



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**  
*La Universidad Católica de Loja*

**ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS**

**MODALIDAD ABIERTA**

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

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

**Autoras:**

**Ruiz Cueva Germania Noemy  
Suíng Ochoa Ana Cristina**

**Directora:**

**MBA. Malo Montoya Zulema del Cisne**

**LOJA – ECUADOR  
2012**

## CERTIFICACIÓN

M.B.A Zulema Malo Montoya

**DOCENTE DE LA ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS.**

### **C E R T I F I C A:**

Que el presente trabajo realizado por las egresadas Ana Cristina Suing Ochoa y Germania Noemy Ruiz, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

Loja, 11 de enero del 2012.

f).....

## CESIÓN DE DERECHOS

Nosotras Ana Cristina Suing Ochoa y Germania Noemy Ruíz Cueva, declaramos ser autoras del presente trabajo y eximimos expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

f).....  
Ana Cristina Suing O.

f).....  
Germania Ruiz Cueva

## AUTORIA

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

f).....  
Ana Cristina Suing O.

f).....  
Germania Ruiz Cueva

## *DEDICATORIA*

*Dedico este trabajo en primer lugar, con todo mi amor y cariño a tí Dios que me diste la oportunidad de vivir y de regalarme una familia maravillosa, a mis padres por su comprensión y ayuda. Me han enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.*

*A mi esposo Leonardo, por su paciencia, comprensión, por su amor y finalmente a mis tres amores mis hijos que sin duda alguna ellos son mi referencia para el presente y para el futuro.*

*Germania.*

*Dedico este trabajo de investigación a mis hijos Anahí Valentina y Roberth Josué que son las estrellas que iluminan mi camino y la razón de mis días.*

*A mis padres que son un pilar fundamental en mi vida, gracias por su apoyo, su ayuda y su amor incondicional.*

*Finalmente y no menos importante agradezco a Dios por su compañía y su apoyo.*

*Ana Cristina.*

## *AGRADECIMIENTO*

*Primero agradecemos a Dios, quién nos dio la fe, la fortaleza, la salud y la esperanza para culminar este trabajo.*

*A nuestros padres por su apoyo incondicional, quienes nos han enseñaron a luchar para alcanzar nuestras metas; nuestro triunfo es el de ustedes, ¡los amamos!*

*A nuestros esposos quienes nos estimularon y apoyaron constantemente gracias por su paciencia.*

*También agradecemos a la Universidad Técnica Particular de Loja por permitirnos realizar nuestros estudios profesionales, a través de la educación a distancia.*

*A todas las Instituciones Financieras que nos permitieron llevar a cabo nuestra investigación.*

*Agradecemos de manera especial a la M.B.A Zulema Malo Montoya por habernos guiado y por su visión crítica que ayuda a formarnos como mejores personas y mejores profesionales.*

*Por último y no menos importante a nuestros compañeros de trabajo por su optimismo, a nuestras amigas por su motivación y apoyo, gracias por su amistad.*

*Gracias a todos.....*

## INDICE DE CONTENIDOS

### CAPÍTULO I:

#### El Sistema Financiero Ecuatoriano: breve descripción y caracterización

Introducción.....	1
1.1 Ley General de Instituciones Financieras.....	3
1.1.1 Definición.....	3
1.1.2 Órganos Rectores del Sist. Financiero.....	3
1.1.3 Alcance y Regulaciones.....	4
1.2 Estructura del Sistema Financiero Ecuatoriano.....	7
1.2.1 Banca Privada.....	7
1.2.1.1 Definiciones Básicas.....	7
1.2.1.2 Caracterización de la Banca Ecuatoriana.....	8
1.2.1.3 Productos y servicios financieros.....	9
1.2.2 Cooperativismo.....	11
1.2.2.1 Definiciones básicas.....	11
1.2.2.2 Cooperativismo en el Ecuador.....	12
1.2.2.3 Productos y Servicios.....	12
1.2.3 El Mutualismo.....	13
1.2.3.1 Definiciones Básicas.....	13
1.2.3.2 El Mutualismo en el Ecuador.....	13
1.2.3.3 Productos y Servicios.....	14
1.2.4 La Banca Pública.....	14
1.2.4.1 Definiciones Básicas.....	14
1.2.4.2 La Banca Pública en el Ecuador.....	15
1.2.4.3 Productos y Servicios.....	17
1.3 Tendencias actuales de productos y ss. Financieros.....	18
1.3.1 La importancia de la web 2.0 y la tecnología de los productos Y servicios financieros.....	18
1.3.2 Canales de provisión de servicios financieros.....	18
1.3.3 Los retos futuros de los productos y servicios financieros en el Ecuador.....	20

## **CAPÍTULO II:**

### **Análisis situacional del Sistema Financiero Ecuatoriano: una perspectiva desde la oferta por plaza**

Introducción.....	22
2.1El Sistema Financiero Local.....	23
2.1.1 Análisis de captaciones por institución.....	24
2.1.2 Análisis de colocaciones por institución.....	28
2.2Evolutivo de captaciones.....	31
2.2.1Por tipo de depósito.....	31
2.2.2Por subsistema.....	34
2.3Evolutivo de Colocaciones.....	38
2.3.1Por tipo de Cartera.....	38
2.3.2Por subsistema.....	41
2.4Productos y Servicios Financieros. Tipos y costos.....	44
2.4.1Por institución Financiera.....	45
2.4.2Por subsistema.....	54

## **CAPÍTULO III:**

### **Acceso y preferencia de Productos y Servicios Financieros. Una perspectiva desde la demanda**

Introducción.....	59
3.1Factores que influyen en la preferencia de productos y servicios financieros.....	60
3.1.1Estudio comparativo entre tipos de IFIS.....	60
3.1.2Estudio comparativo entre Productos y Servicios.....	71
3.2La Comunicación con el Cliente y Servicio al Cliente.....	80
3.2.1Comunicación con el Cliente.....	80
3.2.2Servicio al Cliente.....	83
CONCLUSIONES.....	89
RECOMENDACIONES.....	92
ANEXOS.....	93
BIBLIOGRAFÍA.....	138

## RESUMEN

El sector financiero está formado por un conjunto de instituciones financieras a través de las cuales se capta el ahorro de un país y se lo canaliza a la inversión. El sistema financiero ecuatoriano ha sufrido cambios a lo largo de los años analizados afectando su evolución económica; como la crisis bancaria en los 90's, la inserción a la dolarización, las nuevas medidas de regularización y la implementación de tecnologías y servicios.

La importancia del estudio radica en conocer las tendencias y preferencias del mercado financiero, la participación de productos y servicios, la aceptación de los mismos y conocer cuáles son sus principales protagonistas y su competencia.

El objetivo de este proyecto es conocer la preferencia que tiene el cliente sobre los productos y/o servicios que ofrecen las instituciones financieras de la plaza Loja en: Banco Finca, Solidario, Unibanco, Machala, BNF, Coop. Padre Julián Lorente y Mutualista Pichincha.

Para la obtención de información se aplicara una encuesta a los clientes de dichas instituciones, en la tabulación de los resultados se aplicará el método Estadístico SPSS y el Excel.

El trabajo de investigación está estructurado en tres capítulos que analizan el sistema financiero, el portafolio de productos y servicios de las entidades y la preferencia de los clientes.

En el capítulo I analizaremos los entes de control de las entidades financieras, el alcance y regulaciones de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero y la estructura de dicho sistema.

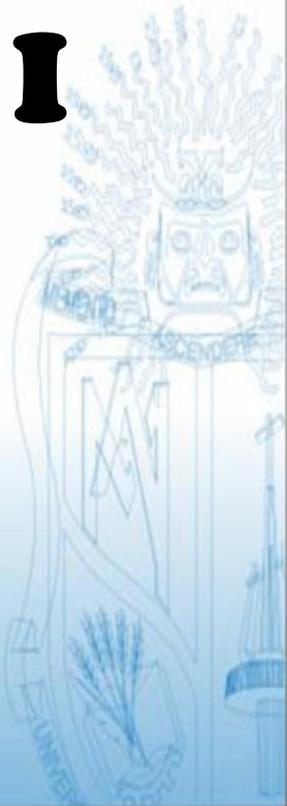
En el capítulo II analizaremos la evolución de las captaciones y colocaciones de las IFIS asignadas de la plaza Loja en los años 2008, 2009 y 2010.

En el capítulo III se aplicará las encuestas en cada IFIS asignada para conocer la preferencia y la calidad de los productos y servicios financieros en la plaza.

Para finalizar el presente trabajo, se dan a conocer las conclusiones y recomendaciones efectuadas en base a los resultados obtenidos.



# **CAPITULO I**



## I : EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO: Breve Descripción y Caracterización

En este capítulo nos enfocaremos en primer lugar a la normativa actual vigente que regula a las Instituciones del Sistema Financiera Ecuatoriano, sus Órganos Rectores, conoceremos acerca de la Estructura del Sistema Financiero. Pues estamos conscientes que dicho Sistema en un país constituye el eje económico para el desarrollo del mismo, en el cuál el Sistema Bancario cumple el rol esencial, siendo el canalizador de recursos de ahorro e inversión.

También es importante hacer una revisión a través del tiempo de los distintos problemas que se han presentado en la sistema bancario y cuáles han sido las medidas tomadas y, de forma especial revisar cual ha sido su impacto en la economía del país.

- La década de los 80, se caracteriza por la explosión de la crisis de la deuda externa, que en el Ecuador habría alcanzado niveles elevados produciendo la incapacidad de pago por parte de los deudores privados y públicos. Ante esta situación, las tasas de interés internacionales aumentaron, se suspendieron las líneas de crédito externo y los precios de los productos primarios de exportación se desplomaron (entre ellos el petróleo); todo esto generó presiones a nivel de crédito interno, tipo de cambio y reserva monetaria; el sistema bancario ecuatoriano presentó una situación generalizada de iliquidez generado por altos índices de cartera vencida.
- Durante la década de los 90's se han presentado muchos cambios en el sistema bancario, uno de los principales fue la expedición de la Ley General de Instituciones Financieras, la cual vino a reemplazar la antigua Ley de Bancos. A través de esta nueva regulación se intentó implantar la *supervisión prudencial* para el sistema bancario, la cual consiste en la vigilancia que ejercen las autoridades competentes sobre el cumplimiento de las normas preventivas aplicadas a los agentes financieros.

Con todo lo acontecido el gobierno tomo las siguientes medidas.

- Primero, se declaró un feriado bancario, en el que se congelaron las cuentas de depósitos bancarios para evitar que la gente sacara todo el dinero

- Segundo, se creó una entidad estatal llamada Agencia de Garantía de Depósitos (AGD) que sería la encargada de intervenir y estabilizar el sistema financiero nacional.
- Tercero, en enero del 2000 se dolariza oficialmente la moneda cuando un dólar equivalía a 25.000 sucres.

Ante esto podemos decir que Ecuador ha mostrado una limitada recuperación económica atribuida parcialmente a los precios del petróleo y las remesas de emigrantes.

Con la globalización se ha incorporado una generalizada innovación tecnológica que ha llevado a muchas instituciones financieras a ampliar sus canales de comunicación corporativa y a recurrir a medios sociales como una manera de captar clientes, ser más transparentes, generar confianza con el público y difundir información de interés para sus usuarios; aprovechando al máximo el potencial de estos nuevos canales de comunicación.

Sin embargo es necesario analizar la preferencia y la calidad de los actuales servicios y productos financieros en el Ecuador, así mismo captar las inquietudes de interés para los usuarios de dichas entidades en cuanto a los productos y servicios financieros y así poder trasmitirlas a sus directivos para que puedan modificar y mejorar lo que ofrecen las entidades financieras a su cargo.

## 1.1. Ley general de instituciones financieras

### 1.1.1 Definición

Según la Ley General de Instituciones Financieras en su artículo 1 dice: *“Es una ley que considera las disposiciones de la constitución política de la república, regulando la creación, organización, actividades, funcionamiento y extinción de las instituciones del sistema financiero y de sus organismos de control.*

### 1.1.2 Órganos rectores del Sistema Financiero

Los órganos rectores del sistema financiero son:

- Banco Central del Ecuador.
  - Superintendencia de Bancos y Seguros.
  - La Junta Bancaria.
- a) **Banco Central del Ecuador.-** Es el organismo ejecutor de la política monetaria, financiera, crediticia y cambiaria. Su función es instrumentar ejecutar, controlar y aplicar políticas, monetaria, financiera, crediticia y cambiaria del estado.

Entre las funciones del Banco vale mencionar las siguientes:

- Posibilita que las personas dispongan de billetes y monedas en la cantidad, calidad y en las denominaciones necesarias.
  - Facilita los pagos y cobros que todas las personas realizan en efectivo, o a través del sistema financiero privado.
  - Evalúa, monitorea y controla permanentemente la cantidad de dinero de la economía, para lo que utiliza como herramienta el encaje bancario.
  - Revisa la integridad, transparencia y seguridad de los recursos del Estado que se manejan a través de nuestras operaciones bancarias.
  - Ofrece a las personas, empresas y autoridades públicas información para la toma de decisiones financieras y económicas.
- b) **Superintendencia de Bancos y Seguros.-** La Superintendencia de Bancos, persona jurídica de derecho público, es un organismo técnico y autónomo, dirigido y representado por el Superintendente de Bancos. Tiene a su cargo la vigilancia y el control de las operaciones de instituciones del sistema financiero público y privado, así como de las compañías de seguros y reaseguros y todas

aquellas que se encuentran determinadas en la Constitución y en la Ley con el fin de velar por la estabilidad, solidez y su correcto funcionamiento.

## **Objetivos**

- Fortalecer el marco legal y normativo de acuerdo a principios, mejores prácticas y estándares internacionales vigentes.
  - Lograr una adecuada administración de riesgos mediante el fortalecimiento de los procesos de supervisión de los sistemas controlados.
  - Proteger los derechos de los consumidores financieros.
  - Fortalecer la gestión organizacional y la administración del recurso humano.
  - Asegurar la calidad y la seguridad de la información y el servicio informático, con tecnología de punta.
  - Optimizar la administración de los recursos financieros
- c) **Junta Bancaria.-** Organismo que controla la actividad del sistema financiero nacional.

## **Funciones de la Junta Bancaria**

- Dar las políticas o lineamientos a las cuales deben ajustarse las diferentes instituciones financieras del país.
- Tiene el deber de realizar permanentemente la inspección de las cifras de los bancos y entre los más importantes el patrimonio técnico.
- Participar y dar los lineamientos para las diferentes liquidaciones que deban darse a instituciones que presenten inconvenientes en el ámbito financiero.

### **1.1.3 Alcance y regulaciones**

#### **1.1.3.1 Alcance**

Las instituciones que integran el sistema financiero se clasifican en:

- a) **Institución Financiera:** se encuentran comprendidos los Bancos, las Sociedades Financieras y las Corporaciones de Inversión y Desarrollo. Estas

instituciones están sujetas, respecto a su creación, organización, actividades, funcionamiento y extinción a la Superintendencia de Bancos.

- b) Instituciones de Servicios Financieros:** formadas por los Almacenes Generales de Depósito, las Compañías de Arrendamiento Mercantil; las Compañías Emisoras o Administradoras de Tarjetas de Crédito, las Casas de Cambio, las Corporaciones de Garantía y Retro garantía, las Corporaciones de Desarrollo del mercado secundario de hipotecas. Estarán sujetas al control de la Superintendencia de Bancos y a la normativa de solvencia y prudencia financiera.
- c) Instituciones de Servicios Auxiliares:** Cuyo objeto social es el siguiente transporte de especies monetarios y de valores; servicios de cobranza; cajeros automáticos; servicios contables; servicios de computación; fomento a las exportaciones; inmobiliarias propietarias de bienes destinados exclusivamente a uso de oficinas de una sociedad controladora o institución financiera. Aquellas otras que fueren calificadas por la Superintendencia de Bancos.
- d) Sistema Financiero Público:** El sistema financiero público esta constituido por las instituciones financieras del sector público y se rige por sus propias leyes en lo relativo a su creación, actividades, funcionamiento y organización. En todo caso, las instituciones financieras públicas se sujetan a la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero en lo referente a la aplicación de normas de solvencia y prudencia financiera y al control de la Superintendencia de Bancos. También se aplican las normas de esta Ley, en lo que respecta a normas de liquidación forzosa de estas instituciones cuando existan causales que así lo ameriten. Estas instituciones son: el Banco Central del Ecuador, el Banco del Estado, el Banco Ecuatoriano de la Vivienda, el Banco Nacional de Fomento y la Corporación Financiera Nacional.

### **1.1.3.2 Regulaciones**

Según el Artículo 171 de la Ley: *“La Superintendencia de Bancos, es el organismo técnico con autonomía administrativa, económica y financiera y personería jurídica de derecho público que tiene a su cargo la vigilancia y el control de las instituciones del sistema financiero público y privado, así como de las compañías de seguros y reaseguros, determinadas en la Constitución y en la Ley”.*

Según el Artículo 171 de la Ley: *“Las instituciones del sistema financiero estarán obligadas a dar todas las facilidades para que la Superintendencia cumpla sus funciones y deberán dar acceso a su contabilidad, libros, correspondencia, archivos o documentos justificativos de sus operaciones al Superintendente o a sus delegados”*.

Según el Artículo 84: *“Toda institución del sistema financiero, tendrá un auditor interno y un auditor externo, calificados en cuanto a su idoneidad y experiencia por la Superintendencia. Respecto del segundo, la Superintendencia llevará el registro correspondiente y además tendrá plenas facultades fiscalizadoras sobre ellas y podrá exigir requisitos mínimos que deban cumplirse”*.

Según el Artículo 88: *“Los depósitos y demás captaciones de cualquier índole que se realicen en las instituciones del sistema financiero, estarán sujetos a sigilo bancario, por lo cual las instituciones financieras receptoras de los depósitos y captaciones, sus administradores, funcionarios y empleados no podrán proporcionar información relativa a dichas operaciones sino a su titular o a quien lo represente legalmente”*.

Según el Artículo 95: *“La Superintendencia establecerá un sistema de registro, denominado Central de Riesgos, que permita contar con información individualizada debidamente consolidada y clasificada sobre los deudores principales de las instituciones del sistema financiero ecuatoriano, incluyendo los casos en que éstas actúen en su nombre por cuenta de una institución bancaria o financiera del exterior”*.

Según el Artículo 142: *“Cuando una institución del sistema financiero no cumpliera con las resoluciones de la Junta Bancaria o las disposiciones de la Superintendencia de Bancos y demás normas aplicables, el Superintendente obligatoriamente exigirá y aprobará los programas de regularización y verificará su cumplimiento”*.

De igual forma cuando una institución caiga por debajo de los límites permitidos del patrimonio técnico requerido el Superintendente impondrá un programa de regularización.

Cuando una institución se encuentre en deficiencia de patrimonio técnico requerido, señalado en el artículo 142 de esta ley y no haya regularizado su situación financiera, la Superintendencia dispondrá su liquidación forzosa.

*“El Superintendente de Bancos, previa a la declaratoria de liquidación forzosa de una institución financiera en la que aparezcan indicios de fraude bancario o financiero, deberá solicitar al juez competente medidas cautelares sobre los bienes de los directores, administradores, accionistas privados y/o representantes legales de la institución financiera declarada en liquidación forzosa, que hayan participado en los actos o en la administración que sean materia de los indicios”.*

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

El Sistema Financiero tiene como objetivo principal conseguir que el desarrollo económico del país sea canalizado de forma ordenada y equilibrada para mejorar y fomentar el ahorro, la inversión y la utilización de productos crediticios.

Dicho Sistema se encuentra conformado por entidades financieras públicas, entidades financieras privadas, compañías de seguros y en general instituciones de servicios financieros que se encuentran bajo el control de la Superintendencia de Bancos y Seguros, “constituyéndose los bancos en el eje central, ya que cubren con más del 90% las operaciones del total del sistema”.

### **1.2.3 Banca Privada**

#### **1.2.1.1 Definiciones básicas**

Entre las definiciones básicas de la banca podemos citar:

- Banca: Es la actividad que administra y comercia con los recursos monetarios de los Estados.
- Banco Central del Ecuador: Persona jurídica de derecho público, de duración indefinida y patrimonio propio. Es un organismo técnico y autónomo, ejecutor de la política monetaria.
- Superintendencia de Bancos y Seguros: Persona jurídica de derecho público, organismo técnico y autónomo, dirigido y representado por el Superintendente

de Bancos y Seguros. Vigila y controla a las instituciones del sector público y privado.

- Junta Bancaria: Organismo dependiente de la Súper de Bancos, conformada por cuatro miembros adicionales: el Gerente General del Banco Central, dos miembros nombrados por la Junta Monetaria y un quinto designado por los cuatro ya nombrados.
- Bancos: Instituciones Financieras que realizan intermediación, tienen autorización para aceptar depósitos, conceder créditos, están obligados a mantener reservas y activos disponibles para satisfacer las necesidades de los depositantes.
- Sociedades Financieras: Pueden ser sociedades públicas o privadas dedicadas a la intermediación.
- Asociaciones Mutualistas de Ahorro y Crédito para la vivienda: Son instituciones de naturaleza privada, dedicadas a captar dinero del público para financiar todo tipo de producto para vivienda.
- Cooperativas de Ahorro y Crédito: Son aquellas que realizan intermediación con el público.
- Producto Financiero: Mecanismo o instrumento financiero, como acciones bonos, obligaciones, etc., por los cuales se aporta dinero para una empresa con el objetivo de obtener beneficios.<sup>1</sup>
- Servicios Financieros: Son aquellos con los cuales la gente controla el dinero por todo el mundo.<sup>2</sup>

### 1.2.1.2 Caracterización de la banca ecuatoriana

Con el pasar de los años, la banca en el Ecuador ha sufrido una serie de cambios y transformaciones, principalmente en la década de los noventa como consecuencia de la crisis bancaria y el cambio de la moda de uso corriente en Enero del 2000, mes en el cual se dio el paso definitivo al empleo del dólar como moneda oficial de la República del Ecuador. Con este cambio los roles del Banco Central del Ecuador cambiaron drásticamente de ser el emisor de la moneda del país, quien llevaba el control de la inflación y gestor de la política monetaria, crediticia y cambiaria a ser el

---

<sup>1</sup> Definición Legal.com(2011)título, Definición de producto financiero de: <http://www.definicionlegal.com/definicionde/Productofinanciero.htm>

<sup>2</sup> Fundación Wikimedia lcn.(2011)título, Servicios financieros de: [http://es.wikipedia.org/wiki/Servicios\\_financieros](http://es.wikipedia.org/wiki/Servicios_financieros).

encargado de promover la estabilidad del país a través de la elaboración de estadísticas del sistema económico, el diseño de políticas y estrategias para el desarrollo de la nación, actuar como depositario de los fondos públicos y como agente fiscal y financiero del Estado, entre otros.

A pesar de ello en los últimos años se ha logrado ver una relativa estabilidad, lo cual ha permitido el crecimiento de la Banca Privada en el país que cuenta con 25 bancos, 4 mutualistas, 10 sociedades financieras y 36 cooperativas de ahorro y crédito (corte de la información septiembre del 2008; instituciones controladas por la Súper de Bancos).

Con esto la bancarización en el país se ha incrementado en los últimos años; en el 2005 pasó del 25% de nivel de bancarización al 37% en el 2010, aunque a nivel de América Latina sigue en un bajo nivel, ya que aquí se registra un 80.20% de bancarización.

La mayoría de los bancos del país han incrementado su número de agencias y sucursales lo que les ha permitido llegar a un mayor número de clientes; en el Ecuador existen 53.20 puntos de atención por cada 100.000 habitantes, superior al promedio de América latina que se registra en 49.90 puntos de atención.

Además en el país la penetración de servicios financieros, es decir, “Depósitos + Créditos / PIB” corresponden al 45.3% a septiembre del 2010, en relación al 37.3% registrado durante el 2006.

Es muy importante además mencionar que muchas instituciones obtienen una mayor cobertura a través de los ATM con lo cual reducen costos y suben sus ganancias.

### **1.2.1.3 Productos y servicios financieros**

A nivel de América Latina y en el caso particular de la banca ecuatoriana se ha tratado de crear un gran portafolio de productos y servicios modernos y útiles para los consumidores, para así lograr su fidelidad, y sobre todo cubrir las necesidades de los usuarios; éste crecimiento ha mejorado notablemente gracias al internet y al uso del celular.

Evidentemente también existen por otro lado las barreras que le impiden crecer tales como el control de las tasas de interés y los costos por los servicios prestados.

Entre los principales productos y servicios que prestan las instituciones financieras del Ecuador tenemos:

- Cuentas de Ahorro: Son depósitos a la vista de libre disposición para el titular de la misma, su principal característica es que los movimientos de esta cuenta son detallados en una libreta que se puede actualizar cuando el dueño así lo requiera.
- Cuentas Corrientes: La Cuenta Corriente es un contrato entre el cliente, denominado “Cuentacorrentista” y el Banco, por medio del cual la institución se obliga a cumplir con las órdenes de pago del cliente hasta el valor del que dispone en su cuenta o hasta el valor pactado con el Banco. Su principal característica es el cheque como medio principal de pago.
- Inversiones: Son depósitos formalizados entre el cliente y el banco que se pactan por un monto y plazo determinado y se cancelan generalmente a su vencimiento.
- Créditos de Consumo: Operaciones de crédito destinadas para cubrir gastos corrientes como por ejemplo: pago de deudas, gastos de medicina, compra electrodomésticos.
- Créditos Comerciales: Operaciones de crédito destinadas para gastos de negocios como capital de trabajo, compra de activos fijos, etc.
- Créditos para Microfinanzas: Operaciones de crédito destinadas para pequeños negocios.
- Créditos de Vivienda: Operaciones de crédito destinadas para la adquisición de vivienda propia.
- Tarjetas de Débito Bancario: Son alternativas para el retiro del dinero disponible tanto de cuenta de ahorro como cuentas corrientes.
- Tarjetas de Crédito: Llamadas dinero plástico, se constituyen en medios de retiro de efectivo de acuerdo a lo pactado entre la institución financiera (cupó de la tarjeta) y el titular de la misma.
- Seguros: Generalmente se reconocen seguros de desgravamen y de incendios, para las operaciones de crédito.
- Cheques de gerencia: Son medios de retiro de efectivo seguro para cancelaciones.

- Transferencias Bancarias: Transferencias entre cuentas de la misma institución.
- Transferencias Interbancarias: Transferencias entre cuentas de diferentes instituciones bancarias dentro del país.
- Transferencias al Exterior: Transferencias entre cuentas de diferentes instituciones bancarias fuera del país.
- Pago de Servicios básicos: Cancelación vía débito a la cuenta o pago en ventanilla de servicios como luz, agua, teléfono.
- Banca Electrónica: Mediante el internet se pueden realizar cualquier tipo de transacción en una institución.

## **1.2.2 Cooperativismo**

### **1.2.2.1 Definiciones Básicas**

Según la Alianza Cooperativa Internacional celebrada en Manchester en el año de 1995, el concepto de Cooperativa se define como: “Una asociación de personas agrupadas voluntariamente para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales comunes, por medio de una empresa que se posee en conjunto y se controla democráticamente”

Dentro de las definiciones básicas del cooperativismo están:

- Ayuda Mutua: Es el completo desarrollo individual se logra por medio de la acción en conjunto y responsabilidad mutua.
- Responsabilidad Propia: Cada miembro de una cooperativa asume la responsabilidad para su cooperativa, para su creación y vitalidad continua y para garantizar que mantenga su independencia de otras organizaciones públicas y privadas.
- Democracia: La participación democrática de los asociados en las cooperativas es el eje fundamental de este valor.
- Igualdad: Los miembros tienen derecho a participar, ser informados, ser escuchados y ser involucrados en la toma de decisiones.
- Equidad: A la hora de retribuirles su participación se les debe tratar equitativamente.
- Solidaridad: Significa que las cooperativas y sus miembros se mantienen juntos.

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

En el país el movimiento cooperativista se distingue por tres etapas fundamentales:

- a. La primera etapa se inicia en la última década del siglo XIX, cuando se crean en Quito y Guayaquil, principalmente, una serie de organizaciones artesanales y de ayuda mutua.
- b. La segunda etapa a partir del año 1937, en el cual se dicta la primera Ley de Cooperativas con el propósito de dar mayor alcance organizativo a los movimientos campesinos, tratando de modernizar su estructura productiva y administrativa, a través de este modelo.
- c. La última etapa comienza a mediados de los años 60 con la expedición de la Ley de Reforma Agraria (1964) y la nueva Ley de Cooperativas (1966) aún vigente.

En la actualidad el sector cooperativo representa el 10% de los activos, 13% de la cartera y el 15% del patrimonio del sistema financiero del Ecuador.

Datos entregados por la Asociación de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Ecuador controladas por la Súper de Bancos, demuestran que en agosto del 2005 sus activos superaban los \$ 782,75 millones, y al el mes de agosto del 2010 muestran un incremento de \$ 2.304 millones. En lo referente a la cartera de crédito en el mismo 2004 estuvo en \$ 623,32 millones y a la fecha aumentó hasta \$ 1.687,30 millones; este incremento se lo observa también en los depósitos del público que en el 2005 estaban en \$ 545,19 millones y en el 2010 se registran en \$ 1.726,47 millones.

