuenta para mejorar y como consecuencia de ello elevar el nivel de satisfacción de sus clientes.

En primer lugar, se hará referencia a la información que señala que el 34,42% de los clientes de las cooperativas indican que se debe mejorar notablemente la actual oferta de productos y/o servicios, ya que estos no satisfacen plenamente sus exigencias. Sobre todo a lo que se refiere a las transferencias internacionales, ya que, el tiempo de espera o recepción de la transferencia es demasiado largo en relación a otras instituciones (bancos). Así mismo, los giros nacionales no llegan en una forma oportuna y además el costo por dicho servicio es elevado.

En segundo lugar, la imagen institucional, el servicio al cliente y el recurso humano son aspectos o factores que la población cree conveniente se debe mejorar, con respecto a la imagen institucional, la presentación de los edificios, temas de decoración de los interiores, utilización de equipos informáticos de última tecnología y la correcta presentación de sus empleados (vestimenta), conforman una buena imagen de la institución, para lograrlo se requieren recursos económicos los mismos que se los puede conseguir de una inversión de parte de los accionistas.

Así mismo, un grupo relevante de la población (42,79%), opina que lo referente a la cooperativa se encuentra bien, no existen problemas o inconvenientes según dicha población. Esto lleva a la reflexión, si son clientes con un nivel de poca exigencia o realmente las cooperativas tienen un proceso administrativo correcto.

MEJORAS EN LAS MUTUALISTAS

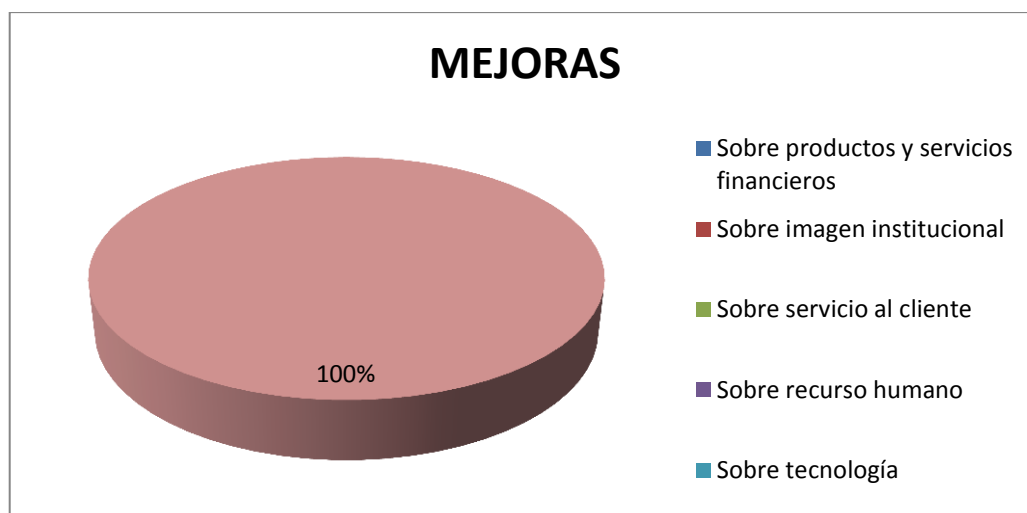
Cuadro N° 51: Mejoras en las Mutualistas

MEJORAS MUTUALISTAS	Nº	%
Sobre Productos y servicios financieros	0	0
Sobre imagen institucional	0	0
Sobre servicio al clientes	0	0
Sobre recurso humano	0	0
Sobre tecnología	0	0
Sobre tramitología	0	0
Sobre costos	0	0
Todo está bien	2	100
TOTAL	2	100

Fuente: Investigación

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 46: Mejoras en las Mutualistas



Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

Los usuarios de las Mutualistas expresan que todo está bien, que no hay necesidad de mejorar nada, esta información es relativa, ya que, como se ha señalado en otros puntos tratados, las Mutualista tienen algunos inconvenientes sobre todo con el escaso número de productos ofertados.

Por lo tanto, se recomienda realizar un análisis más exhaustivo para determinar las falencias que impiden contar con un mayor número de clientes.