En lo que respecta a la cobertura del sistema cooperativo, al igual que la banca privada a través de los años se ha expandido con la apertura de nuevas oficinas, servicios de ATMS y en lo referente al 2011 con el incremento de un sinnúmero de cooperativas que prestan infinidad de servicios para sus asociados.

### **1.2.2.3 Productos y servicios**

El objetivo principal del cooperativismo es la ayuda a sus asociados, por tal motivo los productos y servicios prestados por este tipo de instituciones tienen un fin principalmente de solidaridad, entre los principales tenemos:

- Cuentas de Ahorro.
- Tarjetas de Débito.
- Créditos de Consumo.
- Créditos Comerciales.
- Créditos para Microfinanzas.
- Créditos de Vivienda.
- Seguros de Salud: Servicios que ofrecen las cooperativas de acuerdo a su naturaleza de apoyo mutuo a sus asociados.
- Asistencia Médica: Servicios que ofrecen las cooperativas de acuerdo a su naturaleza de apoyo mutuo a sus asociados.
- Servicios Exequiales, entre otros.

### **1.2.3 El Mutualismo**

#### **1.2.3.1 Definiciones Básicas**

Mutualismo: *“El mutualismo es un sistema social basado en la igualdad de la libertad, la reciprocidad, y la soberanía del individuo sobre sí mismo, sus asuntos y sus productos; realizado a través de la iniciativa individual, el libre contrato, la cooperación, la competición, y la asociación voluntaria para la defensa contra los invasores y para la protección de la vida, la libertad y la propiedad legítima”.*

Clarence Lee Swartz

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

Básicamente el Mutualismo en el Ecuador tiene el objetivo primordial de destinar los fondos del público a proyectos de vivienda, en el país las primeras organizaciones mutuales aparecieron a finales del siglo XIX y que con el pasar del tiempo se constituyeron en instituciones de mutuo socorro, beneficencia y defensa a lo profesional.

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

Las Mutualistas del país actualmente cuentan con una cobertura de activos del 61.59%, patrimonio técnico y ponderados por riesgos del 11.62%, la morosidad bruta es del 3.40% y fondos disponibles a corto plazo del 10.57%.

En lo que tiene que ver con la cobertura funcionan igual que el resto de las instituciones financieras.

### **1.2.3.3 Productos y Servicios**

En lo que respecta a los productos y servicios que brindan las Mutualistas del Ecuador, se tiene preferentemente productos especiales para desarrollo de la actividad de la construcción y vivienda, es decir, financiamiento para proyectos de vivienda en gran escala o para usuarios que deseen adquirir una vivienda propia.

## **1.2.4 La Banca pública**

### **1.2.4.1 Definiciones básicas**

**Banca pública:** La banca pública en el Ecuador como en otros países se compone de organismos creados por los gobierno con el objetivo de atender necesidades de crédito de algunas actividades que se consideren básicas para el desarrollo de la economía del país. Entre los principales organismos públicos tenemos en el Ecuador tenemos:

- Banco Nacional de Fomento “BNF”.
- Banco Ecuatoriano de la Vivienda “BEV”.
- Corporación Financiera Nacional “CFN”.
- Banco del Estado “BEDE”.
- Banco Central del Ecuador “BCE”.
- Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas “IECE”.

### 1.2.4.2 La banca pública en el Ecuador

La banca pública en el Ecuador se creó básicamente para erradicar la pobreza y fomentar la inversión de los sectores más necesitados del país.

Las instituciones que se encuentra dentro de este paquete institucional son:

- Banco Nacional de Fomento, BNF: *“El Banco Nacional de Fomento impulsa el desarrollo intensivo de la economía, cuyo efecto promueve y financia programas generales y proyectos específicos de fomento de la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la industria y el comercio de materias y productos originarios del país”*.<sup>3</sup>
- Corporación Financiera Nacional, CFN: *“Es una Institución financiera pública, autónoma, con personería jurídica, técnica, moderna, ágil y eficiente, estimula la modernización y el crecimiento de todos los sectores productivos y de servicios. La CFN es una banca de desarrollo del Ecuador, es una institución financiera pública, cuya misión consiste en canalizar productos financieros y no financieros alineados al Plan Nacional del Buen Vivir para servir a los sectores productivos del país.*

*La acción institucional está enmarcada dentro de los lineamientos de los programas del Gobierno Nacional dirigidos a la estabilización y dinamización económica convirtiéndose en un agente decisivo para la consecución de las reformas emprendidas.”*<sup>4</sup>

- Banco del Estado, BEDE: *“El nombre actual del “Banco del Estado”, nace con la promulgación de la Ley de Régimen Monetario y Banco del Estado, publicada en el Registro Oficial – Suplemento N° 930, de 7 de mayo de 1992. Sin embargo su nombre no data de la misma fecha de su creación; fue mediante Decreto Ley que se expidió la Ley estatutaria del “Banco de Desarrollo del Ecuador” - BEDE- el 6 de agosto de 1979, fecha desde la cual comienza su funcionamiento como persona jurídica autónoma de derecho privado con finalidad social y pública. Esta Ley, promulgada apenas cuatro días antes del retorno a la democracia en nuestro país, viabilizó la operación de una*

---

<sup>3</sup>Banco Nacional de Fomento (2011) título, Definición Banco de Fomento: [https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=190&Itemid=410](https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=190&Itemid=410)

<sup>4</sup>CFN (2011) título, Corporación Financiera Nacional: [http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=4&Itemid=132](http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=4&Itemid=132)

*institución que ya había sido creada mediante Decreto Supremo del 17 de septiembre de 1976.*

*En los considerandos de la Ley de creación, el Consejo Supremo de Gobierno de entonces estableció la necesidad “que el Estado ecuatoriano cuente con una institución financiera que concentre, coordine y distribuya los recursos destinados al financiamiento de proyectos prioritarios de desarrollo del sector público y facilite la aplicación de una sana estrategia de inversión; dentro del marco de los objetivos de desarrollo económico que propugna el Gobierno Nacional”.*

*Hay que anotar que la incorporación del Ecuador al modelo de sustitución de importaciones implicó que nuestro país estableciera una serie de instituciones públicas que tenían como objetivo propiciar el desarrollo nacional. Así, la creación de instituciones como el BEDE, ahora Banco del Estado, fue un reflejo de la mentalidad desarrollista vigente en aquella época”<sup>5</sup>.*

- *Banco Ecuatoriano de Vivienda, BEV: “El Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV) fue creado el 26 de mayo de 1.961, mediante el Decreto-Ley de Emergencia No. 23, publicado en el Registro Oficial No. 223, siendo su finalidad la de atender el déficit de la demanda habitacional en el país.*

*El Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV), afronta con responsabilidad el desafío de convertir a la Institución en un Banco de Desarrollo al servicio de la ejecución de proyectos habitacionales de interés social acorde al Plan Nacional del Buen Vivir, siendo uno de los objetivos fundamentales de la entidad, atender el mercado hipotecario y financiero, esto es atendiendo la demanda de vivienda y su financiamiento, con suficientes recursos y con la participación dinámica del sector privado. Para cumplir con su compromiso el BEV está presente a nivel nacional a través de las oficinas de Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y Portoviejo; así como también, con Instituciones Financieras debidamente autorizadas.”<sup>6</sup>*

- *Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo, IECE: “Es una entidad de derecho público, con personería jurídica, autonomía administrativa, con patrimonio y fondos propios, encargada de conceder becas y crédito educativo a los*

---

<sup>5</sup> Banco del Estado (2011) título, Historia Banco del Estado: [http://www.bancoestado.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6&Itemid=3&lang=es](http://www.bancoestado.com/index.php?option=com_content&view=article&id=6&Itemid=3&lang=es)

<sup>6</sup> Banco Ecuatoriano de la Vivienda (2008) título, Historia del BEV: <http://www.bev.fin.ec/paginas/quienessomos.html>

*estudiantes y profesionales ecuatorianos que deseen estudiar en centros docentes del país como del exterior”<sup>7</sup>*

- **BANCO CENTRAL:** *“Es una persona jurídica de derecho público, con autonomía patrimonio propio, es el organismo ejecutor de la Política Monetaria, Financiera Crediticia y Cambiaria; de duración indefinida. La Ley de Régimen Monetario y Banco del Estado (1992) definió con claridad las funciones del Banco Central del Ecuador en la formulación e implementación de la política monetaria, cambiaria, y en la construcción de un ambiente de estabilidad económica en el país. Con la ley se buscó darle independencia al Banco al alejarlo de designaciones y decisiones políticas en el campo económico, tal el caso del nombramiento de autoridades por parte del gobierno; de las restricciones para el financiamiento inflacionario del fisco; y, en el manejo de instrumentos, directamente, para orientar el tipo de cambio y las tasas de interés.”<sup>8</sup>*

No se encuentran en este grupo ni el BIESS ni el Banco del Pacífico.

Los porcentajes de colocación de la banca pública en el 2010 crecieron en un 38%, en relación al 2009. Datos emitidos por el Ministerio Coordinador de la Política Económica, indican que el BNF entregó 736 millones de dólares, BEV 69 millones de dólares y la CFN 506 millones de dólares, BEDE 496 millones, como apoyo al sector productivo; a estos valores se suma el IECE que otorgó 108 millones de dólares.

### **1.2.4.3 Productos y servicios**

Básicamente la banca pública busca satisfacer las necesidades básicas de un grupo de la población que no tiene acceso fácil tanto a crédito para vivienda, crédito para el sector agrícola o crédito para los pequeños sectores comerciales.

---

<sup>7</sup> El Universo (2006) título , Guía de Carreras Universitarias y Post Grados: <http://especiales.eluniverso.com/especiales/guadecarreras/iece.asp>

<sup>8</sup> Banco Central del Ecuador (2010) título, Historia Banco Central: <http://www.bce.fin.ec/contenido.php?CNT=ARB0000983>

## 1.3 Tendencias actuales de productos y servicios financieros

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

La era del internet y el auge de las redes sociales y los blogs han llevado a muchas de las instituciones financieras a ampliar sus canales de comunicación corporativa y a recurrir a medios sociales como una manera de captar clientes, ser más transparentes y generar confianza.

Laudon, K.C., & J.P. (2004) dice lo siguiente :

*“Internet ha creado vastos mercados para la compra y venta de acciones, bonos y otros productos financieros. También se dispone de administración de cuentas de inversión y de comercio en línea. Los sistemas financieros, algunos de los primeros que se computarizaron, se basan actualmente en computadoras y redes de alta velocidad. La información financiera y contable al instante desde sistemas internos de computación y fluye asimismo a través de todas las organizaciones”.*

### 1.3.2 Canales de provisión de servicios financieros

Los bancos proveen servicios financieros mediante una variedad de mecanismos, incluyendo sucursales bancarias, ATMs, puntos de venta (POS), banca por Internet, banca telefónica, banca celular y corresponsales no bancarios. Aunque la gran mayoría de los países aún no cuentan con información agregada sobre la cobertura bancaria mediante la utilización de banca por Internet, telefónica y celular, existe información sobre sucursales, ATMs y, en algunos casos, POS.<sup>9</sup>

- **EL INTERNET:** La reducción de los gastos de explotación, tales como los costes de personal y los alquileres, es el principal argumento económico que subyace en la adopción de Internet como canal de distribución de productos y servicios bancarios.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Rojas, L. (2007, Febrero 02) título, Promoviendo el acceso a los servicios financieros de: [http://www.felaban.com/pdf/servicios\\_financieros.pdf](http://www.felaban.com/pdf/servicios_financieros.pdf)

<sup>10</sup> Hernando, I., & Nieto, M. (2008, Julio) título, , La prestación de servicios on-line en el sistema bancario español de: <https://www.cajasol.es/cajasol/generico/pdf/servicioestudio/CuadernosCajasoln4.pdf>

Además de facilitar la reducción de costes operativos, la racionalidad económica de la introducción del canal Internet se basa en el potencial aumento de los ingresos por comisiones como resultado de la mayor facilidad para los clientes de realizar determinadas transacciones o de ampliación de la cesta de productos disponibles.<sup>11</sup>

- **SUCURSALES:** La banca tradicional se basa, fundamentalmente en la distribución de servicios financieros mediante una red de oficinas bancarias donde el cliente es considerado como un agente pasivo en las transacciones hasta el momento en que se efectúan.<sup>12</sup>
- **CAJEROS AUTOMÁTICOS:** La función de los cajeros automáticos ha venido siendo, principalmente, la de dispensar dinero en efectivo. Por supuesto, los cajeros automáticos actuales son capaces de ofrecer otros diversos servicios tales como consultas de saldo y extractos de cuenta, pero estos servicios son poco más que meros valores añadidos periféricos que no hacen sino usar la tecnología que ha estado detrás de estas máquinas durante todos estos años, en vez de desarrollarla.
- **BANCA MOVIL:** Cerca de un 80% de las nuevas conexiones se generó en países emergentes y en su mayoría fueron consumidores de bajos ingresos. La banca sin sucursales ha surgido como un nuevo enfoque prometedor para acelerar la inclusión financiera.

La banca sin sucursales es una estrategia de canales de distribución utilizada para la prestación de servicios financieros sin depender de las sucursales bancarias. Si bien esta estrategia puede complementar la red de sucursales ya existente para dar a los clientes una mayor gama de opciones por las que acceder a servicios financieros, la banca sin sucursales también puede ser

---

<sup>11</sup> Constanzo.(2008, Julio) título Centro de predicción económica , Madrid. de: [http://www.n-economia.com/notas\\_alerta/pdf/ALERTA\\_NE\\_16-2008.PDF](http://www.n-economia.com/notas_alerta/pdf/ALERTA_NE_16-2008.PDF).

<sup>12</sup> Momparler,(2008) título ,Economía Industrial. Valencia: pág. 119 de: <http://www.mityc.es/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/370/119.pdf>.

utilizada como una estrategia de canal de distribución totalmente independiente, renunciando a las sucursales bancarias <sup>13</sup>

- **BANCA TELEFONICA:** La banca telefónica es un sistema que permite al usuario realizar consultas y operaciones a través de un número de teléfono que la entidad pone a disposición de quienes deseen utilizar este servicio<sup>14</sup>. La banca telefónica, concurren dos factores: Por una parte, la creciente demanda de los clientes, motivada por la escasez de tiempo para realizar operaciones bancarias, la dificultad en los desplazamientos hasta las oficinas, la necesidad de un servicio permanente, la reducción de costes, el abaratamiento de los equipos y la mayor cultura Informática.<sup>15</sup>
  
- **CORRESPONSALES NO BANCARIOS:** Estas redes de corresponsales, están conformadas por tiendas, farmacias, oficinas postales y otro tipo de comercios en donde se ofrecen los servicios financieros de los intermediarios. La responsabilidad de las operaciones ahí realizadas es enteramente del intermediario financiero.

Corresponsal, Corresponsalías o agencias bancarias. La regulación de este tipo de oficinas debe ser suficientemente flexible para evitar sobrecargar su estructura de costos y que las vuelva inviables, a la vez de mantener condiciones mínimas de seguridad y de prevención de actividades como el lavado de dinero.

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

Los niveles de profundización financiera y bancarización aún se mantienen por debajo del promedio de América Latina (AL), por lo que es fundamental la adopción de nuevas políticas que estimulen el crecimiento sostenido del sector. Una tendencia

---

<sup>13</sup> Ugarte, A (2010, febrero) título, Banca por Móvil y Banca sin Sucursales de: <http://www.administracionynegocios.cl/v2/asociate-y-emprende/banca-por-movil-y-banca-sin-sucursales/>

<sup>14</sup> Izquierdo, E (2008, septiembre). España: pág. 1

<sup>15</sup> Larran, J & Muriel, M (2007) título, La banca por internet como innovación tecnológica en el sector bancario de <http://www.aedem-virtual.com/articulos/iedee/v13/132145.pdf>

importante es el desarrollo de las microfinanzas y el microcrédito, en el cual se ha otorgado un volumen de crédito de US\$880 millones entre enero y septiembre de 2010, facilitando así la formalización de la economía.

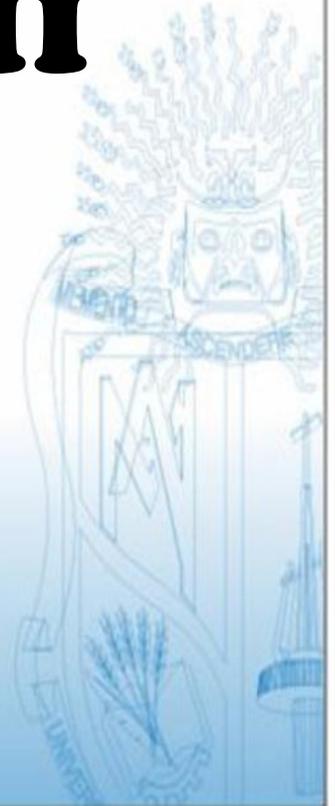
“El desarrollo tecnológico y la constante innovación del Sistema Bancario ecuatoriano mediante la fusión de servicios independientes a la intermediación financiera, como el Internet y el celular, ha sido importante. La implantación de límites y controles a las tasas de interés y a las tarifas por servicios financieros, son ejemplos de ello”<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Asociación de Bancos privados, (2010, noviembre).Ecuador : pág 1



# **CAPITULO II**



## **II: Análisis situacional del Sistema Financiero Ecuatoriano. Una perspectiva desde la oferta por plaza**

A finales de los 90`s e inicios del 2000, el país sufrió una de las mayores crisis financiera y política en su historia, es así que los años 97 y 98 el PIB permaneció estancado y en el año 1999 cae a -7,3%. La caída internacional del precio del petróleo marcó la crisis fiscal y con esto se produjo la parálisis del aparato productivo y llegó la recesión de la economía, la cual trató de ser combatida por los bancos con un aumento de las captaciones y la elevación de la tasas de interés en los depósitos a plazo principalmente. A pesar de esto los bancos sufrieron un incremento de la cartera vencida por la depresión de los negocios debido a la crisis y la gente con el fin de protegerse de la inestabilidad empezó a retirar sus dineros lo que dejó a las Bancos ilíquidos y se produjeron la quiebra de algunos bancos, entre los cuales podemos mencionar: Filanbanco, El Progreso, Prestamos, Tungurahua, Finagro, La Previsora, entre otros.

A raíz de esto en el gobierno de Jamil Mahuad se da paso al salvataje bancario de algunas instituciones; a pesar de esta ayuda del gobierno muchas instituciones quebraron debido a la concentración de créditos vinculados que no fueron recuperados y a la fuga de capitales por la inestabilidad de la moneda.

Con ello se creó la AGD “Agencia de Garantías de Depósitos”, que era una entidad del estado cuya finalidad era intervenir y conseguir el saneamiento del sistema financiero nacional.

El desarrollo de la economía mundial se manifiesta en el crecimiento de la actividad financiera, es decir, en el aumento del uso de productos y servicios financieros en la sociedad, es por ello que los agentes financieros ecuatorianos han inclinado su esfuerzo hacia la masificación y modernización del uso de los productos y servicios financieros, que permitan la inclusión de un mayor número de usuarios en el sistema, ya que los productos y/o servicios financieros son en su esencia los mismos, el elemento diferenciador en las entidades financieras es la calidad con que se brindan los mismos.

## 2.1. El Sistema Financiero Local

En el año 2008 el Sistema Financiero Nacional vivió varios cambios en sus regulaciones, así también se vio afectado por el clima político – electoral, la crisis económica y financiera global.

Debido a esto las instituciones que forman parte del Sistema tienen ahora un mayor control ya que trabajan con dinero de terceras personas; esto implica una responsabilidad para el intermediario que debe realizar su actividad con transparencia, para generar confianza.

En los años analizados se puede observar que el Sistema Financiero Local ha presentado crecimiento, tal es así que existen nuevos Bancos como el Solidario, Cooperativas como la Juventud Ecuatoriana Progresista de las reguladas por la Superintendencia ya que en general existen otras instituciones no reguladas que han abierto sus puertas al público lojano.

A continuación analizaremos de forma breve los conceptos de los distintos puntos de atención al cliente:

- **Matriz:** *“Empresa creadora de otras empresas o sucursales y es la que ostenta la dirección general de toda su organización”<sup>17</sup>.*
- **Sucursal:** *“El establecimiento de sucursales consiste en crear extensiones de la misma compañía en diferentes lugares en los que se efectúen operaciones para los clientes, fundamentalmente en las zonas retiradas de la sede de la casa matriz”<sup>18</sup>*
- **Agencia:** *“Una agencia o un agente es un vendedor independiente, que ejerce sus actividades con independencia económica y administrativa de la casa matriz, o sea es responsable de sus obligaciones fiscales”<sup>19</sup>*
- **Ventanilla de Extensión:** *“Como su nombre lo indica es una caja que da servicios únicamente de ventanilla, es decir para transacciones como retiros, depósitos, pagos, etc.*

---

<sup>17</sup> MiMi.hu (2011) título, Matriz, Sociedad de: <http://es.mimi.hu/economia/matriz.html>

<sup>18</sup> Mi Tecnológico (2011) título, Conceptos y Características Agencias: <http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptoYCaracteristicasAgencias>

<sup>19</sup> Mi Tecnológico (2011) título, Conceptos y Características Agencias: <http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptoYCaracteristicasAgencias>

Cuadro 1: Puntos de atención al cliente en el cantón Loja de las IFIS.

<b>Bancos Privados</b>	<b>Matriz</b>	<b>Agencias</b>	<b>Sucursales</b>	<b>Ventanillas Ext.</b>
Banco del Austro			1	1
Banco Bolivariano			1	1
Bco. para Asist. Comun. Finca		1		
Banco de Guayaquil		1		1
Banco de Loja	1	4		5
Banco de Machala			1	
Banco Pichincha		2		
Banco Procredit		1		
Banco de la Produc. Produbanco		1	1	
Banco Solidario			1	
Banco Universal Unibanco			1	
<b>Cooperativas</b>				
Coop. 29 de Octubre		1		
Coop. Codesarrollo		1		
Coop. CCP		1		
Coop. Juventud Ecuatoriana Progresista		1		
Coop. Manuel Esteban Godoy	1	3		
Coop. Padre Julián Lorente	1			
<b>Mutualistas</b>				
Mutualista Pichincha			1	
<b>Entidades Públicas</b>				
Banco Nacional de Fomento			1	

Fuente: Páginas web de las IFIS

Elaborado por: Las autoras

## 2.1.1 Análisis de captaciones por institución

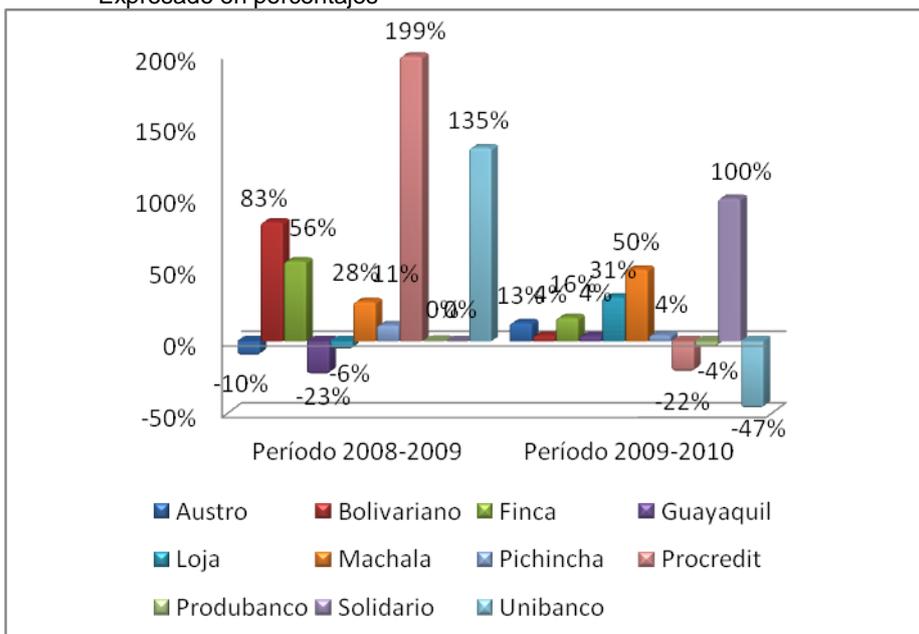
Cuadro 2: Total de captaciones de la Banca Privada 2008 - 2010. Plaza Loja  
Expresado en miles de dólares

<b>Banca Privada</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>Variación 2008 - 2009</b>	<b>Variación 2009 - 2010</b>
Austro	9.433,12	8.458,84	9.552,06	-10,33%	12,92%
Bolivariano	4.202,34	7.704,52	8.007,54	83,34%	3,93%
Finca	188,78	294,52	343,07	56,01%	16,48%
Guayaquil	30.993,31	23.657,60	24.512,71	-23,67%	3,61%
Loja	120.522,59	113.111,37	147.936,05	-6,15%	30,79%
Machala	4.846,70	6.187,53	9.302,72	27,66%	50,35%
Pichincha	19.580,21	21.804,52	22.738,37	11,36%	4,28%
Procredit	1.716,63	5.136,14	4.027,13	199,20%	-21,59%
Produbanco	9.773,77	9.785,32	9.369,70	0,12%	-4,25%
Solidario	-	-	312,16	NA	100%
Unibanco	2.906,78	6.838,78	3.612,12	135,27%	-47,18%
<b>TOTALES</b>	<b>204.164,23</b>	<b>202.979,13</b>	<b>239.713,63</b>	<b>-0,58%</b>	<b>18,10%</b>

Fuente: Tomados de la Superintendencia de Bancos y Seguros.

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 1: Total de captaciones de la Banca Privada 2008 - 2010. Plaza Loja  
Expresado en porcentajes



Fuente: Tomados de la Superintendencia de Bancos y Seguros.

Elaborado por: Las autoras

En lo que respecta a las Captaciones de la Banca Privada en la plaza Loja se tiene que para el período 2008 – 2009 el Banco que tuvo un mayor incremento fue Procredit reflejado en un 199,20% en el total de sus captaciones, y en valores absolutos creció en \$ 3.419,51 miles de dólares; seguido del Unibanco que obtuvo un 135,27% de crecimiento, esto debido en el caso del Procredit a que sus depósitos de ahorro fueron el producto de mayor contribución al crecimiento en el volumen total de captaciones; de igual manera para el Unibanco las inversiones fueron las que más contribuyeron para su crecimiento en los años anotados.

Es importante señalar que el Banco que presentó un mayor decrecimiento en estos años fue el Banco de Guayaquil quién decreció significativamente en un 23,67% siendo los depósitos monetarios los que contribuyeron a dicho decrecimiento. En general el subsistema de banca privada decreció en un 0,58%.

Para el período 2009 – 2010 el banco que tuvo mayor crecimiento fue el de Machala con un 50,35% siendo los depósitos de ahorro los más influyentes en este crecimiento seguidos de los depósitos monetarios, y en valores absolutos el incremento fue de \$ 3.115,19 miles de dólares; es importante señalar que de forma general el Banco Solidario muestra un incremento del 100% debido a la reciente apertura de su sucursal en nuestra ciudad, por lo que no consideramos que sea un

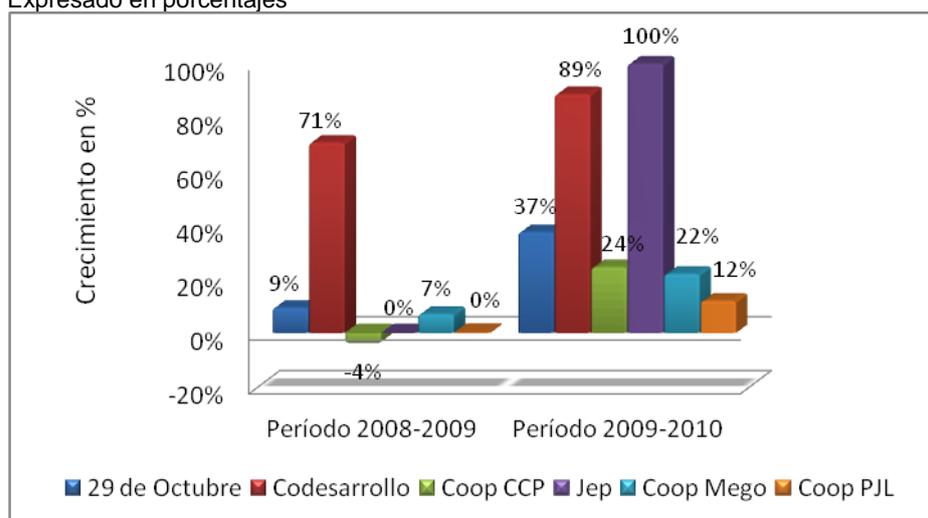
dato relevante para nuestro análisis. El siguiente banco en crecimiento fue el Banco de Loja que obtuvo un 30,79%, esto gracias a sus captaciones de ahorros. En general este subsistema en este período creció un 18,10%.

Cuadro 3: Totales de captaciones Cooperativas 2008 - 2010. Plaza Loja  
Expresado en miles de dólares

Cooperativas	2008	2009	2010	Variación 2008 - 2009	Variación 2009 - 2010
29 de Octubre	2.623,68	2.869,41	3.943,42	9,37%	37,43%
Codesarrollo	684,63	1.168,48	2.204,76	70,67%	88,69%
Coop CCP	1.463,94	1.402,54	1.745,21	-4,19%	24,43%
Jep	-	-	1.746,41	NA	100,00%
Coop Mego	60.969,15	65.264,34	79.573,48	7,04%	21,92%
Coop P JL	10.678,33	10.716,27	11.997,51	0,36%	11,96%
<b>TOTALES</b>	<b>76.419,73</b>	<b>81.421,04</b>	<b>101.210,79</b>	<b>6,54%</b>	<b>24,31%</b>

Fuente: Tomados de la Superintendencia de Bancos y Seguros.  
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 2: Totales de captaciones Cooperativas 2008 - 2010. Plaza Loja  
Expresado en porcentajes



Fuente: Tomados de la Superintendencia de Bancos y Seguros.  
Elaborado por: Las autoras

Para este subsistema en los años 2008 – 2009 la cooperativa que presentó un mayor crecimiento fue la Codesarrollo que tuvo un crecimiento del 70,67%, y en valores absolutos \$ 573,85 miles de dólares gracias a sus cuentas de ahorro, le sigue la Coop. 29 de Octubre con un 9,37% gracias a la cuenta inversiones. La cooperativa que tuvo menor crecimiento fue la Coop CCP con un – 4,19% debido a que en general bajaron todas sus captaciones. Para este periodo el subsistema creció en un 6,54%.

Para el periodo 2009 – 2010 sigue siendo la Codesarrollo la que mayor crecimiento presenta con un 88,69%; han influido a este crecimiento las cuentas de ahorro y sus captaciones a plazo, y en valores absolutos \$ 946,28 miles de dólares, le sigue la 29 de Octubre con el 37,43% debido a sus inversiones; en este análisis no estamos considerando el crecimiento del 100% que presenta la JEP debido a que en este periodo se abrió su sucursal en esta ciudad. Podemos concluir que este subsistema tuvo un crecimiento del 24,31% significativo en relación al periodo anterior.

Cuadro 4: Totales de captaciones Mut. Pichincha 2008 - 2010. Plaza Loja  
Expresado en miles de dólares

Mutualista	2008	2009	2010	Variación 2008 - 2009	Variación 2009 - 2010
Totales	7.488,60	8.608,40	9.000,63	14,95%	5%

Fuente: Tomados de la Superintendencia de Bancos y Seguros.  
Elaborado por: Las autoras

Para el período 2008 – 2009 la mutualista tuvo un crecimiento del 14,95%; para los años 2009 – 2010 sus captaciones totales se incrementaron en un 5% debido al incremento de sus captaciones a plazo, crecimiento inferior al año anterior.

Cuadro 5: Totales de captaciones BNF 2008 - 2010. Plaza Loja  
Expresado en miles dólares

BNF	2008	2009	2010	Variación 2008 - 2009	Variación 2009 - 2010
Totales	2.621,26	4.220,52	5.755,89	61%	36%

Fuente: Tomados de la Superintendencia de Bancos y Seguros.  
Elaborado por: Las autoras

Para el período 2008 – 2009 el BNF presentó un crecimiento del 61% esto se debe al aumento en sus captaciones de ahorro e inversiones, para los años 2009 – 2010 tuvo un crecimiento del 36% debido a todas sus captaciones.

Como conclusión general podemos decir que en el sistema financiero local quien tuvo un mayor porcentaje de crecimiento fueron las cooperativas en los dos periodos analizados representados por la cooperativa Codesarrollo.

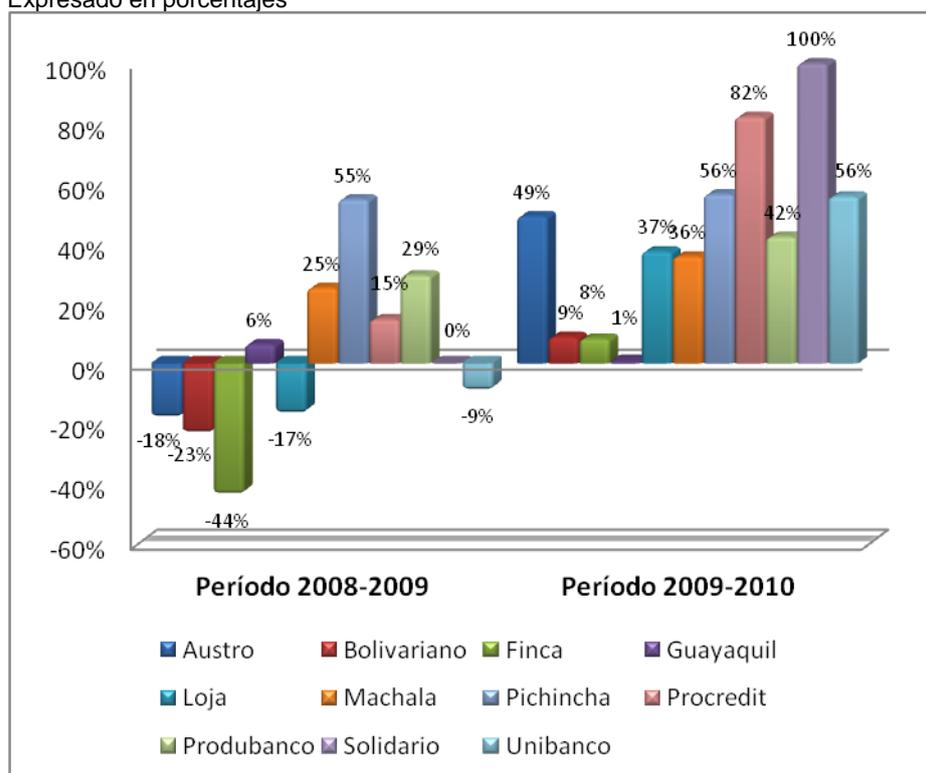
## 2.1.2 Análisis de colocaciones por institución

Cuadro 6: Colocaciones Totales Banca Privada 2008 – 2010. Plaza Loja  
Expresado en miles de dólares

Banca Privada	2008	2009	2010	Variación 2008 - 2009	Variación 2009 – 2010
Austro	12.942,36	10.606,58	15.809,25	-18,05%	49,05%
Bolivariano	2.954,23	2.266,45	2.465,58	-23,28%	8,79%
Finca	2.894,62	1.626,43	1.760,25	-43,81%	8,23%
Guayaquil	35.661,64	37.940,61	38.204,88	6,39%	0,70%
Loja	93.297,92	77.632,55	106.565,21	-16,79%	37,27%
Machala	5.062,10	6.333,14	8.587,78	25,11%	35,60%
Pichincha	3.526,35	5.453,76	8.525,46	54,66%	56,32%
Procredit	2.781,21	3.188,85	5.808,92	14,66%	82,16%
Produbanco	2.186,41	2.827,16	4.018,17	29,31%	42,13%
Solidario	-	-	3.289,29	NA	100,00%
Unibanco	1.412,66	1.284,40	1.998,63	-9,08%	55,61%
<b>Totales</b>	<b>162.719,50</b>	<b>149.159,93</b>	<b>197.033,42</b>	<b>-8,33%</b>	<b>32,10%</b>

Fuente: Tomados de la Superintendencia de Bancos y Seguros.  
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 3: Colocaciones Totales Banca Privada 2008 – 2010. Plaza Loja  
Expresado en porcentajes



Fuente: Tomados de la Superintendencia de Bancos y Seguros.  
Elaborado por: Las autoras

En cuanto a las colocaciones del período 2008 – 2009 el que mayor incremento presentó fue el Pichincha con un 54,66% debido a su importante incremento en la cartera de microcrédito y consumo, en valores absolutos su crecimiento fue de \$

1.927,41 miles de dólares; le sigue el Prodebanco con el 29,31% esto se da por el importante aumento que tuvo en su cartera comercial; Finca es la institución que en este período presentó un decrecimiento mayor con 43,81%. Podemos decir que este subsistema tuvo un decrecimiento del 8,33%.

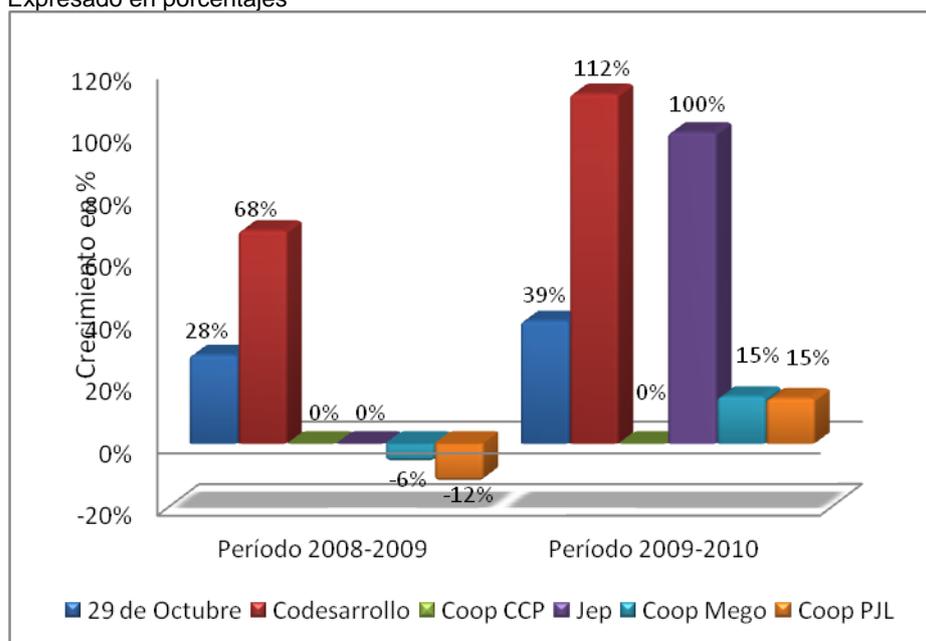
Para el 2009 – 2010 tuvo un importante crecimiento el Procredit con un 82,16% aportando a esta tendencia positiva su cartera de microcrédito, en valores en absolutos el incremento fue de \$ 2.620,07; el Pichincha le sigue con 56,32% gracias a su cartera de consumo en ambos casos. En general este período tuvo una mejor evolución en el volumen del crédito con un 32,10%.

Cuadro 7: Totales de colocaciones Cooperativas 2008 - 2010. Plaza Loja  
Expresado en miles de dólares

Cooperativas	2008	2009	2010	Variación 2008 - 2009	Variación 2009 - 2010
29 de Octubre	2.027,26	2.603,84	3.630,12	28,44%	39,41%
Codesarrollo	1.344,13	2.264,26	4.808,89	68,46%	112,38%
Coop CCP	-	-	-	NA	NA
Jep	-	-	3.871,82	NA	100,00%
Coop Mego	39.870,59	37.514,58	43.195,76	-5,91%	15,14%
Coop P JL	12.831,22	11.260,92	12.898,77	-12,24%	14,54%
<b>Totales</b>	<b>56.073,20</b>	<b>53.643,60</b>	<b>68.405,36</b>	<b>-4,33%</b>	<b>27,52%</b>

Fuente: Tomados de la Superintendencia de Bancos y Seguros.  
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 4: Totales de colocaciones Cooperativas 2008 - 2010. Plaza Loja  
Expresado en porcentajes



Fuente: Tomados de la Superintendencia de Bancos y Seguros.  
Elaborado por: Las autoras

Para los años 2008 – 2009 la cooperativa que tuvo el mayor crecimiento fue la Codesarrollo con el 68,46%, por el crecimiento de su cartera de microcrédito, en valores absolutos el crecimiento de \$ 920,13 miles de dólares; le sigue la 29 de Octubre con el 28,44% por su cartera de vivienda.

La cooperativa Julián Lorente decreció en un 12,24% debido a que decayeron sus carteras de consumo y vivienda. Para este período el subsistema tuvo un decrecimiento del 4,33%

En los años 2009 – 2010 creció en un 112,38% la Codesarrollo por el excelente crecimiento principalmente de su cartera de microcrédito, en valores absolutos \$ 2.544,63 miles de dólares; a esta institución le sigue la 29 de Octubre con el 39,41%, en estos años tuvo un crecimiento su cartera de vivienda. No consideramos para el análisis el crecimiento de la JEP debido a su reciente apertura en la ciudad de Loja. La de menor crecimiento fue la cooperativa Padre Julián Lorente con el 14,54%, debido a que decayeron sus colocaciones de vivienda respectivamente. En general el subsistema se recuperó con el 27,52% de crecimiento.

Cuadro 8: Totales de colocaciones Mut. Pichincha 2008 - 2010. Plaza Loja  
Expresado en miles de dólares

Mutualista	2008	2009	2010	Variación 2008 - 2009	Variación 2009 – 2010
<b>Totales</b>	6.695,87	6.884,10	6.964,51	2,81%	1,17%

Fuente: Tomados de la Superintendencia de Bancos y Seguros.

Elaborado por: Las autoras

Para el caso de la Mutualista Pichincha en el primer período analizado tuvo un crecimiento del 2,81%, esto debido principalmente a su cartera comercial, para el siguiente período creció únicamente un 1,17%.

Cuadro 9: Totales de colocaciones BNF 2008 - 2010. Plaza Loja  
Expresado en miles de dólares

BNF	2008	2009	2010	Variación 2008 - 2009	Variación 2009 – 2010
<b>Totales</b>	17.497,49	17.713,68	18.997,79	1,24%	7,25%

Fuente: Tomados de la Superintendencia de Bancos y Seguros.

Elaborado por: Las autoras

En el BNF podemos apreciar para el primer período un crecimiento del 1,24% principalmente por su cartera de microcrédito; para los siguientes años tuvo un crecimiento mayor del 7,25% por el mismo tipo de cartera del año anterior.

Como conclusión general para el sistema financiero local en los períodos analizados tuvieron una mayor colocación los bancos con el 32,10%. (Ver anexo 2)

## 2.2 Evolutivo de captaciones

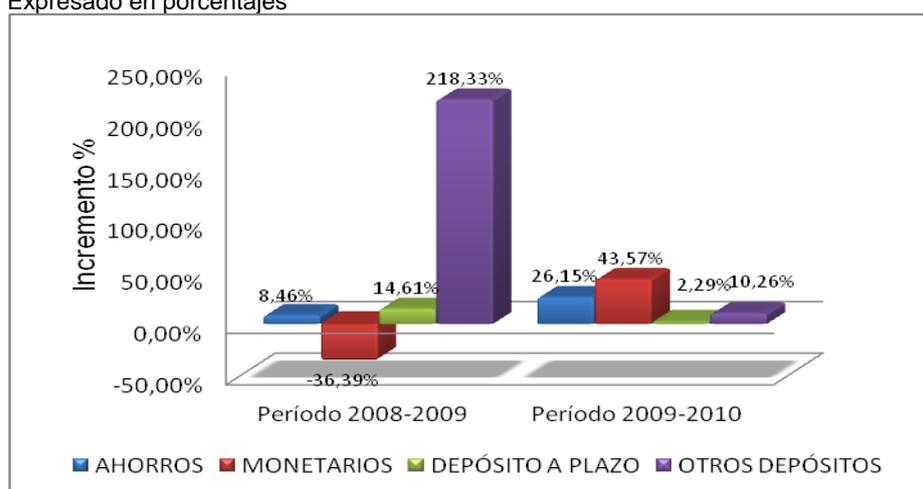
### 2.2.1 Por tipo de depósito

Cuadro 10: Sistema Financiero Local 2008 - 2010. Plaza Loja  
Expresado en miles de dólares

TOTAL DEPÓSITOS	2008	2009	2010	Variación 2008 - 2009	Variación 2009 - 2010
AHORROS	127.810,04	138.618,55	174.861,20	8,46%	26,15%
CORRIENTES	67.401,69	42.872,68	61.551,79	-36,39%	43,57%
INVERSIONES	92.411,37	105.909,54	108.332,44	14,61%	2,29%
OTROS DEPÓSITOS	3.115,72	9.918,34	10.935,51	218,33%	10,26%
<b>TOTALES</b>	<b>290.738,82</b>	<b>297.319,11</b>	<b>355.680,94</b>	<b>2,26%</b>	<b>19,63%</b>

Fuente: Tomados de la Superintendencia de Bancos y Seguros  
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 5: Sistema Financiero Local 2008 - 2010. Plaza Loja  
Expresado en porcentajes



Fuente: Tomados de la Superintendencia de Bancos y Seguros  
Elaborado por: Las autoras

#### a. Depósitos de Ahorro:

*Definición:* Es una operación pasiva, principalmente de los bancos de Depósito, que se estableció con el fin de fomentar el hábito de Ahorro entre los sectores económicos populares. Estos depósitos son retirables en cualquier momento y devengan intereses a favor del depositante<sup>20</sup>.

<sup>20</sup> Diccionario Economía, Administración, Finanzas y Marketing (2011) título, Depósito de Ahorro de: [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEPOSITO\\_DE\\_AHORRO.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEPOSITO_DE_AHORRO.htm)

La cuenta Depósitos de Ahorro en los años 2008 – 2009 tuvo un incremento \$ 10.808,51 miles de dólares traducido en un 8,45%; en el período 2009 – 2010 se incrementó en \$ 36.242,65 miles de dólares, traducido en 26,15%; esto debido a la cultura de ahorro que con campañas y premios a sus depositantes las instituciones financieras fomentaron a través de estos períodos; el nivel de depósitos del público no demuestra caídas significativas a pesar del clima político electoral y los efectos de la crisis financiera internacional de estos períodos.

**b. Depósitos Monetarios:**

*Definición:* Es un contrato (escrito) por el cual un banco se obliga a cumplir las órdenes de pago que emite el cuenta-correntista (cliente o titular de la cuenta corriente), en forma de cheques (documentos que constituyen un medio de pago) u otros mecanismos de pago y de registro, hasta el límite de la cantidad de dinero que tal cliente haya depositado en dicha cuenta, o del crédito que se haya estipulado entre las partes. También es denominada cuenta de depósitos monetarios. Estas cuentas pueden ser personales, colectivas o corporativas y de instituciones públicas y se hallan amparadas por el sigilo bancario. Su apertura o la suscripción del contrato, requiere la previa presentación de una solicitud dirigida desde titular, que debe ser aprobada por el banco, bajo su responsabilidad. Para aprobar una solicitud de apertura de cuenta corriente bancaria, el banco deberá verificar que el interesado no se encuentre sancionado con el cierre, suspensión o cancelación, por mal uso de una cuenta, en otro banco. Además, deberá cerciorarse obligatoriamente, sobre la identidad, solvencia, honorabilidad y antecedentes del solicitante<sup>21</sup>.

En lo que respecta a los depósitos monetarios para los años 2008 – 2009 existió un decremento de \$ 24.529,01 miles de dólares, es decir, - 36,39%; para el período 2009 – 2010 hubo un incremento de \$ 18.679,11 miles de dólares, es decir, 43,57%. La disminución registrada en el primer período se dio por la crisis financiera mundial y la salida de divisas registrada en esos períodos; para lo cual el gobierno tomo medidas como inyectar mayor liquidez a la economía a través de la entrega mensual de los fondos de reserva, aranceles a las importaciones y salidas de divisas, y

---

<sup>21</sup> Superintendencia de Bancos y Seguros (2011) título, Definiciones de Depósitos Monetarios de: [http://www.superban.gov.ec/practg/sbs\\_index?vp\\_art\\_id=70&vp\\_tip=2](http://www.superban.gov.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=70&vp_tip=2)

sumado a esto se dio la recuperación del precio del petróleo en el segundo semestre del 2009, estos fueron factores determinantes que mejoraron los resultados económicos para el 2010.

**c. Depósitos a Plazo:**

*Definición:* Aquellos que sólo pueden ser exigidos luego de un período especificado de por lo menos mayor a treinta días; ganan un interés mayor que el de las cuentas de ahorro debido a que quedan inmovilizados para el depositante durante el plazo fijado. Para la institución financiera, constituyen obligaciones que se esperan sean requeridas en un plazo medio o largo. Los fondos bajo esta figura pueden instrumentarse en un título valor, nominativo, a la orden o al portador. Aunque son depósitos que pueden ser pagados antes del vencimiento del plazo, previo acuerdo entre el acreedor (institución financiera) y el deudor (titular de cuenta)<sup>22</sup>.

Para este tipo de depósito los años 2008 – 2009 mostraron un incremento de \$ 13.498,17 miles de dólares, es decir, 14,61% mientras que para el período 2009 – 2010 se vio un incremento de \$ 2.422,96 miles de dólares, es decir, 2,29%; en general las captaciones a plazo crecieron debido a la confianza que los depositantes demostraron en este tipo de inversión, principalmente para las cooperativas que fueron las que registraron una mayor captación.

**d. Otros depósitos:**

Esta cuenta se compone principalmente de:

- ❖ Depósitos de garantía.- Cantidad de dinero que ha de ser depositada como garantía de cumplimiento de las obligaciones adquiridas tanto por compradores como por vendedores de contratos de futuros<sup>23</sup>.
- ❖ Depósitos restringidos.- Son los entregados en garantía o por disposiciones legales, como por ejemplo las cuentas de integración de capital.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Superintendencia de Bancos y Seguros (2011) título, Definiciones de Depósitos a plazo de: [http://www.superban.gov.ec/practg/sbs\\_index?vp\\_art\\_id=70&vp\\_tip=2](http://www.superban.gov.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=70&vp_tip=2)

<sup>23</sup> Diccionario Financiero (2011) título, Definición de depósito de garantía de: <http://www.creditservices.es/diccionario-financiero.php>

<sup>24</sup> Superintendencia de Bancos y Seguros (2011) título, Definición Depósitos Restringidos de: <http://www.superban.gov.ec>

- ❖ Depósitos por confirmar.- Son los depósitos pendientes de confirmación, como por ejemplo cheques no confirmados, transferencias en tránsito, entre otros.<sup>25</sup>

En este tipo de depósito en los años 2008 - 2009 tuvo un incremento de \$ 6.802,62 miles de dólares, es decir, 218,33%, registrando su mayor crecimiento en este período, ya que el período siguiente tuvo únicamente un incremento de \$ 1.017,17 miles de dólares, es decir, 10,26%; ya que por ser culminación del período se realizan tanto transferencias pendientes de pago de sector público como privado.

Como conclusión general para los años 2008 – 2009 – 2010, el Banco de Loja fue el que mayor crecimiento mostró en el subsistema de Bancos Privados con el 59.03%, 55,73% y el 61,71% respectivamente, teniendo una participación más elevada las cuentas de ahorros.

En las cooperativas en los años analizados la Coop Mego tuvo un mayor crecimiento con 80%, 80% y 79% respectivamente siendo la cuenta de inversiones la de mayor participación en dicho crecimiento. (Ver anexo 3).

## 2.2.2 Por subsistema

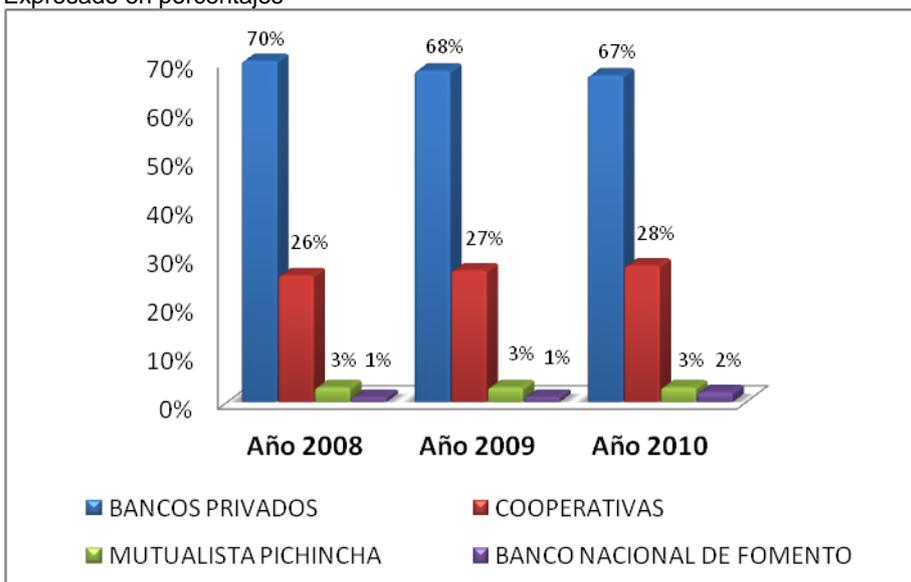
Cuadro 11: Captaciones Totales de los subsistemas 2008 – 2010. Plaza Loja  
Expresado en miles de dólares

TIPO CUENTAS	2008	2009	2010
<b>Banca Privada</b>			
Ahorros	88.133,14	95.363,77	124.139,47
Corrientes	66.746,88	42.776,85	61.414,07
Inversiones	48.596,84	57.653,78	46.478,18
Otros depósitos	687,37	7.184,73	7.681,91
<b>Totales</b>	<b>204.164,23</b>	<b>202.979,13</b>	<b>239.713,63</b>
<b>Cooperativas</b>			
Ahorros	33.026,33	35.174,14	42.240,38
Corrientes	-	-	-
Inversiones	40.965,05	44.402,96	57.366,53
Otros depósitos	2.428,35	1.843,94	1.603,88
<b>Totales</b>	<b>76.419,73</b>	<b>81.421,04</b>	<b>101.210,79</b>
<b>Mutualista</b>			
Ahorros	4.717,12	4.953,78	4.933,89
Corrientes	-	-	-
Inversiones	2.771,48	3.654,62	4.066,74
Otros depósitos	-	-	-
<b>Totales</b>	<b>7.488,60</b>	<b>8.608,40</b>	<b>9.000,63</b>
<b>Bco. Nac. Fomento</b>			
Ahorros	1.888,45	3.126,86	3.547,43
Corrientes	654,81	95,83	137,75
Inversiones	78,00	198,16	420,99
Otros depósitos	-	799,67	1.649,72
<b>Totales</b>	<b>2.621,26</b>	<b>4.220,52</b>	<b>5.755,89</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>290.693,82</b>	<b>297.229,09</b>	<b>355.680,94</b>

Fuente: Tomado de la Superintendencia de Bancos y Seguros  
Elaborado: Las autoras

<sup>25</sup> Banco Central del Ecuador (2011) título, Definición Depósitos por Confirmar de: <http://www.bce.gob.ec>

Gráfico 6: Captaciones Totales de los subsistemas 2008 – 2010. Plaza Loja  
Expresado en porcentajes



Fuente: Tomado de la Superintendencia de Bancos y Seguros

Elaborado por: Las autoras

Como podemos observar durante los años analizados la mayor concentración de depósitos se encuentra en los bancos privados quienes manejan un 68,33% promedio de las captaciones del sistema financiero local, seguidos por las cooperativas con el 27%, la Mutualista Pichincha con el 3% y finalmente el BNF con el 1,33%. Estos valores serán analizados detalladamente a continuación.

Del total de las captaciones del año 2008 que suman un total de \$ 290.693,82 miles de dólares a los bancos privados les corresponde el 70%, a las cooperativas el 26%, a la Mutualista Pichincha el 3% y al BNF el 1% de las captaciones totales.

De las captaciones del año 2009 que suman un total de \$ 297.229,09 miles de dólares a los bancos privados les corresponde el 68%, a las cooperativas el 27%, la Mutualista Pichincha tiene el 3% y el BNF se mantiene en el 1% de las captaciones de este año.

Para el año 2010 que suman un total de \$ 355.680,94 miles de dólares los bancos privados llevan el 67%, las cooperativas se mantiene con el 28%, la Mutualista de igual forma el 3%, mientras que el BNF ha incrementado en un 2%.

De estos valores podemos mencionar que en general todos los subsistemas analizados han mantenido sus captaciones, con ligeros cambios de los cuales

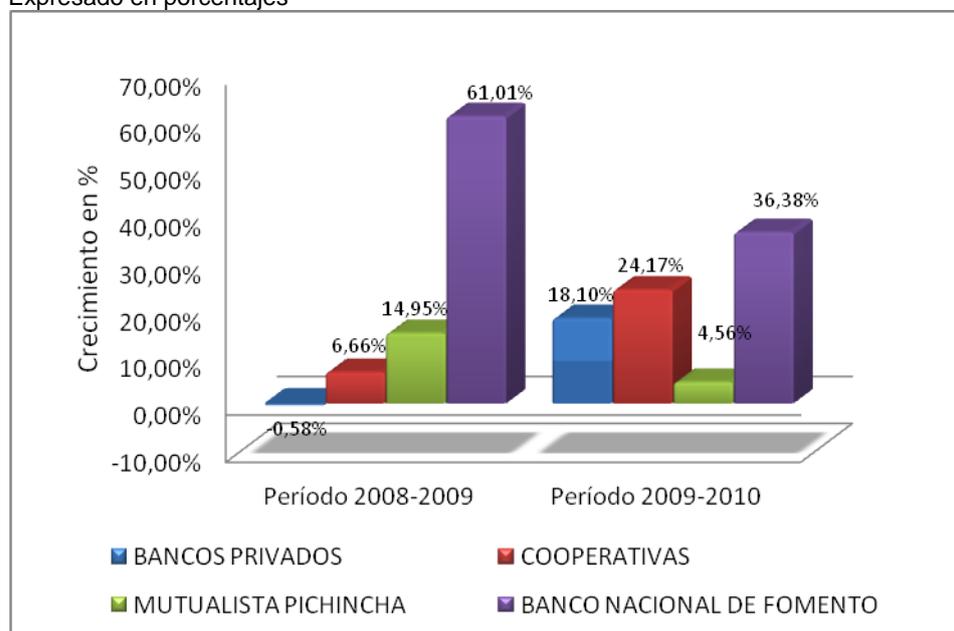
podemos decir que, en el caso de los bancos hubo un incremento que fue tomado de las cooperativas y luego se desplazó al BNF. (Ver anexo 4).