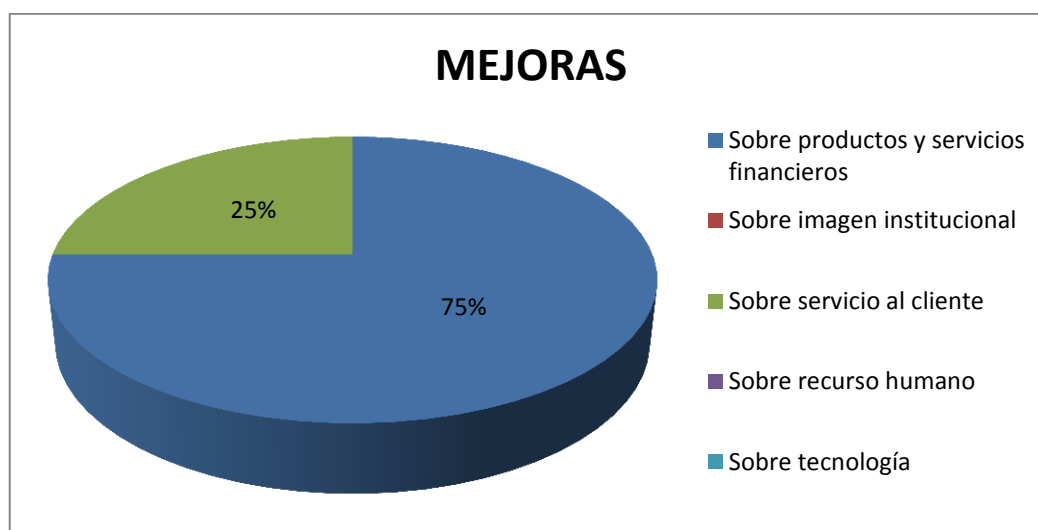
MEJORAS EN LOS BANCOS PÚBLICOS

Cuadro N° 52: Mejoras en los Bancos públicos

MEJORAS BANCOS PUBLICOS	Nº	%
Sobre Productos y servicios financieros	3	75
Sobre imagen institucional	0	0
Sobre servicio al clientes	1	25
Sobre recurso humano	0	0
Sobre tecnología	0	0
Sobre tramitología	0	0
Sobre costos	0	0
Todo está bien	0	0
TOTAL	4	100

Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 47: Mejoras en los Bancos públicos



Fuente: Investigación
Elaboración: Las autoras

En lo que respecta a las mejoras que debe realizar la banca pública, el 75% de la población considera que se debe mejorar la actual gama de productos y/o servicios, porque creen que están muy distantes de la calidad de los que ofrecen tanto los bancos privados como las cooperativas. En este aspecto, es necesario incrementar los servicios que ofrecen, ya que en la actualidad la banca pública tiene escasos servicios que solamente se limitan a giros y transferencias bancarias.

Para lograr una mejora importante, los directivos deben identificar aquellas necesidades que los usuarios del sistema financiero, y en base a ello ofertar sus productos y servicios.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de realizar el estudio sobre el Mercado Financiero en forma general y específicamente de los productos y servicios financieros en la ciudad de Guayaquil, se han establecido algunas conclusiones y recomendaciones importantes sobre la situación actual del sistema financiero.

CONCLUSIONES

- De los clientes encuestados de la Cooperativa Nacional, señalan que el producto de las cuentas de ahorro son las que tienen la aceptación de la gran mayoría de los clientes. Y con respecto a los servicios que ofrecen las cooperativas, las transferencias constituyen el servicio que tiene mayor aceptación.
- Las razones del porque los usuarios eligen ser socios de la Cooperativa es por la solvencia que transmiten a sus clientes, la que se demuestra en el cumplimiento y satisfacción de sus necesidades.
- El servicio al cliente de las cooperativas es considerado muy bueno, de acuerdo a la investigación realizada; los datos expresan un nivel importante de satisfacción.
- Para mantener una comunicación oportuna las Cooperativas de ahorro y crédito prefieren que los clientes asistan personalmente a dichas instituciones, con ello, el deseo es hacer conocer directamente sobre los requisitos, movimientos, tasas de interés, plazos, etc.; que en la actualidad se están ofreciendo.
- En los bancos privados, los encuestados indican que se debe mejorar los productos y servicios que actualmente reciben, para ello, se debería realizar un estudio para identificar aquellos aspectos que no satisfacen a los socios de los bancos.