Cuadro 12: Captaciones Totales por subsistemas 2008 – 2010. Plaza Loja  
Expresado en porcentaje

CAPTACIONES	2008	2009	2010	Variación 2008 - 2009	Variación 2009 - 2010
BANCOS PRIVADOS	204.164,23	202.979,15	239.713,63	-0,58%	18,10%
COOPERATIVAS	76.419,73	81.511,04	101.210,79	6,66%	24,17%
MUTUALISTA PICHINCHA	7.488,60	8.608,40	9.000,63	14,95%	4,56%
BCO. NACIONAL DE FOMENTO	2.621,26	4.220,52	5.755,89	61,01%	36,38%
<b>TOTALES</b>	<b>290.693,82</b>	<b>297.319,11</b>	<b>355.680,94</b>	<b>2,28%</b>	<b>19,63%</b>

Fuente: Tomado de la Superintendencia de Bancos y Seguros  
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 7: Captaciones Totales por subsistemas 2008 – 2010. Plaza Loja  
Expresado en porcentajes



Fuente: Tomado de la Superintendencia de Bancos y Seguros  
Elaborado por: Las autoras

Como se puede evidenciar en el cuadro anterior observamos que ha existido un crecimiento de las captaciones en los subsistemas estudiados de \$ 6.580,29 miles de dólares en el período 2008 – 2009, de la misma forma se nota un mayor incremento para el período 2009 – 2010 de \$ 58.361,83 miles de dólares, lo que significa un crecimiento de 2,28% y del 19,63% respectivamente; en definitiva el incremento en el período analizado 2008 – 2010 es del 21,91%, a pesar de la inestabilidad que se ha vivido en país en los períodos analizados.

En lo que respecta a la banca privada se tiene un decremento del – 0,58% en las captaciones del período 2008 – 2009 que significa un \$ 1.185,08 miles de dólares,

para los siguientes años un crecimiento del 18,10% que significa un aumento de \$ 36.734,48 miles de dólares.

En lo referente a cooperativas reguladas se observa crecimiento del 6,66% que significa \$ 5.046,31 miles de dólares en el período 2008 – 2009. Para el período 2009 – 2010 se vio un notable incremento del 24,17% que significa \$ 19.699,75 miles de dólares, este considerable aumento se debe a que este tipo de entidades tienen un mayor acceso a servicios financieros al público de medianos y bajos ingresos, además están presentes en lugares a los que los bancos no llegan.

Para la Mutualista Pichincha el periodo 2008 – 2009 mostró un crecimiento del 14,95% traducida en \$ 1.119,80 miles de dólares. En el período 2009 – 2010 se mantuvo con un 4,56% traducida en \$ 392,23 miles de dólares, debido al incremento de los depósitos a plazo.

En el caso del Banco de Fomento años 2008 - 2009 hubo un incremento del 61,01% reflejado en \$ 1.599,26 miles de dólares, para los años 2009 – 2010 nuevamente hubo un aumento del 36,38% que significa \$ 1.535,37 miles de dólares incremento que se debe principalmente al incremento del bono solidario, y al otorgamiento de los crédito 5-5-5 para emprendimientos productivos dirigido principalmente a sectores como microempresarios, agricultores, comerciantes informales y artesanos.

Como conclusión general podemos indicar que entre los bancos que son clasificados como grandes a nivel nacional (Banco Pichincha, Banco Produbanco, Banco de Guayaquil), y que localmente tienen sus sucursales en la ciudad de Loja el Banco de Guayaquil es el que en valores absolutos maneja la mayor captación en cuentas corrientes, inversiones y otros depósitos; el Banco Pichincha tiene su mayor captación en ahorros. Entre los Bancos medianos que tienen sus sucursales y oficinas en Loja el Banco de Loja es el que mayor captación tiene en ahorros, corrientes e inversiones; y el Procredit es el que mayor captación tiene en la cuenta ahorros. Cabe recalcar que Banco de Loja es el que mayor captación ha tenido en ahorros, monetarios e inversiones, incluso muy por encima de los bancos grandes de la localidad.

En lo que respecta a cooperativas la que mayores captaciones registra en todas las cuentas analizadas es la Cooperativa Manuel Esteban Godoy.

La Mutualista Pichincha presenta un crecimiento moderado en sus captaciones; de igual forma en lo que tiene que ver a las entidades públicas analizadas el BNF presenta un crecimiento considerable en ahorros, inversiones y otros depósitos. (Ver anexo 1).

## 2.3 Evolutivo de Colocaciones

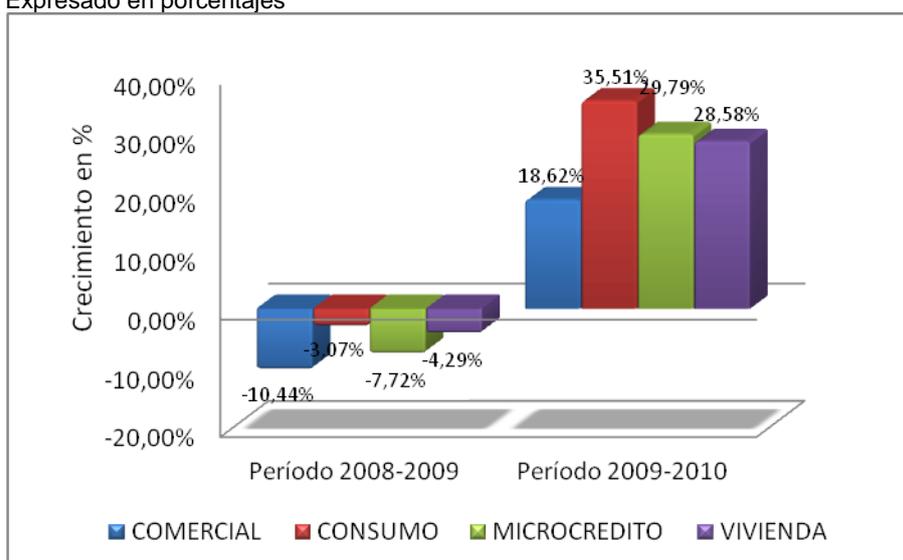
### 2.3.1 Por tipo de cartera

Cuadro 13: Sistema Financiero Local Colocaciones Totales 2008 – 2010. Plaza Loja  
Expresado en miles de dólares

TOTALES COLOCACIONES	2008	2009	2010	Variación 2008 - 2009	Variación 2009 - 2010
COMERCIAL	80.597,03	72.185,50	85.624,25	-10,44%	18,62%
CONSUMO	86.274,80	83.621,89	113.312,11	-3,07%	35,51%
MICROCRÉDITO	36.636,21	33.809,51	43.879,73	-7,72%	29,79%
VIVIENDA	39.478,02	37.784,41	48.584,99	-4,29%	28,58%
<b>TOTALES</b>	<b>242.986,06</b>	<b>227.401,31</b>	<b>291.401,08</b>	<b>-6,41%</b>	<b>28,14%</b>

Fuente: Tomados de la Superintendencia de Bancos y Seguros  
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 8: Sistema Financiero Local Colocaciones Totales 2008 – 2010. Plaza Loja  
Expresado en porcentajes



Fuente: Tomados de la Superintendencia de Bancos y Seguros  
Elaborado por: Las autoras

**a) Comercial:**

*Definición:* Son aquellos créditos directos o indirectos otorgados a personas naturales o jurídicas destinados al financiamiento de la producción y comercialización de bienes y servicios en sus diferentes fases. También se consideran dentro de esta definición los créditos otorgados a las personas a través de tarjetas de crédito, operaciones de arrendamiento financiero u otras formas de financiamiento<sup>26</sup>.

La cartera de comercial en los períodos 2008 - 2009 y 2009 – 2010 fue - \$ 8.411,53 y \$ 13.438,75 respectivamente, por lo cual se ve reflejado que en primer período hubo una caída, y para los siguientes años analizados en los cuales tuvo incremento debido a campañas agresivas de los bancos para colocaciones de este tipo de cartera, ya que se vio una mayor estabilidad en el país, con lo cual hubieron mayores facilidades en cuanto a requisitos y tasas principalmente.

**b) Consumo:**

*Definición:* Son aquellos créditos que se otorgan a las personas naturales con la finalidad de atender el pago de bienes, servicios o gastos relacionados con una actividad empresarial.

También se consideran dentro de esta definición los créditos otorgados a las personas naturales a través de tarjetas de crédito, los arrendamientos financieros y cualquier otro tipo de operación financiera<sup>27</sup>.

*Otra definición:* Los otorgados a personas naturales que tengan por destino la adquisición de bienes de consumo o pago de servicios; que generalmente se amortizan en función de un sistema de cuotas periódicas y cuya fuente de pago es el ingreso neto mensual promedio del deudor, entendiéndose por éste el promedio de

---

<sup>26</sup> Ayala, S (2005), los créditos financieros, Gestipolis.com de:  
<http://www.gestipolis.com/canales5/fin/loscrefinan.htm>

<sup>27</sup> Ayala, S (2005), los créditos financieros, Gestipolis.com de:  
<http://www.gestipolis.com/canales5/fin/loscrefinan.htm>

los ingresos brutos mensuales del núcleo familiar menos los gastos familiares estimados mensuales<sup>28</sup>.

La cartera de consumo para los años 2008 – 2009 tuvo un decremento de 3,07%, en valores absolutos \$ 2.652,99 miles de dólares; y para los años 2009 – 2010 un incremento del 35,51% y de \$ 29.690,22 miles de dólares.

**c) Microcrédito:**

*Definición:* Son aquellos créditos directos o indirectos otorgados a personas o jurídicas destinados al financiamiento de actividades de producción, comercialización o prestación de servicios<sup>29</sup>.

En los períodos analizados se registraron los siguientes valores: decremento de \$ 2.826,70 miles de dólares, es decir, 7,72% para el primer período y un incremento de \$ 10.070,22 miles de dólares, es decir, 29,79%.

**d) Vivienda:**

*Definición:* Son las líneas de créditos destinados a personas naturales para la adquisición, construcción, refacción, remodelación, ampliación, mejoramiento y subdivisión de vivienda propia, tales créditos se otorgan amparados con hipotecas debidamente inscritas en los registros públicos<sup>30</sup>.

Decremento de \$ 1.693,61 miles de dólares, es decir, 4,29% e incremento de \$ 10.801,58 miles de dólares, es decir, 28,58% no hubo un incremento para el primer periodo por lo ya analizado anteriormente, para el segundo periodo el incremento se debe al mejoramiento de las condiciones del país.

Como conclusión general podemos decir que la cartera que presentó mayores cambios y mayor crecimiento fue la de consumo que pasó de – 3,07% al 35,51%

---

<sup>28</sup>Superintendencia de Bancos y Seguros,(2011)título Créditos de consumo de:  
[http://www.superban.gov.ec/practg/sbs\\_index?vp\\_art\\_id=70&vp\\_tip=2](http://www.superban.gov.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=70&vp_tip=2)

<sup>29</sup>Ayala, S (2005),los créditos financieros, Gestipolis.com de:  
<http://www.gestipolis.com/canales5/fin/loscrefinan.htm>

<sup>30</sup> Ayala, S (2005),los créditos financieros, Gestipolis.com de:  
<http://www.gestipolis.com/canales5/fin/loscrefinan.htm>

entre los años 2008 – 2009 y 2009 – 2010 respectivamente. En cuanto a la cartera de vivienda presentó cambios desde – 4,29% al 28,58%. De igual forma la cartera de microcrédito pasó de – 7,72% al 29,79%. Y por último la cartera comercial mostró una marcada tendencia decreciente de 10,44% a diferencia del período siguiente en el que se vio una recuperación mayor del 18,62%.

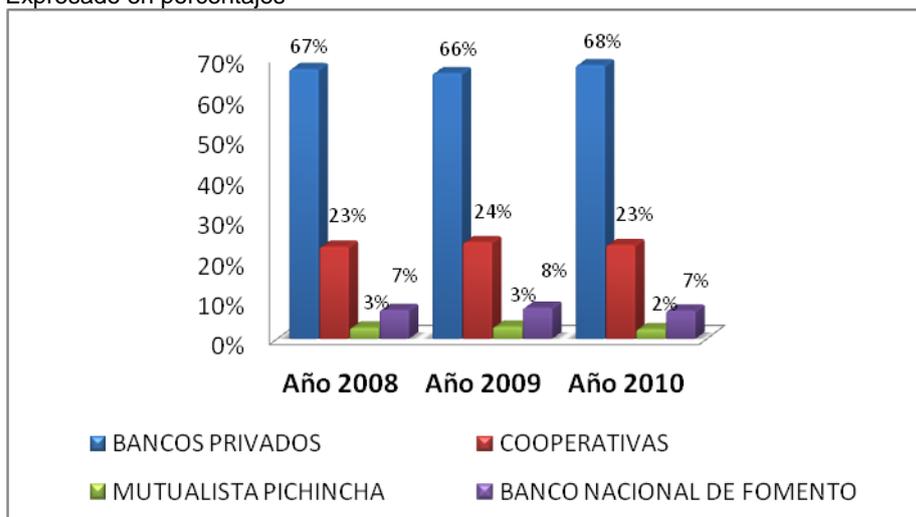
### 2.3.2 Por subsistema

Cuadro 14: Colocaciones por subsistemas 2008 – 2010. Plaza Loja  
Expresado en miles de dólares

<b>TIPO CUENTAS</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>Banca Privada</b>			
Comercial	62.210,52	52.550,26	62.822,82
Consumo	51.393,92	52.067,44	73.284,18
Microcrédito	18.875,61	16.052,13	22.691,48
Vivienda	30.239,45	28.490,10	38.235,94
<b>TOTALES</b>	<b>162.719,50</b>	<b>149.159,93</b>	<b>197.033,42</b>
<b>Cooperativas</b>			
Comercial	1.894,69	2.863,94	5.857,05
Consumo	34.021,98	30.584,61	38.601,32
Microcrédito	16.440,49	16.208,57	17.458,25
Vivienda	3.716,04	3.986,48	6.488,74
<b>TOTALES</b>	<b>56.073,20</b>	<b>53.643,60</b>	<b>68.405,36</b>
<b>Mutualista</b>			
Comercial	333,73	679,15	1.759,52
Consumo	839,61	897,12	1.343,68
Microcrédito	-	-	-
Vivienda	5.522,53	5.307,83	3.861,31
<b>TOTALES</b>	<b>6.695,87</b>	<b>6.884,10</b>	<b>6.964,51</b>
<b>Bco. Nac. Fomento</b>			
Comercial	16.158,09	16.092,15	15.184,86
Consumo	19,29	72,72	82,93
Microcrédito	1.320,11	1.548,81	3.730,00
Vivienda	-	-	-
<b>TOTALES</b>	<b>17.497,49</b>	<b>17.713,68</b>	<b>18.997,79</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>242.986,06</b>	<b>227.401,31</b>	<b>291.401,08</b>

Fuente: Tomado de la Superintendencia de Bancos y Seguros  
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 9: Colocaciones por subsistemas 2008 – 2010. Plaza Loja  
Expresado en porcentajes



Fuente: Tomado de la Superintendencia de Bancos y Seguros  
Elaborado por: Las autoras

Como podemos observar la mayor colocación de créditos comerciales, consumo y microcréditos la realizan los bancos privados; de estos el que mayor colocación tiene es el Banco de Loja en la cartera de comercio, microcrédito y vivienda; seguido del Banco de Guayaquil con la cartera de consumo más elevada en los años 2008 – 2010.

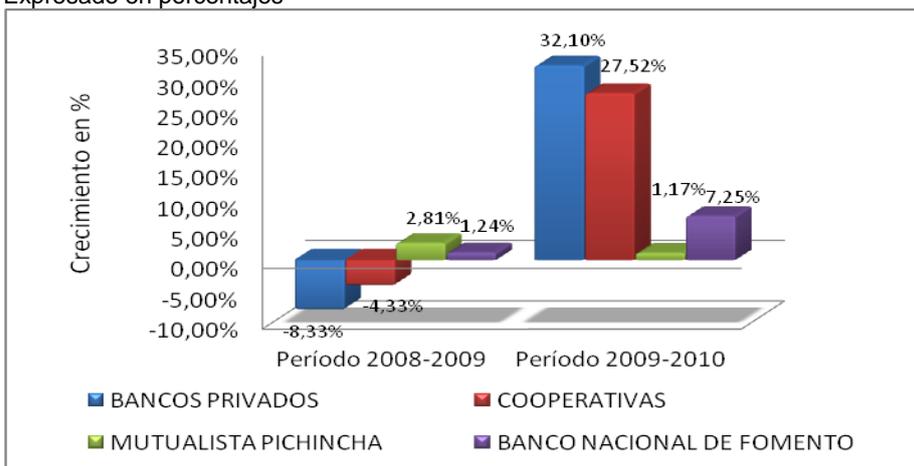
De la colocación de las cooperativas podemos mencionar que la Cooperativa Manuel Esteban Godoy posee la mayor colocación de consumo, seguida de la Cooperativa Padre Julián en la cartera de consumo. (Ver anexo 5).

Cuadro 14: Total de colocaciones por subsistemas 2008 – 2010. Plaza Loja  
Expresado en porcentajes

COLOCACIONES	2008	2009	2010	Variación 2008 - 2009	Variación 2009 - 2010
BANCOS PRIVADOS	162.719,50	149.159,93	197.034,42	-8,33%	32,10%
COOPERATIVAS	56.073,20	53.643,60	68.405,36	-4,33%	27,52%
MUTUALISTA PICHINCHA	6.695,87	6.884,10	6.964,51	2,81%	1,17%
BCO NACIONAL DE FOMENTO	17.497,49	17.713,68	18.997,79	1,24%	7,25%
<b>TOTALES</b>	<b>242.986,06</b>	<b>227.401,31</b>	<b>291.402,08</b>	<b>-6,41%</b>	<b>28,14%</b>

Fuente: Tomado de la Superintendencia de Bancos y Seguros  
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 10: Total de colocaciones por subsistemas 2008 – 2010. Plaza Loja  
Expresado en porcentajes



Fuente: Tomado de la Superintendencia de Bancos y Seguros  
Elaborado por: Las autoras

Como se observa en el cuadro 14 y para el análisis del total de colocaciones observamos que existe un decrecimiento del 6,41% correspondiente a \$ 15.584,75 miles de dólares en los años 2008 - 2009; para el siguiente período 2009 – 2010 existe una notable mejoría del 28,14%, correspondiente a \$ 64.000,77 miles de dólares. En resumen el incremento entre los años analizados 2008 – 2010 es de 21,73% traducidos en \$ 48.416,02 miles de colocación en el sistema financiero local, que no supera el 21,91% de las captaciones en el mismo período.

Para la banca privada en los años 2008 – 2009 el decremento fue del 8,33% que se traduce en \$ 13.559,57 miles de dólares; para los siguientes años 2009 – 2010 existe un incremento del 32,10% traducido en \$ 47.874,49 miles de dólares; lo que demuestra que la banca operó con mayor agresividad, ya que se dio mayores facilidades en requisitos para créditos como el consumo, la ampliación de plazos para sus operaciones, campañas de colocación masiva de tarjetas de crédito.

Para el caso de las cooperativas reguladas en el primer período de análisis 2008 – 2009 se vio un decremento del 4,33% traducido en \$ 2.429,60 miles de dólares, debido a la proliferación de nuevas cooperativas no reguladas en la localidad. Para los años 2009 – 2010 se vio una notable mejoría del 27,52% traducido en \$ 14.761,76 miles de dólares debido a que las cooperativas controladas flexibilizaron los requisitos y plazos de sus operaciones de crédito, aunque esto signifique mayor riesgo para la institución y se debe mencionar además la apertura de una agencia de la Coop. JEP que es una de las mayores y más agresivas instituciones en su rama a nivel nacional.

En la mutualista para el primer período se vio un incremento del 2,81% reflejado en \$ 188,23 miles de dólares. En el siguiente período se vio un incremento menor del 1,17%, es decir, \$ 80,41 miles de dólares; debido a que el ingreso de remesas provenientes de Estados Unidos y España bajó por la crisis económica que se vivió en esos países.

El BNF refleja en el 2008 – 2009 un bajo incremento del 1,24% reflejado en \$ 216,19 miles de dólares, de igual forma para el 2009 – 2010 tuvo una nueva alza del 7,25% traducida en \$ 1.284,11 miles de dólares; estos valores se deben a que el gobierno mejoró los productos que ofrecía el banco para el sector agrícola y ganadero que tiene acceso a esta institución.

Del total de colocaciones del año 2008 le corresponde el 67% pertenece a la banca privada, el 23% a Cooperativas, el 3% a la Mutualista Pichincha y el 7% al BNF.

Para el 2009 de su total el 66% es para la banca privada, el 24% a cooperativas, el 3% a la Mutualista Pichincha y el 8% se incrementó al BNF.

En el 2010, la banca privada tuvo un aumento del 68%, las cooperativas con el 23%, el 2% es mantenido por la Mutualista Pichincha y el 7% para el BNF.

Como conclusión general podemos indicar que entre los bancos que son clasificados como grandes a nivel nacional (Banco Pichincha, Banco Produbanco, Banco de Guayaquil), y que localmente tienen sus sucursales en la ciudad de Loja el Banco de Guayaquil es el que mayor colocación ha tenido en los años analizados. Entre los Bancos medianos que tienen sus sucursales y oficinas en Loja el Banco de Loja es el que mayor colocación tuvo durante los tres años. Cabe recalcar que el banco de Loja es el que mayor colocación ha tenido, incluso muy por encima de los bancos grandes de la localidad. (Ver anexo 6).

## **2.4 Productos y Servicios Financieros. Tipos y Costos**

Las Instituciones Financieras del cantón Loja han ampliado su abanico de productos y servicios financieros con el objetivo de obtener mayores captaciones y colocaciones y sobre todo cada una de ellas con el afán de ser más competitivos frente a Instituciones de similar naturaleza.

## 2.4.1 Por Institución Financiera

Cuadro 15: Condensado de Costos de Productos y Servicios Banca Privada. Plaza Loja

		AUSTRO	BOLIVARIANO	FINCA	GUAYAQUIL	LOJA	MACHALA	PICHINCHA	PROCREDIT	PRODUBANCO	SOLIDARIO	UNIBANCO		
PRODUCTOS	CAPTACIÓN	Cta. Ah.	50	100	5	100	50	100	100	100	200	50	100	
		Cta. Cte.	300	300	300	100	300	300	500	500	500	200	100	
		Dep Plazo	de 3.5% a 5,5%	de 2.27% a 4,75%	-	de 30% a 6,69%	de 4% a 6,5%	de 2.5% a 5,25%	de 1.75% a 3%	de 1% a 5,25%	de 0% a 5,06%	de 0.25% a 5,5%	de 1% a 5,25%	
	COLOCACIÓN	CRÉDITOS	Consumo	15,20%	16,18%	n/a	16,30%	15,20%	15,20%	15,18%	14,97%	16,29%	16,26%	16,20%
			Comercial	11,23%	11,83%	n/a	11,83%	11,23%	11,23%	11,20%	11,07%	11,83%	11,79%	n/a
			Vivienda	10,78% cfn	11,07%	n/a	10,45%	10,78%	10,78%	10,75%	10,62%	11,33%	11,33%	n/a
			Microcrédito	19,50%	n/a	27,% a 30,5%	28,97%	19,90%	26,92%	22,50%	26,54% a 22.60	27,50%	24,36% a 30,47%	30,40%
			Otros	9,76%	9,33%	-	9,76%	9,76%	9,76%	-	10,20%	9,33%	9,30%	-
		TARJETAS CRÉDITO	Visa	80	-	n/a	de \$25 a \$150	de \$ 30 a \$ 50	80	de \$35 a \$140	-	de \$ 12 a \$40	-	de \$ 36 a \$ 140
			American Express	-	-	n/a	de \$25 a \$180	-	-	-	-	-	-	-
			Diners	-	-	n/a	-	-	-	de \$40 a \$150	-	-	-	-
			Mastercar	80	-	n/a	de \$15 a \$ 30	-	-	de \$30 a \$ 120	-	de \$40 a \$ 120	-	-
			Master y Visa	-	-	n/a	-	-	-	-	-	-	-	-
Otras	-	de \$50 a \$ 70	n/a	-	-	-	-	-	-	-	\$ 30			
SERVICIOS	TRANSF	Bancarias	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
		Interbancarias	0,3	0,3	0,5	0,3	0,5	0,5	0,5	2	2	n/a	2,15	
	GIROS	Nacionales	2	2	n/a	5	2	2	8	2,15	6	2	n/a	
		Internacionales	55,49	50	n/a	60	50	55,49	45	50	26	n/a	n/a	
	PAGOS A TER-CEROS	Servicios básicos	0	1	n/a	0	0	0.5	0.3	0	0.5	n/a	n/a	
		Centros educativos	0	n/a	n/a	n/a	0	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	
		Pagos	-	1	-	0.5	0	0	0	1	-	-	0.5	

VARIOS	interbancarios												
	Aportes patronales	-	0,75	n/a	-	0,5	0	-	-	-	-	-	-
	Impuestos	0,75	0,75	n/a	0,5	0,5	0,3	0,5	-	0,75	-	-	-
	Matriculación veh.	0,5	0,5	n/a	0,5	0,3	0,5	0,3	n/a	0,5	-	-	-
	Bono de desarrollo	n/a	n/a	n/a	0,3	0	n/a						
	Cheques devuelto	2,79	2,79	2,75	2,79	2,79	2,79	2,79	2,79	2,79	2,79	2,75	2,79
	Cheques gerencia	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2
	Cheques certif.	2	3	2	2	2	2	2	2	2,5	2	2	2
	Referencia banc.	2,65	2,65	2,65	2,65	2,65	2,65	2,65	2,65	2,65	2,5	2,65	2,65
	Casilleros de seguridad	n/a	n/a	n/a	n/a	25 anual + IVA	n/a						
	Tarjetas débito	5,15	5,15		7	5,15	5,15	5,15	5,15	5,15	5,15	n/a	

Fuente: Páginas de los bancos privados de la Plaza Loja 2011

Elaboración: Las autoras

➤ **Bancos privados:**

**a) Banco del Austro:**

Captaciones: Entre los productos de captación que ofrece esta institución tenemos: cuentas de ahorro, cuyo monto de apertura es \$ 50.00; cuentas corrientes, cuyo monto de apertura es \$ 300.00; depósitos a plazo, desde \$1.000.

Colocaciones. Entre estos productos posee: créditos de consumo, comercial, microcrédito; con tasas desde 11,23% hasta 19,50%.

Otros servicios: Entre los servicios varios que ofrecen están: referencias bancarias, cortes de cuenta, cheques de gerencia, cheques certificados, banca virtual, cajeros automáticos, tarjetas de crédito.

**b) Banco Bolivariano:**

Captaciones: Entre los productos de captación que ofrece esta institución tenemos: cuentas de ahorro, cuyo monto de apertura es \$ 100.00; cuentas corrientes, cuyo monto de apertura es \$ 300.00; depósitos a plazo, desde \$10.000.

Colocaciones. Entre estos productos posee: créditos de consumo, comercial, microcrédito, vivienda; con tasas desde 10,21% hasta 16,18%.

Otros servicios: Entre los servicios varios que ofrecen están: referencias bancarias, cortes de cuenta, cheques de gerencia, cheques certificados, banca virtual, cajeros automáticos, pagos a terceros, tarjetas de crédito.

**c) Banco Finca:**

Captaciones: Entre los productos de captación que ofrece esta institución tenemos: cuentas de ahorro, cuyo monto de apertura es \$ 5.00, cuentas corrientes, cuyo monto de apertura es \$ 300.00; depósitos a plazo desde \$ 20.00.

Colocaciones. Entre estos productos posee: créditos comunales, con tasas desde 27,50% hasta 30,50%.

Otros servicios: Entre los servicios varios que ofrecen están: referencias bancarias, cortes de cuenta, cheques de gerencia, cheques certificados, pagos a terceros.

**d) Banco de Guayaquil:**

Captaciones: Entre los productos de captación que ofrece esta institución tenemos: cuentas de ahorro, cuyo monto de apertura es \$ 100.00; cuentas corrientes, cuyo monto de apertura es \$ 100.00; depósitos a plazo.

Colocaciones. Entre estos productos posee: créditos de consumo, pymes, microcrédito, vivienda, credivehículos; con tasas desde 10,45% hasta 28,97%.

Otros servicios: Entre los servicios varios que ofrecen están: referencias bancarias, cortes de cuenta, cheques de gerencia, cheques certificados, banca virtual, cajeros automáticos, pagos a terceros, banca telefónica, banco del barrio, tarjetas de crédito, entre otros.

**e) Banco de Loja:**

Captaciones: Entre los productos de captación que ofrece esta institución tenemos: cuentas de ahorro, cuyo monto de apertura es \$ 50.00; cuentas corrientes, cuyo monto de apertura es \$ 300.00; depósitos a plazo, desde \$100.

Colocaciones. Entre estos productos posee: créditos de consumo, comercial, microcrédito, vivienda, credivehículos; con tasas desde 9,76% hasta 19,90%.

Otros servicios: Entre los servicios varios que ofrecen están: referencias bancarias, cortes de cuenta, cheques de gerencia, cheques certificados, banca virtual, cajeros automáticos, pagos a terceros, tarjeta de crédito, loja aló, transferencias, cajeros, entre otros.