RECOMENDACIONES:

- Es necesario que los directivos de las instituciones financieras permanentemente realicen mejoras a los productos y servicios que dichas instituciones ofrecen, para ello, deben conocer los nuevos requerimientos o exigencias de los usuarios o clientes del sistema.
- La tecnología y el recurso humano deben ser los recursos más importantes de las instituciones financieras, por lo tanto, se debe invertir en tecnología y capacitación al personal, tanto interno como externo con ello, se mejorará la calidad y servicio a los clientes.
- En lo que respecta a los costos que las instituciones financieras cobran ya sea por sus productos o servicios, estos deben estar de acuerdo a la realidad socio-económica de la población.
- Los canales de comunicación que utilizan las instituciones para comunicarse con sus clientes deben acoplarse al tipo de cliente, ya que, no todos tienen acceso a la tecnología y ello puede causar molestias o inconvenientes con sus clientes.
- La capacitación al personal debe constituirse como una actividad frecuente, sobre todo en temas de servicio al cliente, relaciones humanas y uso de las nuevas tecnologías.
- Los organismos de control del sistema financiero como la Superintendencia de Compañías, deben garantizar a través de sus acciones de control y supervisión que los clientes de dichas instituciones mantengan seguros sus ahorros.
- Para las instituciones financieras que utilizan la banca virtual, es necesario que se dispongan de las seguridades y garantías necesarias para que los clientes tengan la confianza de acceder a este tipo de servicio.
- Evaluar la satisfacción de los clientes debe ser una prioridad para los directivos de toda empresa, más aún de una institución financiera, ya que es necesario conocer o identificar aquellas fortalezas o debilidades que se tiene en base a ello establecer un plan de acción para retroalimentar los procesos de servicio al cliente.

BIBLIOGRAFÍA:

- Aguirre Gonzalo (2008), Guía Didáctica de Legislación Monetaria y Bancaria, Editorial UTPL.
- Bibiana Apolonia del Brutto. El impacto de las tecnologías de información y comunicación en las sociedades latinoamericanas.
- Corporación de Estudios y Publicaciones (2008), Legislación Monetaria y Bancaria, Quito-Ecuador.
- Lafuente Danilo, Valle Angélica (2005). Heterogeneidad Eficacia en el Sistema Bancario Privado Ecuatoriano.
- Saltos Napoleón y Vásquez Loja (2010). Ecuador su Realidad, Fundación José Peralta.
- Itzik Alejandro y Valle Pablo (2005). Diccionario de la Lengua Española, Bogotá-Colombia.

Wellington, P. (1997). Cómo Brindar un Servicio Integral de Atención al Cliente. Kaizen. Editorial Mc Graw Hill. Caracas.

PAGINAS ELECTRÓNICAS

- www.bce.com.ec
- <http://www.superban.gov.ec/practg/p>
- www.neticoop.org.uy/article245.html
- www.felaban.com/archivos_publicaciones/servicios_financieros.pdf.

ANEXOS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO	PÁGINA
Gráfico 1: Captaciones Guayaquil 2008.....	35
Gráfico 2: Captaciones Guayaquil 2009.....	37
Gráfico 3: Captaciones Guayaquil 2010.....	38
Gráfico 4: Captaciones Guayaquil 2008-2009-2010.....	39
Gráfico 5: Captaciones Banca Privada 2008-2009-2010.....	41
Gráfico 6: Captaciones Cooperativas 2008-2009-2010.....	42
Gráfico 7: Captaciones Mutualistas 2008-2009-2010.....	44
Gráfico 8: Sociedades Financieras 2008-2009-2010.....	45
Gráfico 9: Captaciones Banca Pública 2008-2009-2010.....	46
Gráfico 10: Colocaciones 2008.....	49
Gráfico 11: Colocaciones 2009.....	52
Gráfico 12: Colocaciones 2010.....	55
Gráfico 13: Colocaciones Bancos Privados 2008-2009-2010.....	57
Gráfico 14: Colocaciones Cooperativas 2008-2009-2010	58
Gráfico 15: Colocaciones Mutualistas 2008-2009-2010.....	60
Gráfico 16: Colocaciones Sociedades 2008-2009-2010.....	61
Gráfico 17: Colocaciones Bancos Públicos 2008-2009-2010.....	63
Gráfico 18: Clientes de instituciones financieras.....	69
Gráfico 19: Preferencia entre instituciones financieras.....	70
Gráfico 20: Preferencia entre Bancos.....	72
Gráfico 21: Preferencia entre Cooperativas	73
Gráfico 22: Preferencia entre Mutualistas.....	74
Gráfico 23: Preferencia entre bancos públicos.....	75
Gráfico 24: Preferencia en las Captaciones de los Bancos.....	77
Gráfico 25: Servicios con mayor preferencia en los Bancos.....	79
Gráfico 26: Productos con mayor preferencia en las Cooperativas.....	80
Gráfico 27: Servicios de mayor preferencia en las Cooperativas.....	82
Gráfico 28: Productos de mayor preferencia en las Mutualistas.....	84
Gráfico 29: Servicios de mayor preferencia en las Mutualistas.....	85
Gráfico 30: Productos de mayor preferencia en la Banca Pública.....	86
Gráfico 31: Servicios de mayor preferencia en la Banca Pública.....	87
Gráfico 32: Razones para elegir los bancos.....	88
Gráfico 33: Razones para elegir las Cooperativas	90

Gráfico 34: Razones para elegir las Mutualistas.....	92
Gráfico 35: Razones para elegir los Bancos Públicos	93
Gráfico 36: Valorización del Servicio al cliente de los bancos.....	94
Gráfico 37: Valorización del Servicio al cliente de las Cooperativas.....	95
Gráfico 38: Valorización del Servicio al cliente de las Mutualistas.....	96
Gráfico 39: Valorización del Servicio al cliente de la Banca Pública.....	97
Gráfico 40: Comunicación con los Bancos.....	99
Gráfico 41: Principales canales de comunicación con las Cooperativas.....	101
Gráfico 42: Principales canales de comunicación de las Mutualistas.....	103
Gráfico 43: Principales canales de comunicación con la Banca Pública... 104	
Gráfico 44: Mejoras en los Bancos privados.....	105
Gráfico 45: Mejoras en las Cooperativas.....	106
Gráfico 46: Mejoras en las Mutualistas.....	108
Gráfico 47: Mejoras en los Bancos públicos.....	109

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro	Página
Cuadro 1: Composición del Activo en las Cooperativas.....	24
Cuadro 2: Composición del Pasivo en las Cooperativas.....	25
Cuadro 3: Composición del Activo en la Banca Pública.....	27
Cuadro 4: Instituciones Financieras en Guayaquil.....	32
Cuadro 5: Tipos de Depósitos.....	34
Cuadro 6: Captaciones Guayaquil 2008.....	35
Cuadro 7: Captaciones Guayaquil 2009.....	36
Cuadro 8: Captaciones Guayaquil 2010.....	38
Cuadro 9: Captaciones Guayaquil 2008-2009-2010.....	39
Cuadro 10: Captaciones Banca Privada 2008-2009-2010.....	40
Cuadro 11: Captaciones Cooperativas 2008-2009-2010.....	42
Cuadro 12: Captaciones Mutualistas 2008-2009-2010.....	43
Cuadro 13: Sociedades Financieras 2008-2009-2010.....	44
Cuadro 14: Captaciones Banca Pública 2008-2009-2010.....	46
Cuadro 15: Colocaciones 2008.....	48
Cuadro 16: Colocaciones 2009.....	51
Cuadro 17: Colocaciones 2010.....	54
Cuadro 18: Colocaciones Bancos Privados 2008-2009-2010.....	56
Cuadro 19: Colocaciones Cooperativas 2008-2009-2010.....	58
Cuadro 20: Colocaciones Mutualistas 2008-2009-2010.....	59
Cuadro 21: Colocaciones Sociedades 2008-2009-2010.....	61
Cuadro 22: Colocaciones Bancos Públicos 2008-2009-2010.....	62