**f) Banco de Machala:**

Captaciones: Entre los productos de captación que ofrece esta institución tenemos: cuentas de ahorro, cuyo monto de apertura es \$ 100.00; cuentas corrientes, cuyo monto de apertura es \$ 300.00; depósitos a plazo, desde \$100.

Colocaciones. Entre estos productos posee: créditos de consumo, comercial, microcrédito, vivienda, credivehículo; con tasas desde 10,78% hasta 26,92%.

Otros servicios: Entre los servicios varios que ofrecen están: referencias bancarias, cortes de cuenta, cheques de gerencia, cheques certificados, banca virtual, cajeros automáticos, pagos a terceros, entre otros.

**g) Banco Pichincha:**

Captaciones: Entre los productos de captación que ofrece esta institución tenemos: cuentas de ahorro, cuyo monto de apertura es \$ 100.00; cuentas corrientes, cuyo monto de apertura es \$ 500.00; depósitos a plazo, desde \$500.

Colocaciones: Entre estos productos posee: créditos de consumo, comercial, microcrédito, vivienda; con tasas desde 10,75% hasta 22,50%.

Otros servicios: Entre los servicios varios que ofrecen están: referencias bancarias, cortes de cuenta, cheques de gerencia, cheques certificados, banca virtual, cajeros automáticos, pagos a terceros, transferencias, giros, entre otros, tarjetas de crédito.

**h) Banco Procredit:**

Captaciones: Entre los productos de captación que ofrece esta institución tenemos: cuentas de ahorro, cuyo monto de apertura es \$ 100.00; cuentas corrientes, cuyo monto de apertura es \$ 500.00; depósitos a plazo, desde \$1000.

Colocaciones. Entre estos productos posee: créditos de consumo, pymes, empresarial, microcrédito, vivienda; con tasas desde 10,20% hasta 30,49%.

Otros servicios: Entre los servicios varios que ofrecen están: referencias bancarias, cortes de cuenta, cheques de gerencia, cheques certificados, banca virtual, cajeros automáticos, pagos a terceros, tarjetas de crédito, entre otros.

**i) Banco Produbanco:**

Captaciones: Entre los productos de captación que ofrece esta institución tenemos: cuentas de ahorro, cuyo monto de apertura es \$ 200.00; cuentas corrientes, cuyo monto de apertura es \$ 500.00; depósitos a plazo.

Colocaciones. Entre estos productos posee: créditos de consumo, corporativo, pymes, microcrédito, vivienda, consumo vehículos; con tasas desde 9,33% hasta 27,50%.

Otros servicios: Entre los servicios varios que ofrecen están: referencias bancarias, cortes de cuenta, cheques de gerencia, cheques certificados, banca virtual, cajeros automáticos, pagos a terceros, tarjeta de crédito, transferencias, entre otros.

**j) Banco Solidario:**

Captaciones: Entre los productos de captación que ofrece esta institución tenemos: cuentas de ahorro, cuyo monto de apertura es \$ 50.00; cuentas corrientes, cuyo monto de apertura es \$ 200.00; depósitos a plazo desde \$ 500.

Colocaciones. Entre estos productos posee: créditos de consumo, pymes, empresarial, corporativo, microcrédito, vivienda; con tasas desde 9,30% hasta 30,47%.

Otros servicios: Entre los servicios varios que ofrecen están: referencias bancarias, cortes de cuenta, cheques de gerencia, cheques certificados, banca virtual, cajeros automáticos, entre otros.

**k) Banco Universal Unibanco:**

Captaciones: Entre los productos de captación que ofrece esta institución tenemos: cuentas de ahorro, cuyo monto de apertura es \$ 100.00; cuentas corrientes, cuyo monto de apertura es \$ 100; depósitos a plazo.

Colocaciones. Entre estos productos posee: créditos de consumo, microcrédito; con tasas desde 16,20% hasta 30,40%.

Otros servicios: Entre los servicios varios que ofrecen están: referencias bancarias, cortes de cuenta, cheques de gerencia, cheques certificados, banca virtual, cajeros automáticos, pagos a terceros, tarjeta de crédito, entre otros.

## ➤ Cooperativas

**Cuadro 16: Condensado de costos de productos y servicios de cooperativas. Plaza Loja**

		29 DE OCTUBRE	CODESARROLLO	COOP CCP	JEP	MEGO	PJL		
PRODUCTOS	CAPTACIÓN	Cta. Ah.	100	20	24	20	12	10	
		Dep. Plazo	de 4,24% a	de 3.25% a	de 3.43% a	de 5,5% a	de 4,94% a	de 4.45% a	
	COLOCACIÓN	CRÉDITOS	Consumo	16,30%	14,25%	17,44%	15,20%	16,29%	16,30%
			Comercial	11,83%	-	11,20%	11,20%	11,83%	-
			Vivienda	11,32%	10,00%	10,74%	11,20%	11,33%	-
			Microcrédito	27,57%	18,00%	29,51%	20,00%	21,82%	21,82%
			Otros	-	-	17,44%	-	14,82%	-
		TARJETAS	Visa	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
			American Express	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
			Diners	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
			Mastercard	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
			Master y Visa	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
			Otras	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
			SERVICIOS	TRANSACCIONES	Bancarias	0	0	0	0,35
Interbancarias	1	1			4	2	2	-	
GIROS	Nacionales	2,79		2	2	-	2	-	
	Internacionales	-		10	-	4	-	-	
PAGOS A TERCEROS	Servicios básicos	0,3		-	0,3	-	1	n/a	
	Centros educativos	n/a		n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	
	Pagos interbancarios	n/a		n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	
	Aportes patronales	n/a		n/a	n/a	n/a	1	n/a	
	Impuestos	0,3		n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	
	Matriculación veh.	0,5		0	n/a	n/a	n/a	n/a	
	Bono de desarrollo	n/a		n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	
VARIOS	Cheques devuelto	2,79		-	1,4	2,79	2,79	2,79	
	Cheques gerencia	2,5		n/a	2,5	n/a	2,5	2,5	
	Cheques certif.	2		-	2	2	2	2	
	Referencia banc.	2,65		2	1,5	1,68	1,68	2,65	
	Casilleros de seguridad	n/a		n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	
	Tarjetas débito	5,15		n/a	5	5	2	n/a	

Fuente: Páginas web de las cooperativas reguladas de la Plaza Loja 2011  
Elaboración: Las autoras

### I) **Cooperativa 29 de Octubre:**

Captaciones: Entre los productos de captación que ofrece esta institución tenemos: cuentas de ahorro, cuyo monto de apertura es \$ 20.00, depósitos a plazo desde \$ 10.000.00.

Colocaciones. Entre estos productos posee: créditos de consumo, comercial, microcrédito, vivienda, con tasas desde 11,32% hasta 27,57%.

Otros servicios: Entre los servicios varios que ofrecen están: referencias bancarias, cortes de cuenta, cheques de gerencia, cheques certificados, cajeros automáticos, pagos a terceros, tarjeta de débito, consultas médicas, entre otros.

**m) Cooperativa Codesarrollo:**

Captaciones: Entre los productos de captación que ofrece esta institución tenemos: cuentas de ahorro, cuyo monto de apertura es \$ 5.00; depósitos a plazo.

Colocaciones. Entre estos productos posee: créditos de consumo, pymes, microcrédito; con tasas desde 10% hasta 18%.

Otros servicios: Entre los servicios varios que ofrecen están: referencias bancarias, cortes de cuenta, cheques de gerencia, cheques certificados, pagos a terceros, transferencias, entre otros.

**n) Cooperativa Coop CCP:**

Captaciones: Entre los productos de captación que ofrece esta institución tenemos: cuentas de ahorro, cuyo monto de apertura es \$ 34.00; depósitos a plazo, desde \$100.

Colocaciones. Entre estos productos posee: créditos de consumo, comercial, microcrédito, credivehículos; con tasas desde 11,20% hasta 29,51%.

Otros servicios: Entre los servicios varios que ofrecen están: referencias bancarias, cortes de cuenta, cheques de gerencia, cheques certificados, cajeros automáticos, pagos a terceros, tarjeta de débito, medicina, entre otros.

**o) Cooperativa Juventud Ecuatoriana Progresista:**

Captaciones: Entre los productos de captación que ofrece esta institución tenemos: cuentas de ahorro, cuyo monto de apertura es \$ 20.00; depósitos a plazo, desde \$1.000.

Colocaciones: Entre estos productos posee: créditos de consumo, pymes, microcrédito; con tasas desde 11,20% hasta 20%.

Otros servicios: Entre los servicios varios que ofrecen están: referencias bancarias, cortes de cuenta, cheques de gerencia, cheques certificados, banca virtual, cajeros automáticos, tarjeta de débito, entre otros.

**p) Cooperativa Manuel Esteban Godoy:**

Captaciones: Entre los productos de captación que ofrece esta institución tenemos: cuentas de ahorro, cuyo monto de apertura es \$ 12.00; depósitos a plazo, desde \$100.

Colocaciones: Entre estos productos posee: créditos de consumo, pymes, microcrédito, credivehículo, vivienda; con tasas desde 11,83% hasta 21,82%.

Otros servicios: Entre los servicios varios que ofrecen están: referencias bancarias, cortes de cuenta, cheques de gerencia, cheques certificados, banca virtual, cajeros automáticos, pagos a terceros, tarjeta de débito, entre otros.

**q) Cooperativa Padre Julián Lorente:**

Captaciones: Entre los productos de captación que ofrece esta institución tenemos: cuentas de ahorro, cuyo monto de apertura es \$ 10.00; depósitos a plazo, desde \$100.

Colocaciones: Entre estos productos posee: créditos de consumo, pymes, microcrédito, con tasas desde 11% hasta 21,82%.

Otros servicios: Entre los servicios varios que ofrecen están: referencias bancarias, cortes de cuenta, cheques de gerencia, cheques certificados, banca virtual, transferencias, consultas médicas, entre otros.

➤ **Mutualista Pichincha:**

Captaciones: Entre los productos de captación que ofrece esta institución tenemos: cuentas de ahorro, cuyo monto de apertura es \$ 50.00; cuentas corrientes, cuyo monto de apertura es \$ 500.00; depósitos a plazo, desde \$500.

Colocaciones: Entre estos productos posee: créditos de consumo, productivo, vivienda; con tasas desde 11,83% hasta 16,30%.

Otros servicios: Entre los servicios varios que ofrecen están: referencias bancarias, cortes de cuenta, cheques de gerencia, cheques certificados, banca virtual, cajeros automáticos, tarjetas de crédito, giros, transferencias, entre otros.

➤ **Banco Nacional de Fomento:**

Captaciones: Entre los productos de captación que ofrece esta institución tenemos: cuentas de ahorro, cuyo monto de apertura es \$ 20.00; cuentas corrientes, cuyo monto de apertura es \$ 300.00, inversiones desde \$ 250.

Colocaciones: Entre estos productos posee: créditos de consumo, comercial, microcrédito, vivienda; con tasas desde 11% hasta 16%.

Otros servicios: Entre los servicios varios que ofrecen están: referencias bancarias, cortes de cuenta, cheques de gerencia, cheques certificados, banca virtual, cajeros automáticos, pagos a terceros, transferencias, cajeros automáticos, entre otros.

Para ver detalle de tarifas ver (Anexo 6)

#### **2.4.2 Por Subsistema**

Es muy importante mencionar que en el año 2009 se dieron cambio a través de la Resolución JB-2009-1315 y JB-2009-1316, en las que se estableció la reducción o eliminación de las tarifas de algunos servicios que prestaban las entidades financieras a los clientes, denominada “De la transparencia de la información”. De igual manera a través de la resolución JB – 2010 – 1725 de norman las tarifas máximas por productos y servicios que entregan las instituciones financieras.

#### **Banca privada:**

En la banca privada en cuanto a las aperturas de cuentas de ahorro el monto mínimo de apertura es de \$ 5,00 en el Banco Finca.

Cuenta corriente el monto de apertura mínimo es \$ 100 en el Banco de Guayaquil y el Unibanco.

Los depósitos a plazo tienen su tasa más alta en el Banco de Guayaquil desde el 3% al 6,69%.

En las operaciones de crédito de consumo el Procredit tiene la tasa más baja con el 14,97%, seguido del Pichincha con el 15,18%.

En las operaciones de crédito comerciales el más barato es el Procredit con el 11,07%, seguido del Pichincha con el 11,20%.

En las operaciones de vivienda el más bajo es el Banco de Guayaquil con el 10,45%, seguido del Procredit con el 10,62%.

En las operaciones del microcrédito el Banco del Austro tiene el 19,50%, seguido del banco de Loja con el 19,90%.

En las tarjetas de crédito Visa el costo de emisión más bajo es de \$ 12 del Produbanco. En la American Express que es del banco de Guayaquil tiene un costo desde el \$ 25 a \$ 130. Diners del Pichincha con un costo de \$ 40 a \$ 150. Mastercard del Banco de Guayaquil con el costo más bajo de \$ 15 a \$ 30.

En las transferencias interbancarias el costo más bajo con \$ 0.30 lo tienen Austro, Bolivariano y Guayaquil.

En los giros nacionales se mantiene con \$ 2 el Austro, Bolivariano, Loja y Machala. Giros internacionales el de menor costo es el Produbanco con \$ 26.

Pago de servicios básicos no tienen costo el Austro, Guayaquil, Loja y Procredit; y el de más alto costo es el Bolivariano.

En cuanto a los centros educativos los únicos que poseen el servicio es el banco del Austro y Banco de Loja.

Pagos interbancarios, sin costos los tienen Loja, Machala y Pichincha; y el Bolivariano el más elevado con \$ 1.

Aportes patronales el más bajo es el Banco de Loja con \$ 0,5 y el más alto el Bolivariano con \$ 0,75.

La recaudación de impuestos es más barata en el Banco de Machala con \$ 0,3 y los más caros son Austro, Bolivariano y Produbanco con \$ 0,75.

En la matriculación vehicular los más baratos son Loja y Pichincha con \$ 0,3 y los más caros son Austro, Bolivariano, Guayaquil y Produbanco con \$ 0,5.

El pago de bono de desarrollo se lo hace únicamente en el Banco de Loja.

El costo de cheques devueltos con \$ 2,75 lo tiene Finca y Solidario.

La emisión de cheque de gerencia con un costo de \$ 2 lo tiene el Unibanco, el resto de instituciones tiene un costo de \$ 2,5.

La emisión de cheque certificado más cara la tiene Bolivariano con \$ 3 y Procredit con \$ 2,5; las demás instituciones tienen un costo de \$ 2.

Las referencias bancarias de costo más bajo son del Produbanco con \$ 2,5 el resto de instituciones cobran \$2,65.

El servicio de casilleros de seguridad lo da únicamente el Banco de Loja con un costo de \$ 25 anuales más el IVA.

La emisión de las tarjetas de débito más caras las tiene el Banco de Guayaquil con \$ 7, las demás instituciones tienen un costo de \$ 5,15.

### **Cooperativas:**

Para la apertura de cuenta de ahorro el monto mínimo lo tiene la Coop. P JL con \$ 10, seguida de la Coop Mego con \$ 12.

En el pago de tasas para inversiones se destacan la Codesarrollo con tasas desde 3,25% al 8,5% y la JEP desde 4,94% a 8,5%.

El crédito de consumo más bajo lo tiene la Codesarrollo al 14,25%, seguido de la JEP al 15,20%, la tasa más alta la tiene la Coop CCP con 17,44%.

Las operaciones comerciales más bajas las tienen la Coop CCP y la JEP al 11,20% y las más altas son de 29 de octubre y Mego con 11,83%.

La tasa de vivienda más baja del 10% es de Codesarrollo, y la más alta es la Mego al 11,33%

La tasa de microcrédito más baja es la Codesarrollo con 18% y la más alta la Coop CCP con 29,51%. (Se debe recalcar que en las Cooperativas las operaciones de crédito tienen encaje).

Las transferencias interbancarias más caras son de la Coop CCP con \$ 4 y las más bajas de 29 de Octubre y Codesarrollo con \$ 1.

Los giros nacionales más caros son de la 29 de octubre con \$2,79, los giros internacionales más caros son de la Codesarrollo con \$ 10.

La devolución de cheques más baratos es de la Coop. CCP con \$1,4. Los cheques de gerencia todos cuestan \$ 2,5, al igual que los cheques certificados con \$ 2 de costo.

Las referencias más baratas las tiene la Coop CCP con \$1.5.

En las tarjetas de débito el mayor costo lo tiene la Coop 29 de octubre con \$ 5,15.

### **Mutualista Pichincha:**

El costo de sus productos y servicios es de \$ 50 para la apertura de cta. De ahorros, \$ 500 para la apertura de cta. corriente; sus tasas de inversiones van desde el 4% al

6%. Las operaciones de consumo tienen una tasa del 16,30%, comercial del 11,83% y vivienda del 11,33%.

Sus tarjetas de crédito Mastercard van desde \$20 a \$ 60.

Las referencias tiene un costo de \$ 2,65, las transferencias tiene un costo de \$20, interbancarias por la web \$ 0,5, giros nacionales \$ 0,25 e internacionales por \$ 10. Sus cheques devueltos tienen un costo de \$ 2,79.

### **Banco Nacional de Fomento:**

El costo de apertura de una cuenta de ahorros es de \$ 20, cuenta corriente \$ 300.

Los créditos de consumo tienen una tasa del 16%, comercial del 11,20%, vivienda del \$9,78 y micros del 11%.

Sus tasas de inversión van desde el 3,5% al 6,5%.

En general podemos resumir lo siguiente:

- ✓ Es mucho más bajo el monto de apertura en el Banco Finca que en el resto de subsistemas.
- ✓ La apertura de una cuenta corriente es más baja en el Banco de Guayaquil y el Unibanco.
- ✓ Los depósitos a plazo son mejor pagados en la Cooperativa Codesarrollo y la JEP.
- ✓ Los créditos de consumo tiene una tasa más baja en el Procredit.
- ✓ Los créditos comerciales tienen una tasa más baja en el Procredit.
- ✓ Los créditos de vivienda son más económicos en el BNF.
- ✓ Los microcréditos tienen su tasa más baja en el BNF.
- ✓ Las transferencias interbancarias tienen las más bajas el Bco del Austro y Guayaquil.
- ✓ Los giros nacionales son más bajos en el Banco del Austro, Loja y Machala.
- ✓ El costo de los cheques devueltos es más bajo en la Coop CCP.
- ✓ Los cheques de gerencia tienen un costo menor en el Unibanco.
- ✓ Los cheques certificados tienen igual costo en bancos y cooperativas.



# **CAPITULO III**



### **III: Acceso y Preferencia de Productos y Servicios Financieros. Una perspectiva desde la demanda.**

El Sistema Financiero local lleva consigo nuevos retos y cambios estructurales debido a que la gran cantidad de competidores del sector dificulta la creación de productos y/o servicios para diferenciar una entidad de otra. Esto se debe a que los productos y servicios financieros son esencialmente los mismos, es por ello que hoy en día el único elemento diferenciador en las entidades financieras es la calidad con que se brindan los mismos.

Para esto es necesario definir la calidad en sentido del cliente, ya que ellos son los perciben calidad en los servicios cuando recibe el producto que satisfaga sus necesidades y las supere, en el momento, lugar y con los recursos más adecuados.

Es por ello que la finalidad del presente capítulo es analizar las preferencias en el uso de los productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones financieras locales, para lo cual se aplicó la técnica de encuestas que nos permitirá obtener la información necesaria para dicho análisis. Dicha información fue tabulada a través del Sistema SPSS que es una herramienta de tratamiento de datos y análisis estadístico, la cual ahorra tiempo y ayuda en el análisis exacto de grandes cantidades de datos.

Es muy importante señalar que nuestro análisis se lo hizo en las siguientes instituciones financieras locales: Banco Finca, Solidario, Unibanco, Machala, BNF, Coop. Padre Julián Lorente y Mutualista Pichicha.

De las 287 encuestas realizadas se obtuvo que el 38.39% fueron del sexo masculino y el 56.89% fueron del sexo femenino; en cuanto al nivel de educación el 53.24% es de tercer nivel, el 24% secundaria, 18.94% posee instrucción primaria, el 2,86% ninguno y el 0,63% cuarto nivel.

En cuanto a la edad el 1.37% corresponde a las edades de 15 a 19 años, el 13.23% de 20 a 29 años, el 33.94% de 30 a 39 años, el 32.87% de 40 a 49 años, el 14.70% de 50 a 59 años y el 3.91% a más de 60 años.

La situación laboral de la muestra corresponde el 36.79% a negocio propio, el 25.59% a sector privado, el 25.40% al sector público, el 4.80% a ama de casa, el 3.96% corresponde a otros; este porcentaje incluye las personas que se dedican a la agricultura, el 1.26% a jubilados y finalmente un 0.34% corresponde a estudiantes.

El tiempo de ser clientes de la muestra es de 38.79% más de seis años, el 25.86% de 1 a 3 años, el 17.76% de 4 a 6 años y el 17.61% menos de un año. (ver anexo 8). Estos datos serán analizados detalladamente en cada Institución.

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

Entre los factores que influyen en la obtención y preferencia de un producto o servicio financiero de las entidades analizadas podemos decir que la mayor parte de clientes de los bancos y cooperativas son mujeres, de igual forma el nivel de instrucción que es un factor importante es el tercer nivel, lo que les permite escoger y tener claro cuáles son sus necesidades y la forma en las cuales las pueden satisfacer escogiendo de entre las diferente entidades financieras los productos o servicios que mejor les convengan.

Como se puede anotar las razones que más interesan al cliente para obtener los productos y servicios de dicha institución es que posea Solidez, razón que en nuestro análisis alcanzo el 13% promedio de las entidades de la muestra siendo el valor más significativo el de la Mutualista Pichincha con el 28%; otra de las razones es Recomendación con el 12% promedio, el valor más significativo es el de Unibanco con el 27%; por último la razón de más peso es Tramitología con el 9,14% promedio, representando en su mayoría por el Bco. Finca con el 28%. (Ver anexo 8).

#### **3.1.1 Estudio Comparativo entre tipos de IFIS**

En base a las encuestas aplicadas a las siguientes Instituciones:

- Banco Finca
- Banco Solidario
- Banco Unibanco

- Banco de Machala
- Banco Nacional Fomento
- Cooperativa Padre Julián Lorente
- Mutualista Pichincha

Se realizará un análisis comparativo entre: Banco Finca, Solidario y Unibanco, ya que estas Instituciones ofrecen productos y servicios similares. En las demás Instituciones se hará un análisis individual ya que sus segmentos de mercado son diferentes.

**a) Banco Finca:**

Cuadro 17: Razones para ser Cliente Bco. Finca. Plaza Loja  
Expresado en porcentajes

RAZONES PARA SER CLIENTE		
RAZONES	FINCA	LOJA
<i>Solidez</i>	2,56%	16,67%
<i>Prestigio</i>	2,56%	33%
<i>Recomendación</i>	20,51%	0%
<i>Costos</i>	8,00%	0%
<i>Ubicación</i>	0,00%	16,67%
<i>Cobertura</i>	0,00%	33%
<i>Fácil Tramitología</i>	28,00%	0%
<i>No contesta</i>	38,00%	0%

Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 12: Razones para ser Cliente Bco. Finca. Plaza Loja  
Expresado en porcentajes



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

De las 13 encuestas realizadas en esta Institución tenemos que entre las principales razones para ser cliente de Finca están: Fácil Tramitología con el 28% y Recomendación con el 20,51%, Costos 8%; de los clientes encuestados el 15.40% poseen como segunda opción el Banco de Loja, en el cual el Prestigio y Cobertura tienen el 33%; y Solidez y Ubicación tienen el 16,67%. Estas dos instituciones tienen segmentos de mercado muy diferentes, pero como se puede observar de acuerdo a las razones de Finca los clientes tienen un mayor acceso a productos y servicios financieros en relación al Banco de Loja debido a las facilidades en su tramitología que les ofrece dicha institución.

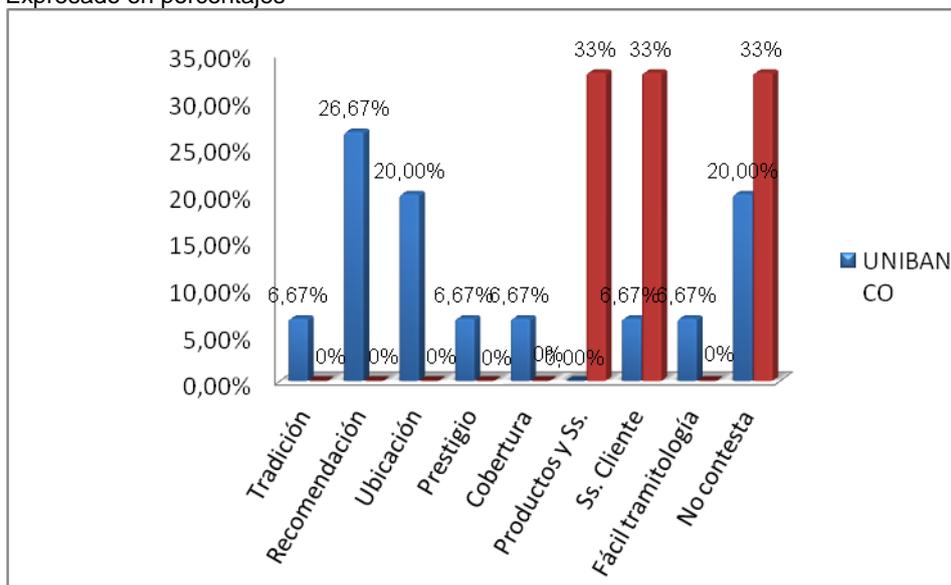
### a) Banco Unibanco:

Cuadro 18: Razones para ser Cliente Bco. Unibanco. Plaza Loja  
Expresado en porcentajes

RAZONES PARA SER CLIENTE		
RAZONES	UNIBANCO	FORTUNA
<i>Tradición</i>	6,67%	-
<i>Recomendación</i>	26,67%	-
<i>Ubicación</i>	20,00%	-
<i>Prestigio</i>	6,67%	-
<i>Cobertura</i>	6,67%	-
<i>Productos y Ss.</i>	6,67%	33%
<i>Ss. Cliente</i>	-	33%
<i>Fácil Tramitología</i>	6,67%	-
<i>No contesta</i>	20,00%	33%

Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 13: Razones para ser Cliente. Banco Unibanco  
Expresado en porcentajes



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

De las cinco encuestas realizadas en esta Institución tenemos que entre las principales razones para ser cliente de Unibanco están: Recomendación con el 26,6%, Ubicación con el 20%, y Fácil Tramitología con el 6,67%; de los clientes encuestados el 20% poseen como segunda opción la Coop. Fortuna, en la cual Productos y Ss., Servicio al Cliente tienen el 33%. Se puede observar en los datos anteriormente anotados que en el Unibanco existe un elevado porcentaje de Recomendación debido a las facilidades que dan a los clientes para obtención de productos financieros; con relación a la Coop. Fortuna existe como segunda opción debido a la atención personalizada que brindan a los clientes.

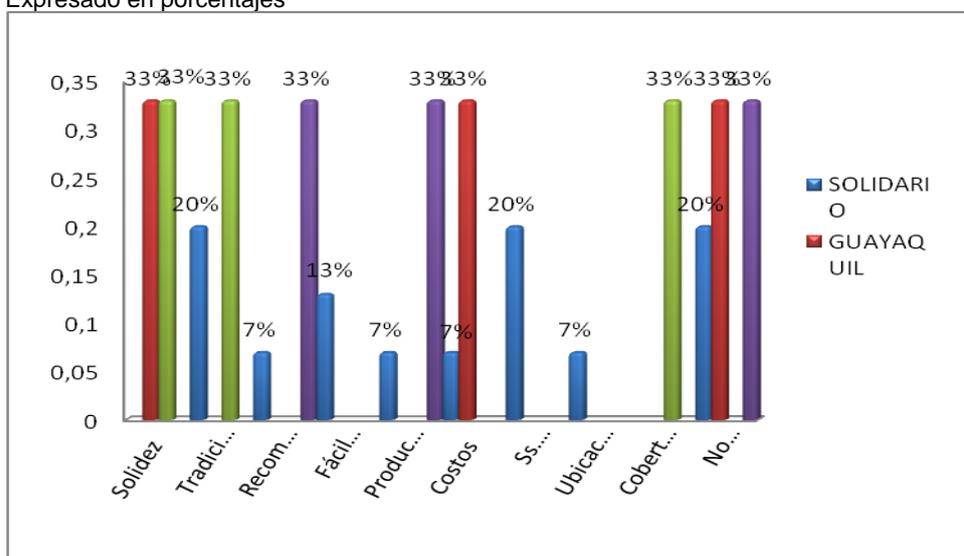
### b) Banco Solidario:

Cuadro 19: Razones para ser Cliente Bco. Unibanco. Plaza Loja  
Expresado en porcentajes

RAZONES PARA SER CLIENTE				
RAZONES	SOLIDARIO	GUAYAQUIL	COOP MEGO	CADECOL
<i>Solidez</i>	0%	33%	33%	0%
<i>Tradición</i>	20%	0%	33%	0%
<i>Recomendación</i>	7%	0%	0%	33%
<i>Fácil Tramitología</i>	13%	0%	0%	0%
<i>Productos y Ss.</i>	7%	0%	0%	33%
<i>Costos</i>	7%	33%	0%	0%
<i>Ss. Cliente</i>	20%	0%	0%	0%
<i>Ubicación</i>	7%	0%	0%	0%
<i>Cobertura</i>	0%	0%	33%	0%
<i>No contesta</i>	20%	33%	0%	33%

Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 14: Razones para ser Cliente. Banco Solidario  
Expresado en porcentajes



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

En esta entidad realizamos cinco encuestas de las cuales se obtuvieron que en el Solidario las principales razones son: Servicio al Cliente con el 20%, Tramitología con el 13% y Productos y Servicios con el 7%; como opción dos de dicha muestra el 20% de los clientes tienen; Banco de Guayaquil con el 33% para Solidez y Costos; Coop. Mego con el 33% para Solidez, Tradición y Cobertura y la Cadecol con el 33% para Recomendación y Productos y Servicios. Como podemos observar la Atención al Cliente y las facilidades que tiene la institución para la obtención de un producto son los principales motivos para preferirla.