Cuadro 23: Clientes de instituciones financieras.....	69
Cuadro 24: Preferencia entre instituciones financieras.....	70
Cuadro 25: Preferencia entre Bancos.....	71
Cuadro 26: Preferencia entre Cooperativas.....	73
Cuadro 27: Preferencia entre Mutualistas.....	74
Cuadro 28: Preferencia entre bancos públicos.....	75
Cuadro 29: Preferencia en las Captaciones de los Bancos.....	76
Cuadro 30: Servicios con mayor preferencia en los Bancos.....	77
Cuadro 31: Productos con mayor preferencia en las Cooperativas.....	80
Cuadro 32: Servicios con mayor preferencia en las Cooperativas.....	81
Cuadro 33: Productos de mayor preferencia en las Mutualistas.....	83
Cuadro 34: Servicios de mayor preferencia en las Mutualistas.....	84
Cuadro 35: Productos de mayor preferencia en la Banca Pública.....	86
Cuadro 36: Servicios de mayor preferencia en la Banca Pública.....	87
Cuadro 37: Razones para elegir los bancos.....	88
Cuadro 38: Razones para elegir las Cooperativas.....	90
Cuadro 39: Razones para elegir las Mutualistas.....	91
Cuadro 40: Razones para elegir los Bancos Públicos.....	92
Cuadro 41: Valorización del Servicio al cliente de los bancos.....	93
Cuadro 42: Valorización del Servicio al cliente de las Cooperativas.....	94
Cuadro 43: Valorización del Servicio al cliente de las Mutualistas.....	96
Cuadro 44: Valorización del Servicio al cliente de la Banca Pública.....	97
Cuadro 45: Comunicación con los Bancos.....	99
Cuadro 46: Principales canales de comunicación con las Cooperativas...	101
Cuadro 47: Principales canales de comunicación de las Mutualistas.....	102
Cuadro 48: Principales canales de comunicación con la Banca Pública...	103

Cuadro 49: Mejoras en los Bancos privados.....	104
Cuadro 50: Mejoras en las Cooperativas.....	106
Cuadro 51: Mejoras en las Mutualistas.....	107
Cuadro 52: Mejoras en los Bancos públicos.....	108

CUESTIONARIO

"Preferencias en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones del sistema financiero regulado ecuatoriano. Año 2011"

Objetivo: Conocer el grado de preferencia en el uso de productos y servicios financieros y el servicio al cliente que ofrecen las entidades financieras ecuatorianas reguladas en las capitales de provincia

Capital provincia _____	Nombre del encuestador _____	Fecha encuesta _____
Número de encuesta _____		

I. Datos generales del encuestado

1.1 Edad

a.) 15 a 19 años b.) 20 a 29 años c.) 30 a 39 años d.) 40 a 49 años e.) 50 a 59 años f.) De 60 en adelante

1.2 Sexo

a.) Masculino b.) Femenino

1.3 Nivel de instrucción

a.) Primario b.) Secundario c.) Tercer nivel d.) Cuarto nivel f.) Ninguna

1.5 Situación laboral actual

- I Desempleado
- II Sector público
- III Sector privado
- IV Negocio propio
- V Ama de casa
- VI Estudiante
- VII Jubilado
- VIII Invalído
- IX Otra (especifique) _____

1.6 Dispone actualmente de una cuenta de correo electrónico?

a.) Si b.) No

En caso de ser positiva su respuesta, indique ¿cuál es la principal razón para tener una cuenta de correo electrónico?

1.7 Dispone actualmente de una cuenta en una red social como facebook, hi5 u otras?

a.) Si b.) No

En caso de ser afirmativa su respuesta, indique ¿cuál es la principal razón para tener una cuenta en una red social?

II. Acceso y preferencia de productos y servicios financieros

2.1 Es cliente de alguna institución financiera?

Si No



a) En caso de ser positiva su respuesta pase a la pregunta 2.1.1.

b. En caso de ser negativa su respuesta, indique cuál es la principal razón para no ser cliente de una institución financiera?

c. En el corto plazo le interesaría ser cliente de una institución financiera. De cual?

Si No



- a. Bancos privados
- b. Cooperativa de ahorro y crédito
- c. Mutualista
- d. Sociedades financieras
- e. Banca Pública

3.2 ¿Cómo valora el servicio al cliente de la (s) institución financiera?(marcar una X donde corresponda)

Calidad servicio al cliente	Tipo de institución financiera																	
	Bancos			Cooperativas			Mutualistas			Sociedades financ.			Banca pública			Inst. financ. No reg.		
I Muy bueno																		
II Bueno																		
III Malo																		
IV Muy malo																		
V No contesta																		

3.3 ¿Cómo cliente de la institución financiera que mejoras le gustaría recibir? Considere los tres factores más importantes (marque con una X según como corresponda)

- I Sobre productos y servicios financieros?
- II Sobre imagen institucional
- III Sobre servicio al cliente
- IV Sobre recurso humano
- V Sobre tecnología
- VI Sobre tramitología
- VII Sobre costos
- VIII Todo esta bien
- IX No contesta

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Es pecifique _____