➤ **Análisis Finca, Unibanco y Solidario**

De estas tres instituciones podemos concluir que el 66% promedio de los clientes encuestados corresponden al sexo femenino, el 33% al sexo masculino.

Las edades promedio de los clientes son de 30 a 39 años el 41%, de 40 a 49 años el 33% y de 20 a 29 años el 10%.

El nivel de instrucción oscila en el 47% promedio al tercer nivel de instrucción, el 23% a primario y el 19% al secundario.

En la Situación Laboral el 50% promedio poseen Negocio Propio, el 33% trabajan para el Sector Público y el 13% en el Sector Privado y Amas de Casa.

Entre las razones para ser clientes de la institución la de mayor porcentaje es Fácil Tramitología con el 16% promedio, el 16% para Recomendación y el 9% para Servicio al Cliente.

El tiempo que han sido clientes de las instituciones financieras oscila entre el 37% promedio de menos de un año, el 27% de uno a tres años y el 13% de cuatro a seis años.

La valoración del Servicio al cliente está en el 49% promedio que se califica como bueno y el 8% como muy bueno.

En los Canales de Comunicación debemos aclarar que el 100% de la Comunicación con la Institución se la realiza a través de la visita que realiza un funcionario del Banco Finca al cliente; y en promedio de las otras dos instituciones el 33% el cliente va al banco y un 23% se realiza vía telefónica.

En las mejoras solicitadas por los clientes tenemos el 16% promedio para Costos, el 14% promedio para Productos y Servicios; únicamente para el Unibanco un 20% en Servicio al Cliente y para Finca y Solidario Recurso humano y Tramitología con el 13% cada uno.

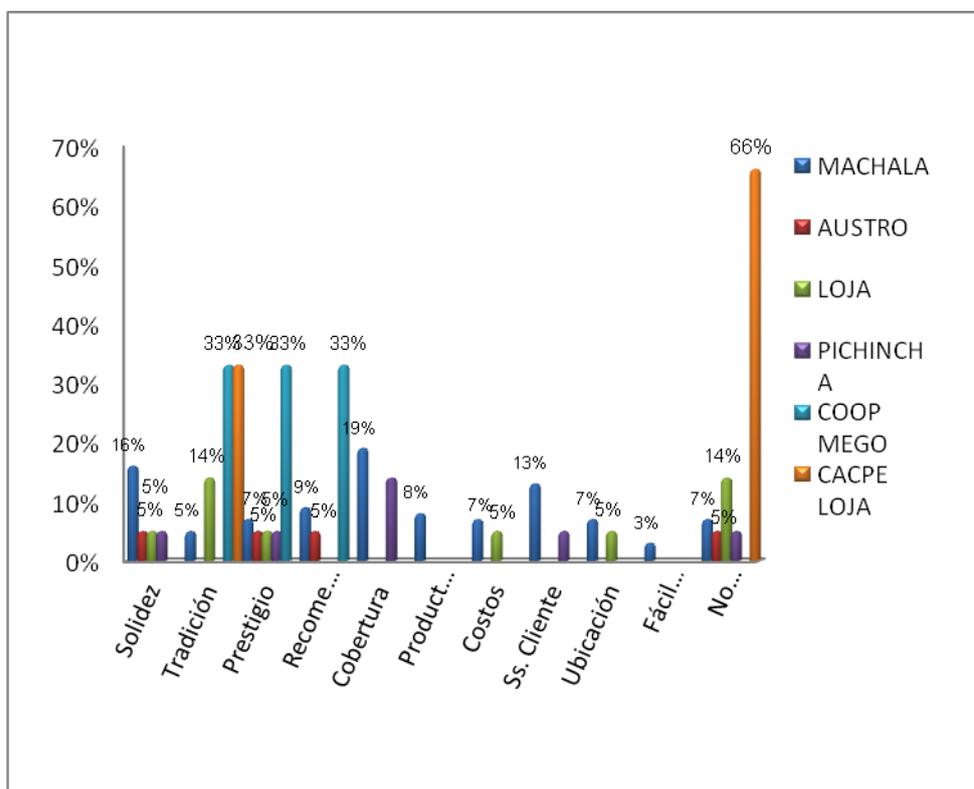
**c) Banco Machala:**

Cuadro 20: Razones para ser Cliente Bco. Machala. Plaza Loja  
Expresado en porcentajes

RAZONES PARA SER CLIENTE						
RAZONES	MACHALA	AUSTRO	LOJA	PICHINCHA	COOP MEGO	CACPE LOJA
Solidez	16%	5%	5%	5%	0%	0%
Tradición	5%	0%	14%	0%	33%	33%
Prestigio	7%	5%	5%	5%	33%	0%
Recomendación	9%	5%	0%	0%	33%	0%
Cobertura	19%	0%	0%	14%	0%	0%
Productos y Ss.	8%	0%	0%	0%	0%	0%
Costos	7%	0%	5%	0%	0%	0%
Ss. Cliente	13%	0%	0%	5%	0%	0%
Ubicación	7%	0%	5%	0%	0%	0%
Fácil Tramitología	3%	0%	0%	0%	0%	0%
No contesta	7%	5%	14%	5%	0%	66%

Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 14: Razones para ser Cliente. Banco Solidario  
Expresado en porcentajes



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

De la muestra analizada de 25 clientes en el Banco de Machala el 19% lo prefiere por Cobertura, el 16% por Solidez y el 13% por el Servicio al cliente; sin embargo el 7.02% promedio de la muestra tienen entre otra institución como opción dos; entre las cuales anotamos: Austro que posee el 5% en Solidez, Prestigio y Recomendación; Loja con el 14% para Tradición, y 5% para Solidez y Costos; Pichincha el 14% para Cobertura, 5% Solidez y Servicio al Cliente; Coop. Mego con 33% para Tradición, Prestigio y Recomendación.

Podemos concluir que la preferencia de esta institución en nuestra plaza se debe principalmente como ya se anotó a la Cobertura que posee debido a que los clientes de la muestra por su actividad necesitan de un banco que posea oficinas a nivel nacional.

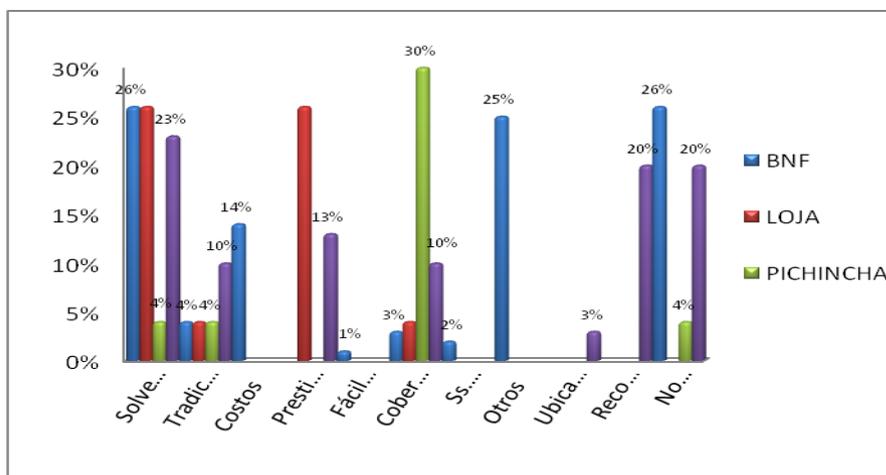
#### d) Banco Nacional de Fomento:

Cuadro 21: Razones para ser Cliente BNF. Plaza Loja  
Expresado en porcentajes

RAZONES PARA SER CLIENTE				
RAZONES	BNF	LOJA	PICHINCHA	COOP. MEGO
Solvencia	26%	26%	4%	23%
Tradición	4%	4%	4%	10%
Costos	14%	0%	0%	0%
Prestigio	0%	26%	0%	13%
Fácil Tramitología	1%	0%	0%	0%
Cobertura	3%	4%	30%	10%
Ss. Cliente	2%	0%	0%	0%
Otros	25%	0%	0%	0%
Ubicación	0%	0%	0%	3%
Recomendación	0%	0%	0%	20%
No contesta	26%	0%	4%	20%

Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 15: Razones para ser Cliente. BNF  
Expresado en porcentajes



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

De la muestra analizada de 65 clientes tenemos que el 26% prefieren esta institución por la Solvencia, el 25% Otros, en este rubro se consideran los plazos y tipos de pago de las operaciones de crédito, y el 14% Costos. De dicha muestra también es importante anotar que el 9,76% promedio de los encuestados también tienen una opción 2 en cuanto a instituciones financieras como: Bco. de Loja con el 26% para Solvencia y Prestigio y el 4% Tradición y Cobertura; Bco. Pichincha con el 30% por Cobertura y el 4% para Solvencia y Tradición; la Coop. Mego con el 23% para Solvencia, el 20% Recomendación y el 13% Prestigio.

Como se anotó anteriormente la Solvencia de esta Institución la hace merecedora de la preferencia de clientes y algo muy importante es que sus clientes son en la mayoría personas dedicadas a la agricultura y ganadería por lo cual ésta institución les da las facilidades para obtener créditos dirigidos a estos segmentos a muy buenos costos.

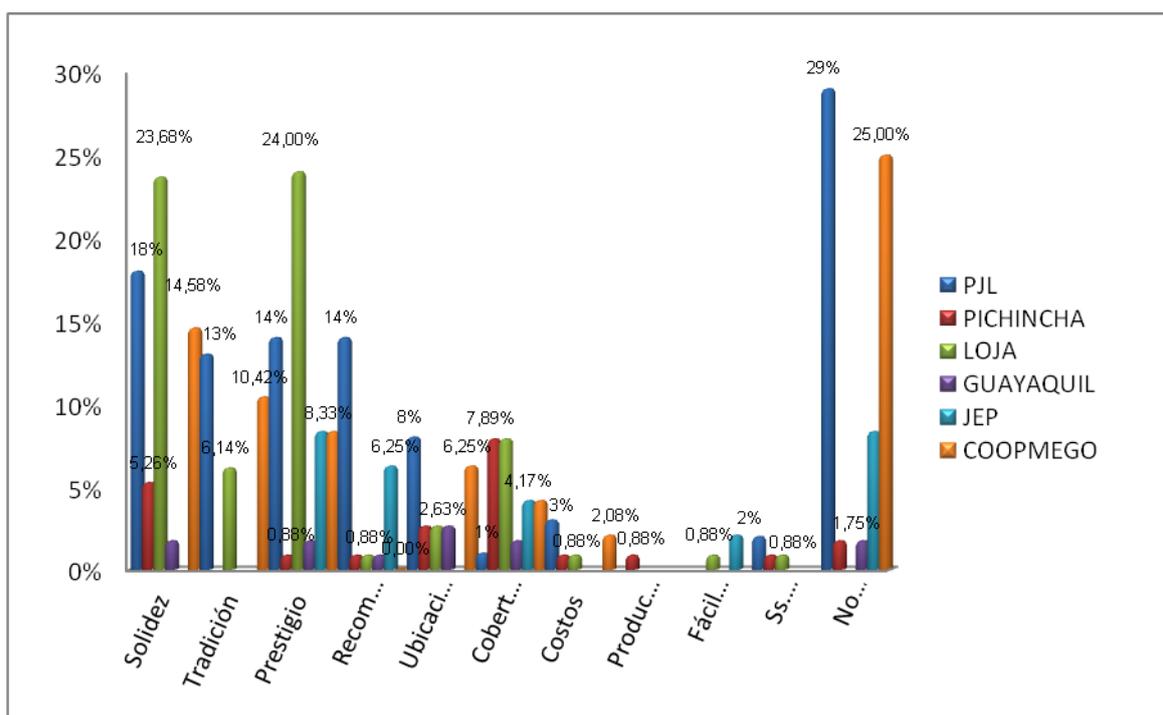
**e) Cooperativa Padre Julián Lorente:**

Cuadro 22: Razones para ser Cliente Coop. P.JL. Plaza Loja  
Expresado en porcentajes.

RAZONES PARA SER CLIENTE							
RAZONES	PJL	PICHINCHA	LOJA	GUAYAQUIL	JEP	COOPMEGO	CACPE LOJA
<i>Solidez</i>	18,00%	5,26%	23,68%	1,75%	0,00%	14,58%	33,00%
<i>Tradición</i>	13,00%	0,00%	6,14%	0,00%	0,00%	10,42%	0,00%
<i>Prestigio</i>	14,00%	0,88%	23,68%	1,75%	8,33%	8,33%	0,00%
<i>Recomendación</i>	14,00%	0,88%	0,88%	0,88%	6,25%	0,00%	33,00%
<i>Ubicación</i>	8,00%	2,63%	2,63%	2,63%	0,00%	6,25%	0,00%
<i>Cobertura</i>	1,00%	7,89%	7,89%	1,75%	4,17%	4,17%	0,00%
<i>Costos</i>	3,00%	0,88%	0,88%	0,00%	0,00%	2,08%	0,00%
<i>Productos y ss.</i>	0,00%	0,88%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<i>Fácil Tramitología</i>	0,00%	0,00%	0,88%	0,00%	2,08%	0,00%	0,00%
<i>Ss. Cliente</i>	2,00%	0,88%	0,88%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<i>No contesta</i>	29,00%	1,75%	0,00%	1,75%	8,33%	25,00%	33,00%

Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 16: Razones para ser Cliente. Coop. P.JL  
Expresado en porcentajes



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

Sin tomar en cuenta la gran mayoría que no contestó que es el 29%, la primera razón es la Solidez con el 18%, la segunda Prestigio y Recomendación con el 14%, la tercera Tradición con el 13% estas son las tres principales razones. Entre las segundas opciones de los cliente que suman en promedio el 8,63% tenemos: Bco Pichincha con el 8% de Cobertura, el 5% de Solidez y el 3% de Ubicación, el Bco. de Loja con el 24% Solidez y Prestigio, el 6% para Tradición; Bco. de Guayaquil con el 3% de Ubicación y el 2% para Solidez, Prestigio y Cobertura; JEP con el 8% para Prestigio, el 6% Recomendación y el 4% Cobertura; Coop. Mego con el 15% para Solidez, el 10% Tradición y el 8% para Prestigio; y por último la Cacpe Loja con el 33% para Solidez y Recomendación.

En la Padre Julián Lorente las tres razones principales evidencian que esta Institución ha ganado con el tiempo parte del mercado local y cuenta con el apoyo de sus asociados.

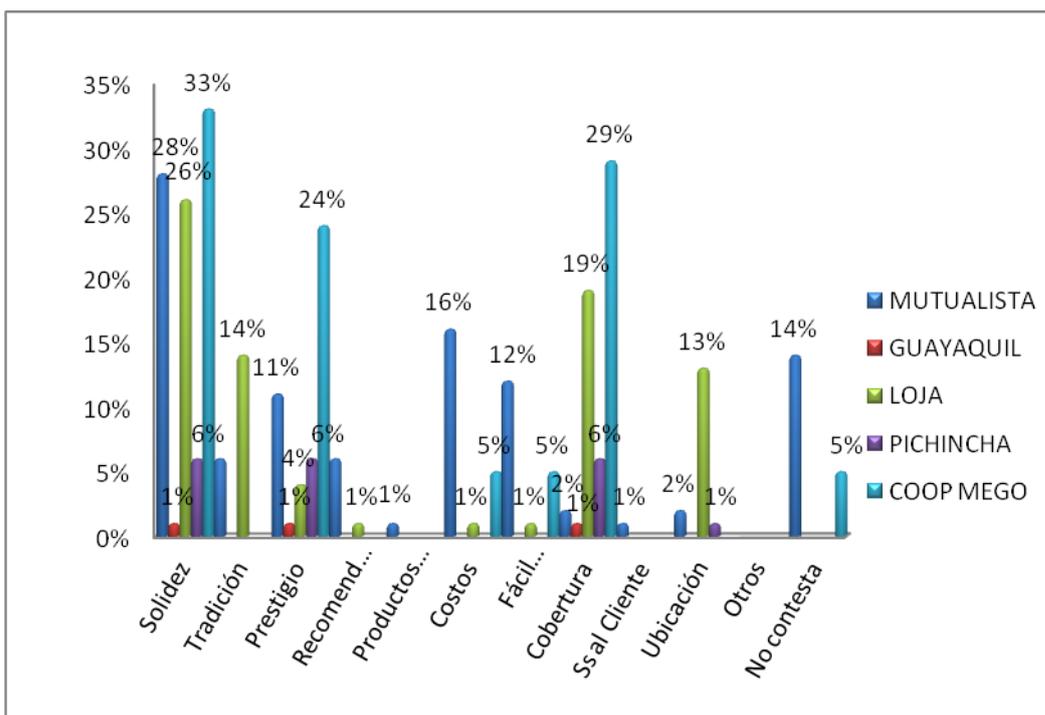
**f) Mutualista Pichincha:**

Cuadro 23: Razones para ser Cliente Mutualista Pichincha. Plaza Loja  
Expresado en porcentajes

RAZONES PARA SER CLIENTE					
RAZÓN	MUTUALISTA	GUAYAQUIL	LOJA	PICHINCHA	COOP MEGO
Solidez	28%	1%	26%	6%	33%
Tradición	6%	0%	14%	0%	0%
Prestigio	11%	1%	4%	6%	24%
Recomendación	6%	0%	1%	0%	0%
Productos y Ss.	1%	0%	0%	0%	0%
Costos	16%	0%	1%	0%	5%
Fácil Tramitología	12%	0%	1%	0%	5%
Cobertura	2%	1%	19%	6%	29%
Ss al Cliente	1%	0%	0%	0%	0%
Ubicación	2%	0%	13%	1%	0%
Otros	0%	0%	0%	0%	0%
No contesta	14%	0%	0%	0%	5%

Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 17: Razones para ser Cliente. Mutualista Pichincha  
Expresado en porcentajes



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

De la muestra de 68 clientes encuestados prefieren esta Institución por Solidez el 28%, por Costos el 16% y el 12% Fácil Tramitología. Cabe anota que el 11,40% promedio posee una segunda opción como: Bco. de Guayaquil con el 1% para Solidez, Prestigio y Cobertura; Bco. de Loja con el 26% para Solidez, 19% Cobertura y 14% Tradición; Bco. Pichincha con el 6% para Solidez, Prestigio y

Cobertura y la Coop. Mego con el 33% para Solidez, 29% Cobertura y 24% Prestigio Para el mercado objetivo de ésta Institución que son las operaciones de vivienda sus clientes cuentan con facilidades para trámites y mejores costos.

### **3.1.2 Estudio comparativo entre productos y servicios.**

En las encuestas realizadas podemos observar claramente los productos y servicios de mayor preferencia que tiene los clientes en cada una de las instituciones, para lo cual analizaremos de forma general las preferencias de la opción uno y las preferencias de la opción dos:

Cuadro 24: Condensado de productos y servicios IFIS opción 1 e IFIS opción 2. Plaza Loja  
Expresado en porcentajes.

	BANCOS									COOPERATIVAS						MUT
	OPCIÓN 1					OPCIÓN 2				OPCIÓN 1	OPCIÓN 2					
	Finca	Solidario	Unibanco	Machala	Fomento	Loja	Pichincha	Guayaquil	Austro	PJL	Mego	Fortuna	Cacpe	Cadecol	JEP	Pichincha
<b>PRODUCTOS</b>																
Cta. Ahorro	8%	80%	20%	32%	51%	77%	12%	-	4%	68%	56%	20%	5%	20%	2%	49%
Cta. Cte.	-	-	60%	32%	-	8%	4%	20%	-	-	-	-	-	-	-	-
Inversiones	-	-	-	-	-	2%	3%	2%	-	2%	1%	-	-	-	-	-
Consumo	-	-	-	20%	2%	1%	-	-	-	11%	2%	-	-	-	2%	-
Comercial	-	-	-	4%	-	1%	2%	1%	-	8%	2%	-	-	-	-	-
Productivos	-	-	-	-	37%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Vivienda	-	-	-	-	-	-	4%	-	-	9%	1%	-	-	-	-	49%
Microcrédito	92%	20%	20%	-	5%	-	-	-	-	3%	-	-	-	-	-	-
Otros	-	-	-	-	6%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tarjeta Visa	-	-	-	12%	-	1%	10%	-	-	-	-	-	-	-	-	2%
Mastercard	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2%
-																
<b>SERVICIOS</b>																
Trns. Banc.	-	20%	-	4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Trns. Interbanc.	-	-	-	12%	-	4%	4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Giros Nacionales	-	-	-	4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ss. Básicos	-	20%	-	8%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pago Matr. C. Educ	-	-	-	4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pagos Interbanc.	-	-	-	4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aportes Patronales	-	-	-	8%	-	-	4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Impuestos	-	-	-	16%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Matriculación Veh.	-	-	-	4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cheques Geren.	-	-	-	4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ref. Banc.	-	40%	-	4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tarjeta Débito	-	20%	-	-	-	51%	20%	1%	-	-	15%	-	-	-	-	-
Otros	-	-	20%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3%

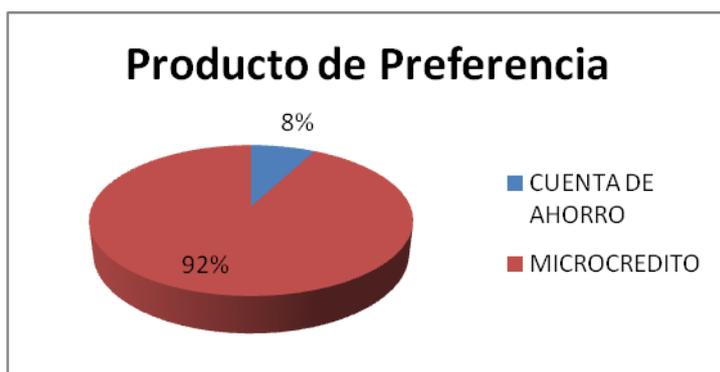
Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

➤ **IFIS asignadas plaza Loja**

a) **Banco Finca**

Del total de clientes encuestados el 8% tienen cuenta de ahorro y el 92% poseen microcrédito; de este 100% de clientes el 46% de ellas posee negocio propio.

Gráfico 18: Producto de Preferencia. Banco Finca  
Expresado en porcentajes

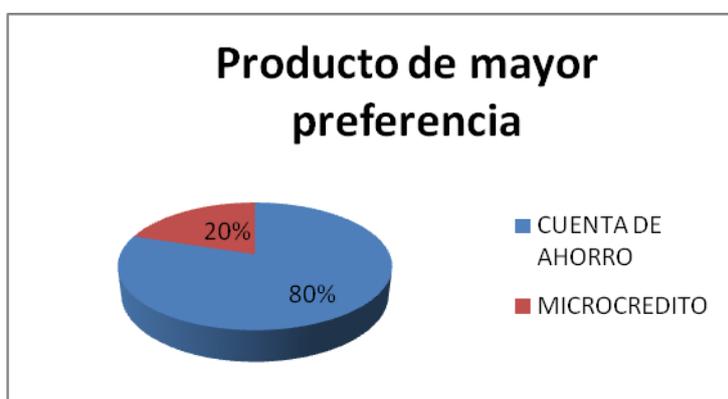


Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

b) **Banco Solidario**

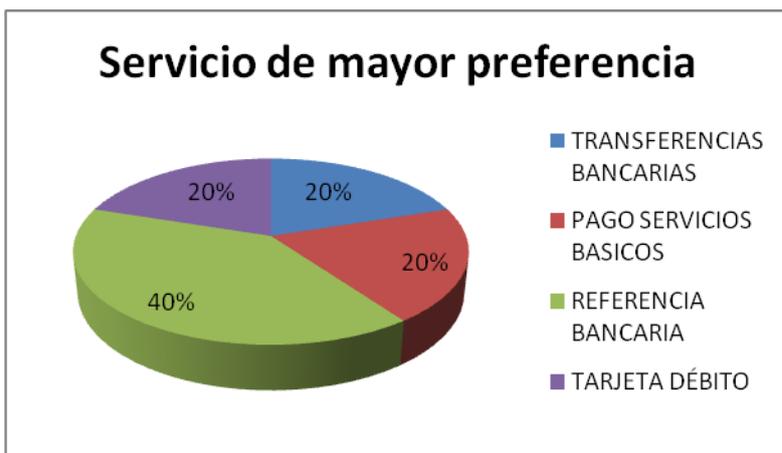
En esta institución el 80% de los encuestados poseen cuenta de ahorro y un 20% microcrédito, los servicios que utilizan son: referencias bancarias con el 40%, transferencias bancarias, servicios básicos y tarjetas de débito el 20%.

Gráfico 19: Producto de Preferencia. Banco Solidario  
Expresado en porcentajes



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 20: Servicio de Preferencia. Banco Solidario  
Expresado en porcentajes

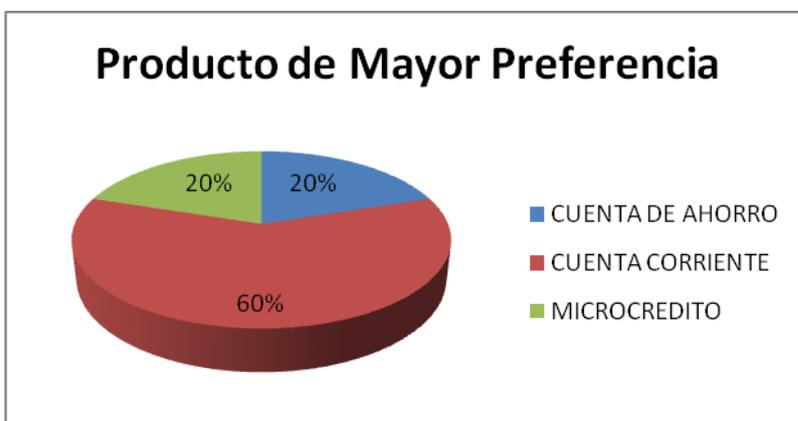


Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

### c) Banco Unibanco

De la muestra tomada para esta institución el 60% tiene cuenta corriente y un 20% cuenta de ahorro y microcrédito, un 20% de los clientes poseen otros servicios de esta institución como recarga tu celular.

Gráfico 21: Producto de Preferencia. Banco Unibanco  
Expresado en porcentajes



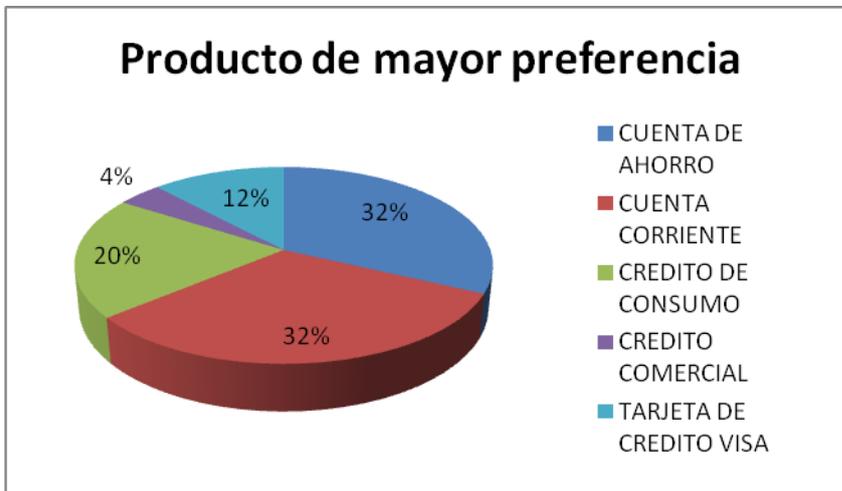
Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

### d) Banco de Machala

Un 32% de los clientes encuestados poseen cuenta de ahorro y cuenta corriente, 20% crédito de consumo, con el 12% la tarjeta visa y finalmente un 4% poseen crédito comercial.

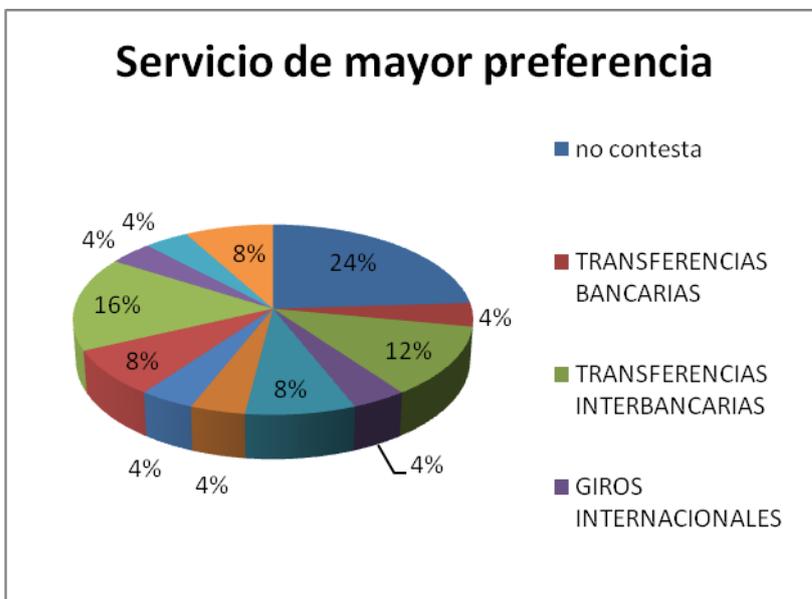
En cuanto a los servicios el rubro más alto corresponde al pago de impuestos con el 16%, transferencias interbancarias 12%, servicios básicos y aportes patronales con el 8%, estos son los servicios más relevantes en esta institución.

Gráfico 22: Producto de Preferencia. Banco de Machala  
Expresado en porcentajes



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 23: Servicio de Preferencia. Banco de Machala  
Expresado en porcentajes

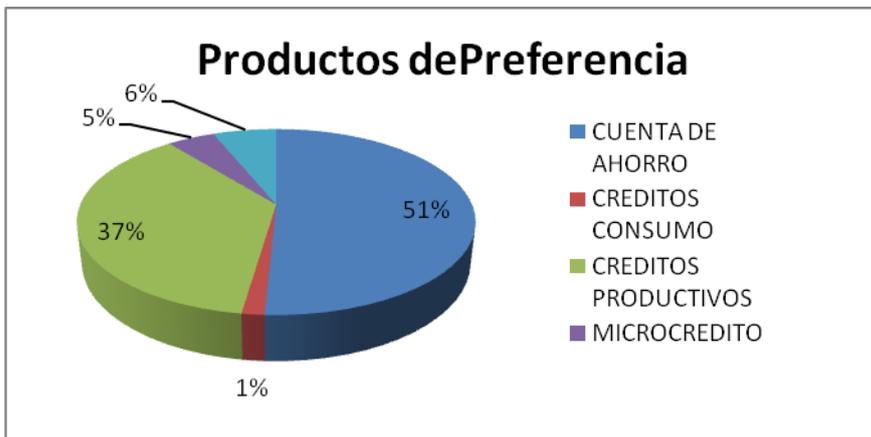


Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

**e) Banco Nacional de Fomento**

En esta institución el 50,80% de los encuestados tienen cuenta de ahorro, un 36,90% poseen un crédito productivo y un 4,60% microcrédito estos productos son los más significativos.

Gráfico 24: Producto de Preferencia. Banco Nacional de Fomento  
Expresado en porcentajes

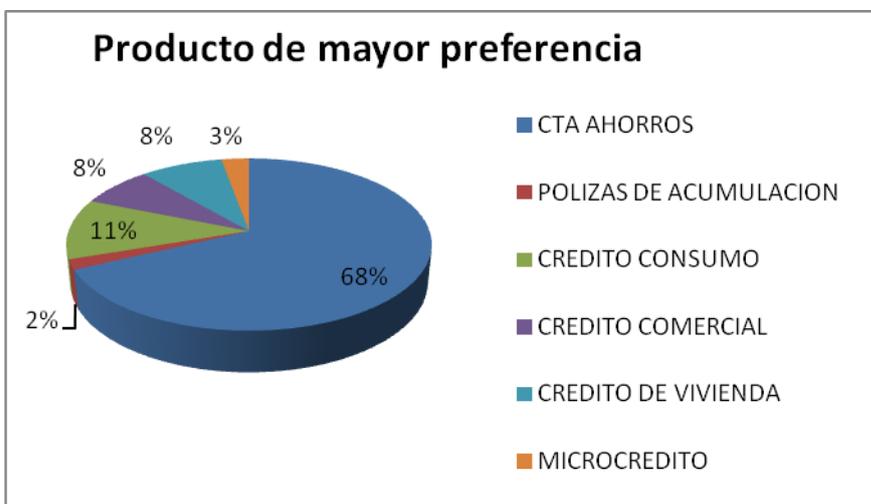


Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

**f) Cooperativa Padre Julián Lorente**

Del total de los clientes encuestados el 67,90% tienen cuenta de ahorro, un 11,30% tienen un crédito de consumo, el 8,50% un crédito de vivienda y un 7,50% un crédito comercial. De la muestra analizada ningún cliente ocupa los servicios de la Coop. PJL.

Gráfico 25: Producto de Preferencia. Coop. PJL  
Expresado en porcentajes

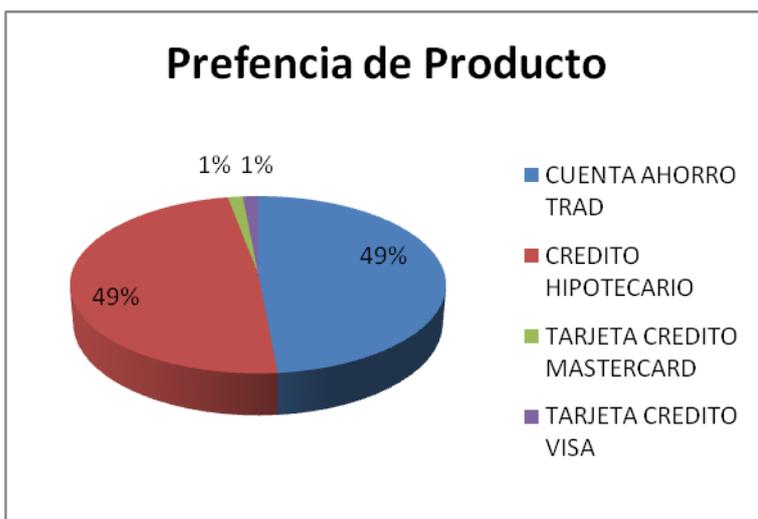


Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

**g) Mutualista Pichincha**

Un 48,50% de los encuestados poseen cuenta de ahorros y crédito de vivienda, el 1,50% tienen acceso a las tarjetas Visa y Mastercard. En cuanto a servicios un 3% tienen tarjeta de débito.

Gráfico 26: Producto de Preferencia. Mut. Pichincha  
Expresado en porcentajes



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

Podemos concluir que de las instituciones financieras el total de los clientes encuestados poseen productos y servicios financieros siendo los de mayor participación: Microcrédito con el 92% en el Banco Finca, la cuenta de ahorro con el 80% y las referencias bancarias con el 40% en el Banco Solidario, el 60% corresponde a la cuenta corriente en el Banco Unibanco, en el Banco de Machala con el 32% Cuenta de Ahorro y Cuenta Corriente el servicio de mayor participación es el pago a Impuestos con el 16% en cuanto a la banca privada. En la banca pública la cuenta de ahorros tiene mayor participación con el 50,80%, en la Coop.PJL el producto de mayor participación es la cuenta de ahorros con el 67,90% y en la Mutualista Pichincha la Cuenta de Ahorros y los Créditos de Vivienda tienen el 48,50%.

## ➤ **IFIS alternas plaza Loja**

Es importante mencionar que un 11,44% de la muestra de clientes poseen productos y servicios en una segunda institución.

De los cuales el 15,40% de los clientes del Banco Finca trabajan con el Banco de Loja con la cuenta de ahorros.

El 20% de los clientes del Banco Solidario tienen como segunda institución el Banco de Guayaquil con el 20% para cuentas corrientes; la Coop. Mego con el 20% para cuentas de ahorro; y la Cadecol con el 20% en cuentas de ahorro y microcrédito.

De los clientes del Unibanco un 20% trabajan con la Coop. No regulada Fortuna con el 20% para cuentas de ahorro y microcrédito.

En el Banco de Machala el 20% posee productos y servicios en el Banco de Loja y un 4% con el Banco del Austro, Bco. Pichincha, Bco. Procredit, Coop. Mego y Cacpe Loja, de los cuales en lo que respecta a la Banca Privada el 16% poseen cuenta de ahorro, el 12% cuenta corriente y el 4% poseen operaciones de vivienda. Para la Mego le corresponde un 8% para clientes con cuentas de ahorro y finalmente para la Cadecol el 4% para créditos hipotecarios.

En el BNF el 10,30% trabajan con el Bco. Loja, el 3,10% con el Bco. Pichincha y un 15,40% con la Coop. Mego. En lo que se refiere a la banca privada los clientes prefieren las cuentas de ahorro significando el 10,80% y el 3,10% para las tarjetas visa; para el caso de la Coop. Mego los clientes prefieren las cuentas de ahorro que se traduce en 15,40%

En la Coop. PJL el 27% indicó trabajar con el Bco. Loja, el 9% con el Bco. Pichincha, el 1,9% con el Bco. Guayaquil, el 11,30% con la Coop. Mego y el 3,7% con la Coop. JEP como segunda opción; de los cuales en el caso de la Banca Privada corresponden el 22,60% a cuentas de ahorro; para la Mego y la JEP el 9,40% trabaja con cuentas de ahorro; valores que son los más significativos.

Para la Mut. Pichincha el 27% trabajan con el Bco. Loja, el 5,9% con el Bco. Pichincha, el 1,50% con el Bco. Guayaquil y el 10,30% poseen productos y servicios en la Coop. Mego. Para los bancos privados los valores más significativos son el 26,40% para cuentas de ahorros y para la cooperativa el 8,30% para cuentas de ahorro.

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

En la actualidad la comunicación y el servicio que se brinde a los clientes de bancos, cooperativas y mutualistas es una de las razones principales por las cuales escogen una determinada institución; esto lleva a las instituciones a incentivar tanto a su recurso humano para brindar una excelente atención, como a sus clientes abriendo más y más canales de comunicación para que tengan un mayor acceso a su institución.

#### 3.2.1 Comunicación con el cliente

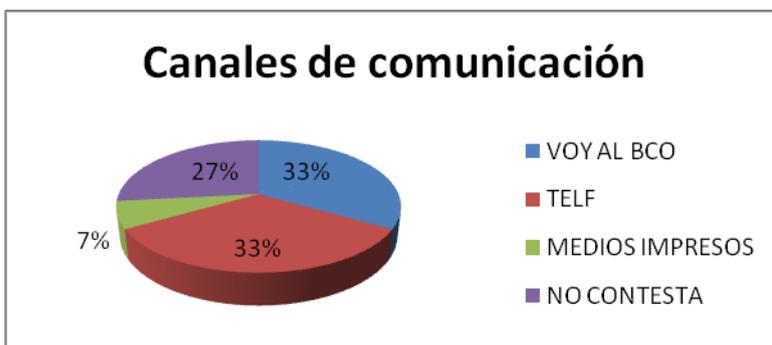
##### a) **Banco Finca:**

En cuanto a los canales de comunicación para esa Institución el 100% le corresponden a la visita del funcionario del banco al cliente.

##### b) **Banco Unibanco:**

Los canales de comunicación para esa Institución el 33% visita el banco y llama por teléfono y el 7% se informa a través de medios impresos.

Gráfico 27: Canales de Comunicación. Banco Unibanco  
Expresado en porcentajes



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

**c) Banco Solidario:**

Los canales de comunicación para esa Institución son: el 34% visita el banco y el 13% se comunica a través del teléfono.

Gráfico 28: Canales de Comunicación. Banco Solidario  
Expresado en porcentajes

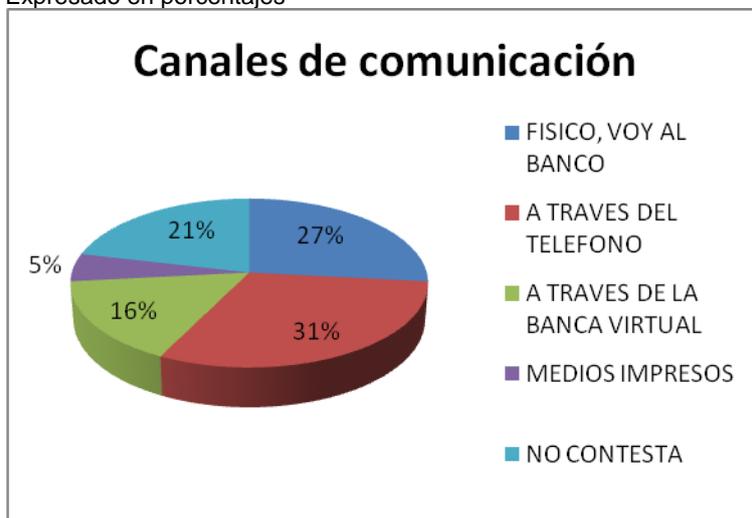


Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

**d) Banco de Machala:**

Entre los tres primeros canales de comunicación tenemos con el 31% que corresponde a la comunicación a través del teléfono, luego con el físico donde el cliente va al banco con el 27% y como tercero a través de la banca virtual con el 16%, sin tomar en cuenta el 21% que corresponde a los que no contestaron y con el 5% se comunica a través de medios impresos.

Gráfico 29: Canales de Comunicación. Banco de Machala  
Expresado en porcentajes



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

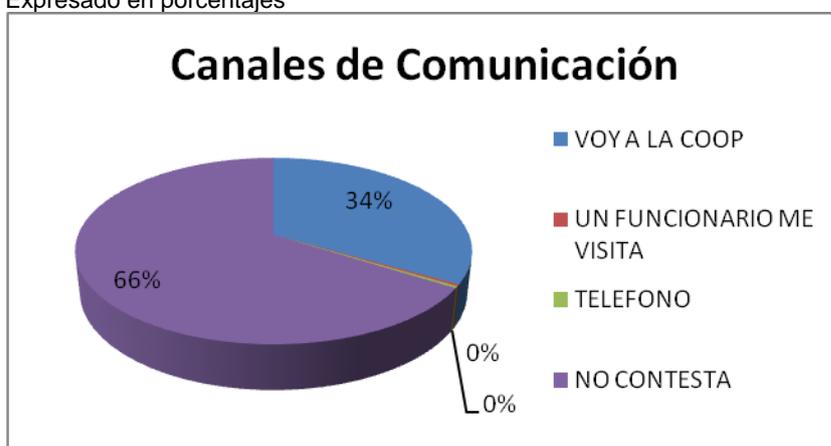
e) **Banco Nacional de Fomento:**

En lo referente al canal de comunicación el único que utilizan los clientes encuestados es que ellos van al banco.

f) **Cooperativa Padre Julián Lorente:**

En lo que se refiere a la comunicación con la Cooperativa el 34% va a la Institución, un 0,31% se comunica por teléfono y el mismo porcentaje para un funcionario que visita al cliente.

Gráfico 30: Canales de Comunicación. Coop. PJL  
Expresado en porcentajes



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

g) **Mutualista Pichincha:**

En cuanto al canal de comunicación el 100% va a la Institución.

Cuadro 25: Promedio de Canales de Comunicación IFIS. Plaza Loja  
Expresado en porcentajes

CANALES COM.	Finca	Unibanco	Solidario	Machala	BNF	Mut. Pichin	Coop PJL	TOTAL	PROMEDIO
Func. Me visita	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	100%	14,33%
Voy al Bo.	0,0%	33,33%	33,3%	26,7%	100,0%	100,0%	33,3%	293%	41,90%
Teléfono	0,0%	33,3%	13,3%	30,7%	0,0%	0,0%	0,3%	78%	11,09%

Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

En resumen podemos observar de acuerdo a los datos obtenidos de las encuestas aplicadas que en promedio el canal de comunicación que más utilizan los clientes

para obtener información financiera de éstas Instituciones es que el Cliente va al Banco con el 41,90% promedio, en segundo lugar está la visita de un funcionario de la institución al cliente con el 14,33%, y finalmente la comunicación mediante el teléfono con el 11,09%.

### 3.2.2 Servicio al cliente

#### a) Banco Finca:

Los clientes califican el servicio de esta Institución en su mayoría como bueno con el 77% y como muy bueno el 23%.

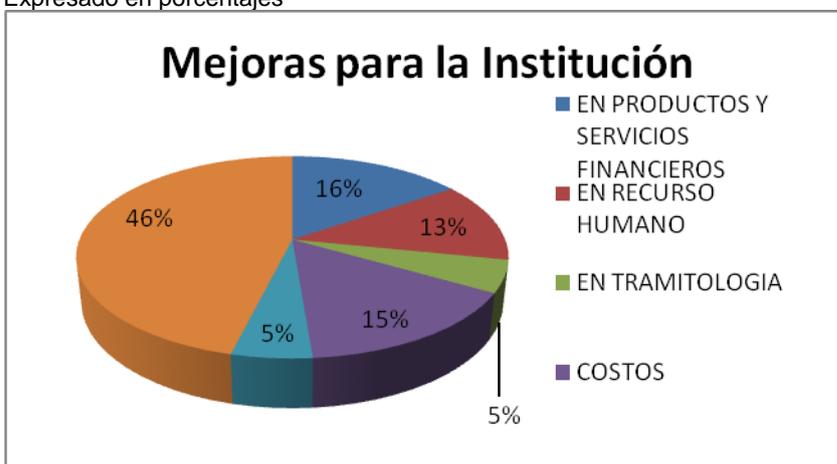
Gráfico 31: Valor del Servicio. Banco Finca  
Expresado en porcentajes



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

De acuerdo a estos resultados las mejoras solicitadas para éste banco son principalmente en productos y servicios con el 16%, costos con el 15% y recurso humano con el 13%.

Gráfico 32: Mejoras para la Institución. Banco Finca  
Expresado en porcentajes



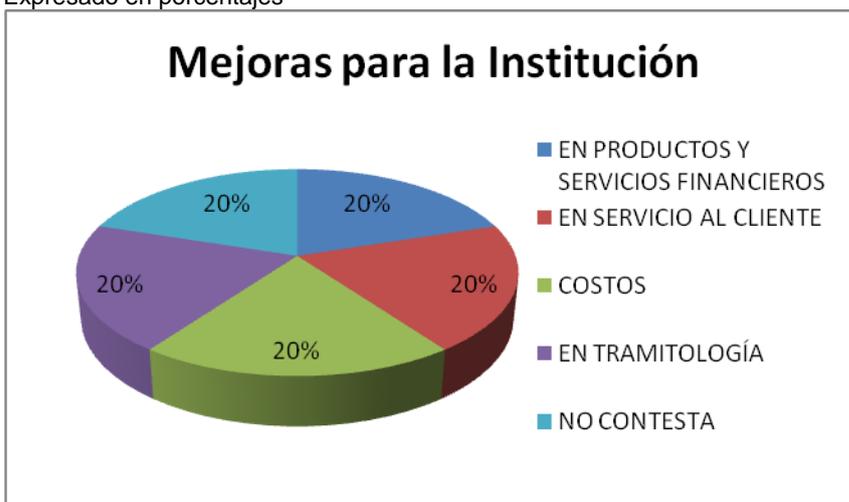
Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

**b) Banco Unibanco:**

Los clientes califican el servicio de esta Institución como bueno en un 100%.

De acuerdo a este resultado las mejoras para la Institución solicitadas por los clientes son en Productos y Servicios, Servicio al Cliente, Costos y Tramitología con el 20% cada una.

Gráfico 33: Mejoras para la Institución. Banco Unibanco  
Expresado en porcentajes



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

**c) Banco Solidario:**

Los clientes califican el servicio de esta Institución como bueno el 60% y muy bueno el 40%.

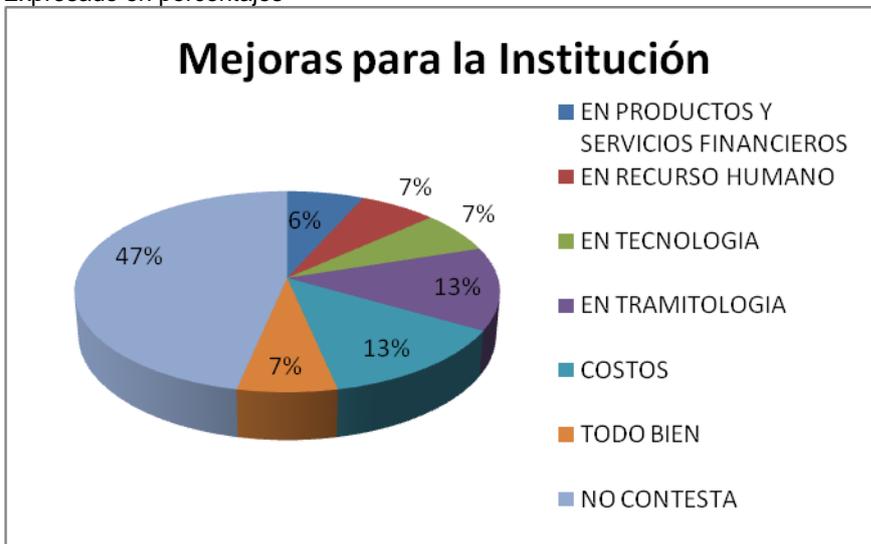
Gráfico 34: Valor del Servicio. Banco Solidario  
Expresado en porcentajes



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

Las mejoras para la Institución solicitadas por los clientes son en Tramitología y Costos con el 13% cada una, el 7% para Productos y Servicios, Recurso Humano y Tecnología.

Gráfico 35: Mejoras para la Institución. Banco Solidario  
Expresado en porcentajes



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

**d) Banco de Machala:**

Los clientes califican el Servicio con el 56% para muy bueno y 44% para bueno.

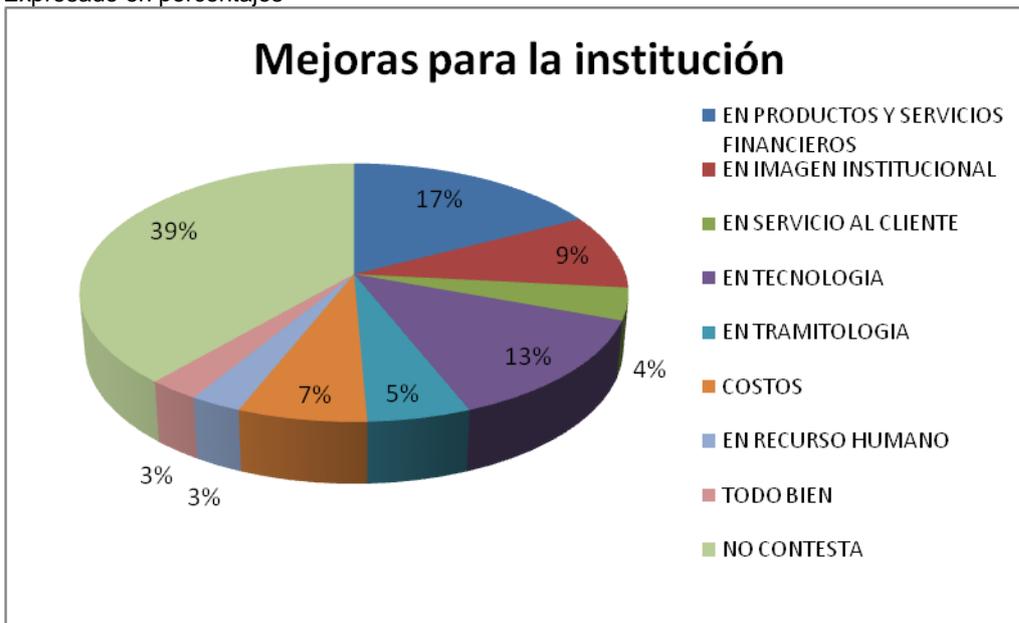
Gráfico 36: Valor del Servicio. Banco de Machala  
Expresado en porcentajes



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

En lo referente a las mejoras predomina el mejoramiento en productos y servicios financieros con el 17%, mejoramiento en la tecnología con el 13% y en imagen institucional con un 9% y costos con el 7%.

Gráfico 37: Mejoras para la Institución. Banco de Machala  
Expresado en porcentajes



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

#### e) Banco de Fomento:

De acuerdo a las encuestas el servicio de esta entidad pública se califica como bueno el 80%, muy bueno 18% y malo el 2%.

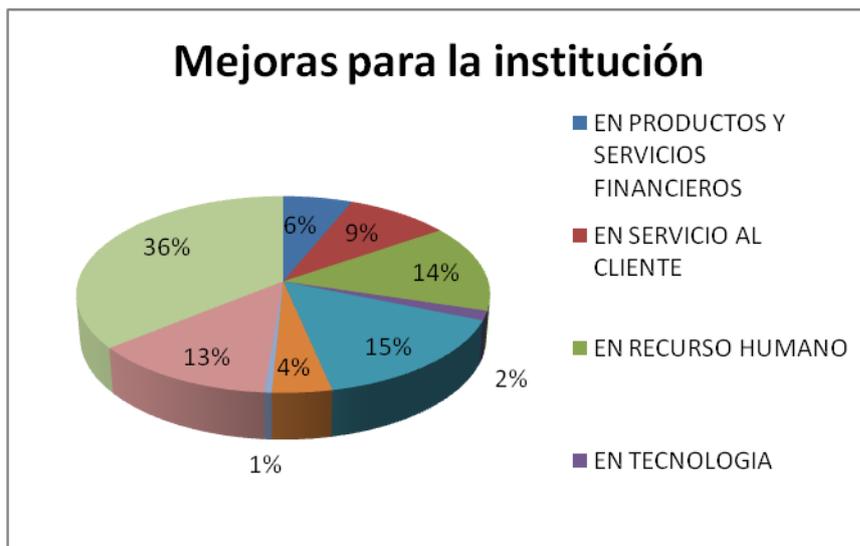
Gráfico 38: Valor del Servicio. BNF  
Expresado en porcentajes



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

En razón de dichas calificaciones las mejoras solicitadas por los clientes son sin tomar en cuenta el 36% que no contesta, esta con el 15% en que debe mejorar la Tramitología, el 14% desean que mejoren el Recurso Humano y el 9% desean que mejore el servicio al cliente.

Gráfico 39: Mejoras para la Institución. BNF  
Expresado en porcentajes

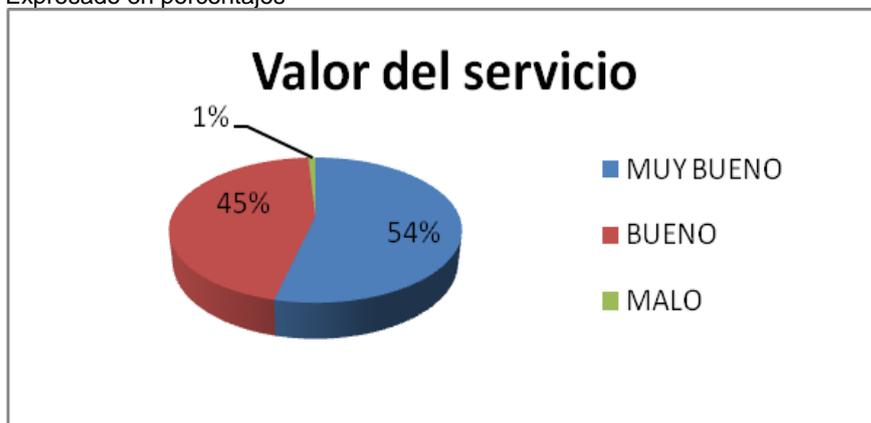


Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

#### f) Cooperativa Padre Julián Lorente:

Los clientes encuestados de esta institución valoran el servicio como muy bueno el 54%, bueno el 45% y como malo el 1%.

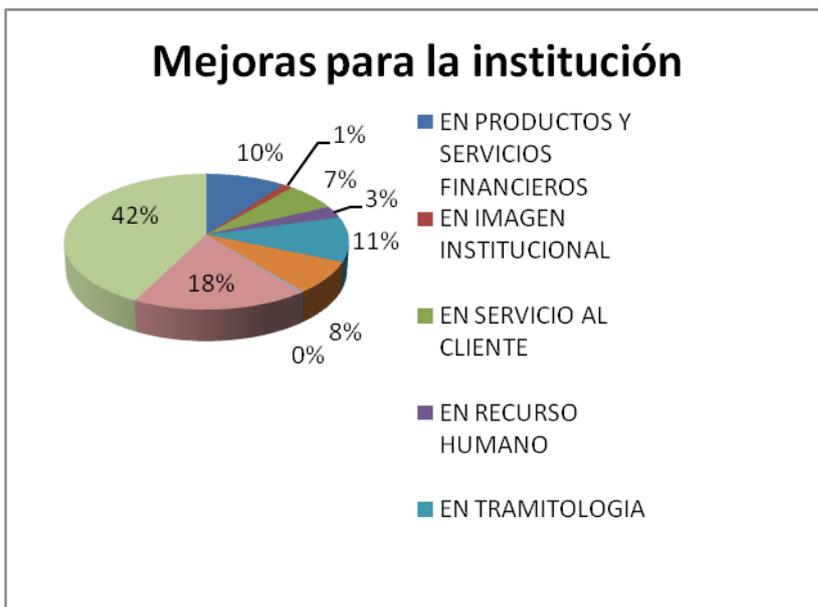
Gráfico 40: Valor del Servicio. Coop. PJL  
Expresado en porcentajes



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

Las mejoras solicitadas por los clientes sin considerar el 42% de los encuestados que no contestó y el 18% que indica que todo está bien, un 11% sugiere que haya una mejora en Tramitación, un 10% mejora en los Productos y Servicios y como tercera mejora el Servicio al Cliente con el 7%.

Gráfico 41: Mejoras para la Institución. Coop PJJ  
Expresado en porcentajes

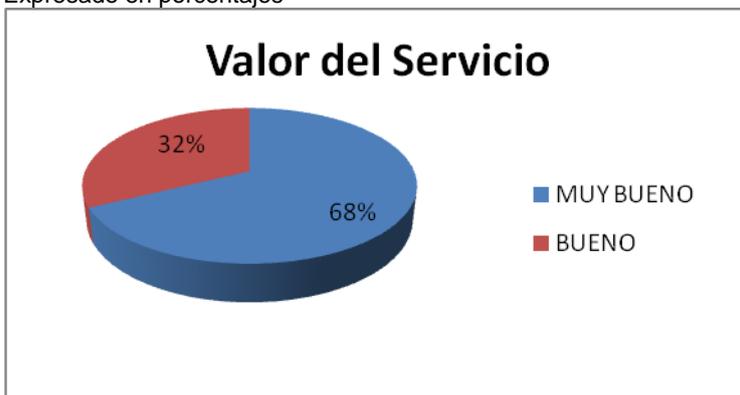


Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

**g) Mutualista Pichincha:**

Los clientes de la Mutualista califican el servicio como muy bueno 68% y 32% como bueno.

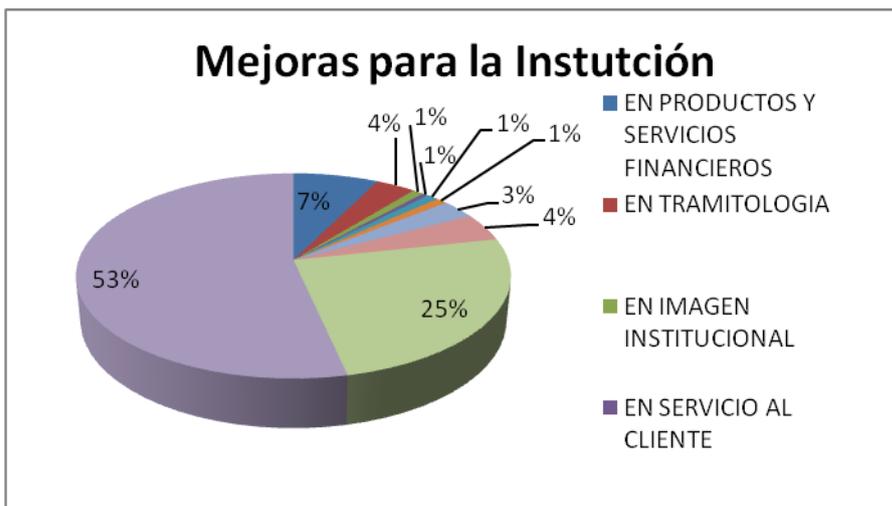
Gráfico 42: Valor del Servicio. Mutualista Pichincha  
Expresado en porcentajes



Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

Las mejoras solicitadas por los clientes para la Mutualista son Servicio al Cliente con el 53%, Imagen Institucional el 25%, el 7% para Productos y Servicios y por último el 4% para Tramitología y otros en el cual se refiere a una ampliación del horario de atención.

Gráfico 43: Mejoras para la Institución. Mut. Pichincha  
Expresado en porcentajes

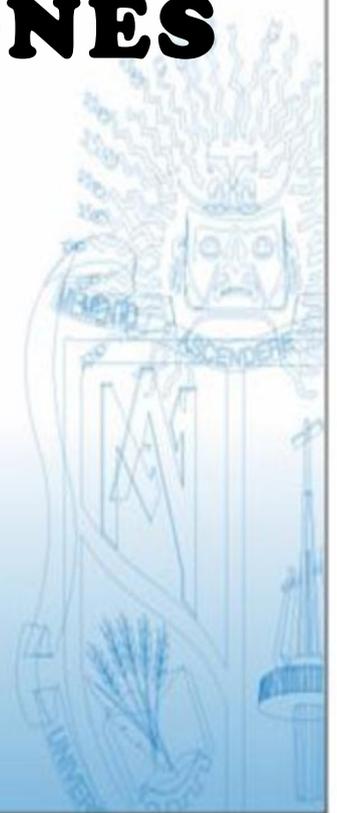


Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: Las autoras

Podemos deducir de acuerdo a los resultados obtenidos que la Mejora solicitada por la mayoría de los clientes encuestados en las siete Instituciones asignadas es la de mejorar el Servicio al Cliente alcanzando el 12,71% promedio, luego Productos y Servicios con el 11% promedio y por último Fácil Tramitología con el 9%. (ver anexo 8).



# **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**



## CONCLUSIONES

A partir de los diferentes análisis realizados anteriormente hemos llegado a las siguientes conclusiones, las cuales servirán de base para ofrecer múltiples recomendaciones para las diversas instituciones financieras:

- ✓ Ha mejorado notablemente la confianza y credibilidad del sistema financiero en la población, gracias a una mayor vigilancia de los organismos de control.
- ✓ Con el avance de la tecnología las entidades financieras tienen una mayor capacidad y mejores oportunidades para llegar a lugares en los cuales no se encuentran físicamente.
- ✓ A través del avance tecnológico como el internet, el celular y la banca telefónica las instituciones están desarrollando constantemente nuevos productos y servicios de alta calidad que les permitan llegar a más gente tal como se lo hace a través de la banca electrónica.
- ✓ El mayor crecimiento en captaciones se lo puede observar en el subsistema cooperativas, debido principalmente a las tasas de interés que tienen un mayor atractivo para los clientes, en relación a las tasas de interés que paga la banca privada.
- ✓ Con respecto a las colocaciones del sistema financiero local el mayor crecimiento lo presentó la banca privada, debido a que los productos que ofrece en este sentido tienen mayor acogida por los plazos, tasas de interés y el encaje bancario que solo poseen cooperativas.
- ✓ De todos los clientes encuestados se pudo obtener que la mayoría poseen formación de tercer nivel; además que la edad promedio de clientes de las instituciones asignadas es entre 30 a 39 años y la mayor parte de la muestra posee un negocio propio.

- ✓ El tiempo que son clientes de dichas instituciones es de más de 6 años con el 40% promedio.
- ✓ Para conocer la opinión de los usuarios respecto a las instituciones financieras se analizó las razones principales por las que ellos escogieron una institución, de esto se pudo concluir que a la hora de elegir una institución las razones de mayor importancia son: la solidez con el 13%, recomendación 12% y tramitología 9,14%.
- ✓ De nuestro estudio pudimos conocer que el 44% promedio de clientes prefieren las cuentas de ahorro, el 20% el microcrédito y el 13% las cuentas corrientes en lo que se refiere a productos.
- ✓ En la preferencia de servicios tenemos que el 6% utilizan referencias bancarias, el 4% el pagos de servicios básicos y el 3% las tarjetas de débito y las transferencias bancarias.
- ✓ Un cliente puede poseer más de un producto o servicio y en más de una institución financiera, a través del estudio pudimos conocer que el 11,44% trabajan con una segunda institución, de este grupo las principales entidades son: Banco de Loja, Banco Pichincha, Banco de Guayaquil, Banco del Austro, Cooperativa Manuel Esteban Godoy, JEP, Cooperativa Fortuna, Cacpe Loja y Cadecol.
- ✓ Con respecto a la valoración del servicio encontramos que un 63% promedio de la muestra lo califican como bueno y un 37% promedio como muy bueno, lo que demuestra que las instituciones tienen que hacer un mayor esfuerzo por prestar un mejor servicio al cliente para captar nuevos clientes y mantener a los clientes que ya trabajan con ellos.
- ✓ En resumen podemos decir que los usuarios escogen una institución en particular por las facilidades que presta, por los productos que ofrece, por el servicio al cliente y sobre todo de acuerdo a las necesidades de cada individuo.

## RECOMENDACIONES

Luego de mostrar los resultados con sus respectivas conclusiones es necesario establecer una serie de recomendaciones, las cuales cada una de las entidades analizará según les convenga ya sea para potenciar o perfeccionar un producto y/o servicio poco desarrollado, captar nuevo mercado, mejorar su nivel de atención o para expandirse como institución.

- ✓ El gobierno debe lograr llegar a un punto de equilibrio en el cual la ciudadanía en general vea y sienta la estabilidad del país para que no se den nuevamente problemas con la banca que desestabilicen al país.
- ✓ Las leyes en general deben incentivar a la industria y producción en el país para que de esta manera exista mayores fuentes de trabajo, mayor estabilidad; en general ingresos estables que permitan un mayor acceso a la banca.
- ✓ Las instituciones deben ampliar sus servicios a los usuarios ya que con esto se logrará ampliar el nivel de bancarización del país, para ello no es necesario que se encuentren físicamente en un lugar ya que con los avances de la tecnología lo pueden hacer únicamente mediante el internet.
- ✓ La banca privada debe proporcionar mejores facilidades en sus trámites tanto de apertura de cuentas como en acceso a créditos para clientes de bajos recursos.
- ✓ La atención al cliente debe ser de más alta calidad, con información concreta para que el cliente no solo tenga una idea de un producto y/o servicio, sino además conozca la calidad del recurso humano y técnico con el que piensa entablar una relación comercial.
- ✓ Se recomienda a las entidades financieras considerar la inversión en tecnología, pues los clientes ven una gran oportunidad en la rapidez de sus trámites y el ahorro de tiempo.

- ✓ Ampliar la gama de productos y servicios de las instituciones de acuerdo a las necesidades de sus clientes para crear un mayor grado de fidelidad a la institución.
- ✓ Las instituciones deberían realizar campañas publicitarias para lograr diferenciarse y posicionarse ante los clientes mediante imagen y productos acordes con el segmento objetivo con el que trabajan, mencionando características y ventajas de los productos y/o servicios de una manera sencilla, comprensible y fácil de recordar.
- ✓ Las entidades financieras deberían ofrecer incentivos al ahorro para convencer a los usuarios potenciales con lo cual están en la capacidad de ganar un cliente nuevo y engancharlo con la gama de servicios complementarios de la institución ya que existe una buena predisposición al ahorro.
- ✓ Las entidades deben capacitar al personal de servicio al cliente para que sepan diferenciar a los clientes, ya que no todos son iguales; poseen gustos diferentes.
- ✓ Para fidelizar a los clientes se debe enviar información actualizada, organizar eventos especiales, y realizar otras actividades personalizadas como capacitaciones especiales por temas específicos que sean del interés de los clientes, lo que generará un mejor nivel de confianza y lealtad hacia la institución y a la vez haciendo que éste se sienta importante.
- ✓ Por último es muy importante que los bancos y cooperativas establezcan internamente estándares de servicio, como por ejemplo tiempos de respuesta para aperturas de cuentas, aprobación de créditos, aprobación de tarjetas, quejas, etc., lo que mejorará en gran cantidad el servicio y la imagen de las instituciones

# **ANEXOS**



# ANEXOS

## Anexo 1: Captaciones por Institución. Plaza Loja

Bancos		2008	2009	2010
Austro	Ahorros	2.241,51	3.654,36	4.790,93
	Corriente	3.686,55	2.031,83	2.371,71
	Inversiones	3.491,75	1.882,82	1.562,32
	Otros depósitos	13,31	889,83	827,10
	<b>TOTALES</b>	<b>9.433,12</b>	<b>8.458,84</b>	<b>9.552,06</b>

Bolivariano	Ahorros	2.444,28	2.223,63	2.747,08
	Corriente	1.001,70	1.028,89	790,53
	Inversiones	661,20	4.424,96	4.406,78
	Otros depósitos	95,16	27,05	63,15
	<b>TOTALES</b>	<b>4.202,34</b>	<b>7.704,52</b>	<b>8.007,54</b>

Finca	Ahorros	-	52,39	81,81
	Corriente	-	-	-
	Inversiones	188,78	242,13	261,26
	Otros depósitos	-	-	-
	<b>TOTALES</b>	<b>188,78</b>	<b>294,52</b>	<b>343,07</b>

Guayaquil	Ahorros	8.060,91	8.911,57	13.591,95
	Corriente	13.598,84	4.970,04	5.381,15
	Inversiones	8.942,72	7.052,61	4.156,22
	Otros depósitos	390,84	2.723,38	1.383,39
	<b>TOTALES</b>	<b>30.993,31</b>	<b>23.657,60</b>	<b>24.512,71</b>

Loja	Ahorros	50.932,92	54.579,73	74.758,77
	Corriente	42.861,28	29.776,37	44.803,76
	Inversiones	26.690,20	27.252,12	26.076,82
	Otros depósitos	38,19	1.503,15	2.296,70
	<b>TOTALES</b>	<b>120.522,59</b>	<b>113.111,37</b>	<b>147.936,05</b>

Machala	Ahorros	2.807,53	3.983,90	5.599,43
	Corriente	1.479,63	1.176,55	2.267,02
	Inversiones	556,30	1.004,01	1.394,10
	Otros depósitos	3,24	23,07	42,17
	<b>TOTALES</b>	<b>4.846,70</b>	<b>6.187,53</b>	<b>9.302,72</b>

Pichincha	Ahorros	12.759,96	10.423,26	13.217,31
	Corriente	2.541,62	2.149,60	2.973,30
	Inversiones	4.267,74	7.810,69	3.980,96
	Otros depósitos	10,89	1.420,97	2.566,80
	<b>TOTALES</b>	<b>19.580,21</b>	<b>21.804,52</b>	<b>22.738,37</b>

Procredit	Ahorros	1.557,78	4.506,13	3.587,49
	Corriente	74,52	0,43	-
	Inversiones	74,03	429,35	111,52
	Otros depósitos	10,30	200,23	328,12
	<b>TOTALES</b>	<b>1.716,63</b>	<b>5.136,14</b>	<b>4.027,13</b>

Produbanco	Ahorros	7.168,31	6.711,14	5.357,62
	Corriente	1.325,51	1.640,34	2.824,34
	Inversiones	1.154,51	1.419,84	1.139,37
	Otros depósitos	125,44	14,00	48,37
	<b>TOTALES</b>	<b>9.773,77</b>	<b>9.785,32</b>	<b>9.369,70</b>

Solidario	Ahorros	-	-	130,40
	Corriente	-	-	-
	Inversiones	-	-	178,27
	Otros depósitos	-	-	3,49
	<b>TOTALES</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>312,16</b>

Unibanco	Ahorros	159,94	317,67	276,68
	Corriente	177,23	2,81	2,26
	Inversiones	2.569,61	6.135,25	3.210,56
	Otros depósitos	-	383,05	122,62
	<b>TOTALES</b>	<b>2.906,78</b>	<b>6.838,78</b>	<b>3.612,12</b>

#### Cooperativas

29 de Octubre	Ahorros	1.396,72	1.517,38	1.537,09
	Corriente	-	-	-
	Inversiones	1.093,36	1.271,72	2.347,57
	Otros depósitos	133,60	80,31	58,76
	<b>TOTALES</b>	<b>2.623,68</b>	<b>2.869,41</b>	<b>3.943,42</b>

Codesarrollo	Ahorros	502,10	832,60	1.344,72
	Corriente	-	-	-
	Inversiones	47,67	232,65	820,99
	Otros depósitos	134,86	103,23	39,05
	<b>TOTALES</b>	<b>684,63</b>	<b>1.168,48</b>	<b>2.204,76</b>

CoopCCP	Ahorros	885,31	742,31	1.010,46
	Corriente	-	-	-
	Inversiones	-	-	-
	Otros depósitos	578,63	660,23	734,75
	<b>TOTALES</b>	<b>1.463,94</b>	<b>1.402,54</b>	<b>1.745,21</b>

JEP	Ahorros	-	-	753,97
	Corriente	-	-	-
	Inversiones	-	-	992,44
	Otros depósitos	-	-	-
	<b>TOTALES</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1.746,41</b>

Mego	Ahorros	24.805,04	26.741,29	31.807,03
	Corriente	-	-	-
	Inversiones	35.243,22	38.068,82	47.527,03
	Otros depósitos	920,89	454,23	239,42
	<b>TOTALES</b>	<b>60.969,15</b>	<b>65.264,34</b>	<b>79.573,48</b>

CoopPJL	Ahorros	5.437,16	5.340,56	5.787,11
	Corriente	-	-	-

Inversiones	4.580,80	4.829,77	5.678,50
Otros depósitos	660,37	545,94	531,90
<b>TOTALES</b>	<b>10.678,33</b>	<b>10.716,27</b>	<b>11.997,51</b>

<b>Mutualista</b>
-------------------

Mut. Pichincha	Ahorros	4.717,12	4.953,78	4.933,89
	Corriente	-	-	-
	Inversiones	2.771,48	3.654,62	4.066,74
	Otros depósitos	-	-	-
	<b>TOTALES</b>	<b>7.488,60</b>	<b>8.608,40</b>	<b>9.000,63</b>

<b>BNF</b>
------------

BNF	Ahorros	1.888,45	3.126,86	3.547,43
	Corriente	654,81	95,83	137,75
	Inversiones	78,00	198,16	420,99
	Otros depósitos	-	799,67	1.649,72
	<b>TOTALES</b>	<b>2.621,26</b>	<b>4.220,52</b>	<b>5.755,89</b>

## Anexo 2: Colocaciones por Institución. Plaza Loja

Bca. Privada		2008	2009	2010
Austro	Comercial	6.050,75	4.617,76	6.427,46
	Consumo	6.196,96	5.418,19	8.496,83
	Microcrédito	-	120,31	257,26
	Vivienda	694,65	450,32	627,70
	<b>TOTALES</b>	<b>12.942,36</b>	<b>10.606,58</b>	<b>15.809,25</b>
Bolivariano	Comercial	1.708,62	1.113,43	1.046,49
	Consumo	898,60	898,31	1.062,17
	Microcrédito	-	-	-
	Vivienda	347,01	254,71	356,92
	<b>TOTALES</b>	<b>2.954,23</b>	<b>2.266,45</b>	<b>2.465,58</b>
Finca	Comercial	-	-	-
	Consumo	-	-	-
	Microcrédito	2.894,62	1.626,43	1.760,25
	Vivienda	-	-	-
	<b>TOTALES</b>	<b>2.894,62</b>	<b>1.626,43</b>	<b>1.760,25</b>
Guayaquil	Comercial	7.205,93	6.702,59	7.948,21
	Consumo	19.809,02	19.767,60	16.053,64
	Microcrédito	-	-	-
	Vivienda	8.646,69	11.470,42	14.203,03
	<b>TOTALES</b>	<b>35.661,64</b>	<b>37.940,61</b>	<b>38.204,88</b>
Loja	Comercial	43.692,89	35.509,96	39.911,24
	Consumo	17.639,17	18.143,95	36.324,71
	Microcrédito	12.330,88	9.075,59	9.212,98
	Vivienda	19.634,98	14.903,05	21.116,28
	<b>TOTALES</b>	<b>93.297,92</b>	<b>77.632,55</b>	<b>106.565,21</b>
Machala	Comercial	1.949,29	2.044,18	2.659,67
	Consumo	2.851,62	4.083,05	5.834,08
	Microcrédito	185,62	155,51	71,33
	Vivienda	75,57	50,40	22,70
	<b>TOTALES</b>	<b>5.062,10</b>	<b>6.333,14</b>	<b>8.587,78</b>
Pichincha	Comercial	594,72	466,27	920,47
	Consumo	1.760,62	2.319,17	3.555,66
	Microcrédito	1.050,38	2.242,51	3.353,95
	Vivienda	120,63	425,81	695,38
	<b>TOTALES</b>	<b>3.526,35</b>	<b>5.453,76</b>	<b>8.525,46</b>
Procredit	Comercial	721,40	860,85	1.839,52
	Consumo	4,57	9,48	24,84
	Microcrédito	2.055,24	2.318,52	3.944,56

Vivienda	-	-	-
<b>TOTALES</b>	<b>2.781,21</b>	<b>3.188,85</b>	<b>5.808,92</b>

Produbanco	Comercial	286,92	1.235,22	2.069,76
	Consumo	1.174,03	641,17	727,75
	Microcrédito	5,54	15,38	7,73
	Vivienda	719,92	935,39	1.212,93
	<b>TOTALES</b>	<b>2.186,41</b>	<b>2.827,16</b>	<b>4.018,17</b>

Solidario	Comercial	-	-	-
	Consumo	-	-	-
	Microcrédito	-	-	3.289,29
	Vivienda	-	-	-
	<b>TOTALES</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>3.289,29</b>

Unibanco	Comercial	-	-	-
	Consumo	1.059,33	786,52	1.204,50
	Microcrédito	353,33	497,88	794,13
	Vivienda	-	-	-
	<b>TOTALES</b>	<b>1.412,66</b>	<b>1.284,40</b>	<b>1.998,63</b>

#### Cooperativas

29 de Octubre	Comercial	-	-	-
	Consumo	898,30	1.041,70	1.200,85
	Microcrédito	646,86	779,14	820,03
	Vivienda	482,10	783,00	1.609,24
	<b>TOTALES</b>	<b>2.027,26</b>	<b>2.603,84</b>	<b>3.630,12</b>

Codesarrollo	Comercial	-	-	-
	Consumo	115,32	375,03	922,81
	Microcrédito	1.166,10	1.715,11	3.451,89
	Vivienda	62,71	174,12	434,19
	<b>TOTALES</b>	<b>1.344,13</b>	<b>2.264,26</b>	<b>4.808,89</b>

CoopCCP	Comercial	-	-	-
	Consumo	-	-	-
	Microcrédito	-	-	-
	Vivienda	-	-	-
	<b>TOTALES</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

JEP	Comercial	-	-	-
	Consumo	-	-	2.485,21
	Microcrédito	-	-	1.346,81
	Vivienda	-	-	39,80
	<b>TOTALES</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>3.871,82</b>

Mego	Comercial	1.720,37	2.513,00	5.296,34
	Consumo	23.963,38	23.370,47	26.752,80
	Microcrédito	14.065,75	11.234,47	9.026,66
	Vivienda	121,09	396,64	2.119,96
	<b>TOTALES</b>	<b>39.870,59</b>	<b>37.514,58</b>	<b>43.195,76</b>

Coop PJL	Comercial	174,32	350,94	560,71
	Consumo	9.044,98	5.797,41	7.239,65
	Microcrédito	561,78	2.479,85	2.812,86
	Vivienda	3.050,14	2.632,72	2.285,55
	<b>TOTALES</b>	<b>12.831,22</b>	<b>11.260,92</b>	<b>12.898,77</b>

**Mutualista**

Mut. Pichincha	Comercial	333,73	679,15	1.759,52
	Consumo	839,61	897,12	1.343,68
	Microcrédito	-	-	-
	Vivienda	5.522,53	5.307,83	3.861,31
	<b>TOTALES</b>	<b>6.695,87</b>	<b>6.884,10</b>	<b>6.964,51</b>

**BNF**

BNF	Comercial	16.158,09	16.092,15	15.184,86
	Consumo	19,29	72,72	82,93
	Microcrédito	1.320,11	1.548,81	3.730,00
	Vivienda	-	-	-
	<b>TOTALES</b>	<b>17.497,49</b>	<b>17.713,68</b>	<b>18.997,79</b>

### Anexo 3: Captaciones por Subsistema. Plaza Loja

CAPTACIONES 2008						
Banca Privada	Ahorro	Corrientes	Inversiones	Otros	Totales	Porcent.
Austro	2.241,51	3.686,55	3.491,75	13,31	9.433,12	4,62%
Bolivariano	2.444,28	1.001,70	661,20	95,16	4.202,34	2,06%
Finca	-	-	188,78	-	188,78	0,09%
Guayaquil	8.060,91	13.598,84	8.942,72	390,84	30.993,31	15,18%
Loja	50.932,92	42.861,28	26.690,20	38,19	120.522,59	59,03%
Machala	2.807,53	1.479,63	556,30	3,24	4.846,70	2,37%
Pichincha	12.759,96	2.541,62	4.267,74	10,89	19.580,21	9,59%
Procredit	1.557,78	74,52	74,03	10,30	1.716,63	0,84%
Produbanco	7.168,31	1.325,51	1.154,51	125,44	9.773,77	4,79%
Solidario	-	-	-	-	-	0,00%
Unibanco	159,94	177,23	2.569,61	-	2.906,78	1,42%
<b>Total General</b>					<b>204.164,23</b>	<b>100%</b>

CAPTACIONES 2009						
Banca Privada	Ahorro	Corrientes	Inversiones	Otros	Totales	Porcent.
Austro	3.654,36	2.031,83	1.882,82	889,83	8.458,84	4,17%
Bolivariano	2.223,63	1.028,89	4.424,96	27,05	7.704,52	3,80%
Finca	52,39	-	242,13	-	294,52	0,15%
Guayaquil	8.911,57	4.970,04	7.052,61	2.723,38	23.657,60	11,66%
Loja	54.579,73	29.776,37	27.252,12	1.503,15	113.111,37	55,73%
Machala	3.983,90	1.176,55	1.004,01	23,07	6.187,53	3,05%
Pichincha	10.423,26	2.149,60	7.810,69	1.420,97	21.804,52	10,74%
Procredit	4.506,13	0,43	429,35	200,23	5.136,14	2,53%
Produbanco	6.711,14	1.640,34	1.419,84	14,00	9.785,32	4,82%
Solidario	-	-	-	-	-	0,00%
Unibanco	317,67	2,81	6.135,25	383,05	6.838,78	3,37%
<b>Total General</b>					<b>202.979,13</b>	<b>100%</b>

CAPTACIONES 2010						
Banca Privada	Ahorro	Corrientes	Inversiones	Otros	Totales	Porcent.
Austro	4.790,93	2.371,71	1.562,32	827,10	9.552,06	3,98%
Bolivariano	2.747,08	790,53	4.406,78	63,15	8.007,54	3,34%
Finca	81,81	-	261,26	-	343,07	0,14%
Guayaquil	13.591,95	5.381,15	4.156,22	1.383,39	24.512,71	10,23%
Loja	74.758,77	44.803,76	26.076,82	2.296,70	147.936,05	61,71%
Machala	5.599,43	2.267,02	1.394,10	42,17	9.302,72	3,88%
Pichincha	13.217,31	2.973,30	3.980,96	2.566,80	22.738,37	9,49%
Procredit	3.587,49	-	111,52	328,12	4.027,13	1,68%
Produbanco	5.357,62	2.824,34	1.139,37	48,37	9.369,70	3,91%
Solidario	130,40	-	178,27	3,49	312,16	0,13%
Unibanco	276,68	2,26	3.210,56	122,62	3.612,12	1,51%
<b>Total General</b>					<b>239.713,63</b>	<b>100%</b>

CAPTACIONES 2008						
Cooperativas	Ahorro	Corrientes	Inversiones	Otros	Totales	Porcent.
29 de Octubre	1.396,72	-	1.093,36	133,60	2.623,68	3%
Codesarrollo	502,10	-	47,67	134,86	684,63	1%

Coop CCP	885,31	-	-	578,63	1.463,94	2%
Jep	-	-	-	-	-	0%
Coop Mego	24.805,04	-	35.243,22	920,89	60.969,15	80%
Coop PJL	5.437,16	-	4.580,80	660,37	10.678,33	14%
<b>Total General</b>					<b>76.419,73</b>	<b>100%</b>

CAPTACIONES 2009						
Cooperativas	Ahorro	Corrientes	Inversiones	Otros	Totales	Porcent.
29 de Octubre	1.517,38	-	1.271,72	80,31	2.869,41	4%
Codesarrollo	832,60	-	232,65	103,23	1.168,48	1%
Coop CCP	742,31	-	-	660,23	1.402,54	2%
Jep	-	-	-	-	-	0%
Coop Mego	26.741,29	-	38.068,82	454,23	65.264,34	80%
Coop PJL	5.340,56	-	4.829,77	545,94	10.716,27	13%
<b>Total General</b>					<b>81.421,04</b>	<b>100%</b>

CAPTACIONES 2010						
Cooperativas	Ahorro	Corrientes	Inversiones	Otros	Totales	Porcent.
29 de Octubre	1.537,09	-	2.347,57	58,76	3.943,42	4%
Codesarrollo	1.344,72	-	820,99	39,05	2.204,76	2%
Coop CCP	1.010,46	-	-	734,75	1.745,21	2%
Jep	753,97	-	992,44	-	1.746,41	2%
Coop Mego	31.807,03	-	47.527,03	239,42	79.573,48	79%
Coop PJL	5.787,11	-	5.678,50	531,90	11.997,51	12%
<b>Total General</b>					<b>101.210,79</b>	<b>100%</b>

CAPTACIONES					
Mut. Pichincha	Ahorro	Corrientes	Inversiones	Otros	Totales
Mut 2008	4.717,12	-	2.771,48	-	7.488,60
Mut 2009	4.953,78	0	3.654,62	0	8.608,40
Mut 2010	4.933,89	0	4.066,74	0	9.000,63
<b>Total General</b>					<b>25.097,63</b>

CAPTACIONES					
BNF	Ahorro	Corrientes	Inversiones	Otros	Totales
BNF 2008	1.888,45	654,81	78,00	-	2.621,26
BNF 2009	3.126,86	95,83	198,16	799,67	4.220,52
BNF 2010	3.547,43	137,75	420,99	1.649,72	5.755,89
<b>Total General</b>					<b>12.597,67</b>

BCA. PRIVADA	2008	2009	2010
CTAS. AH.	88.133,14	95.363,77	124.139,47
<b>TOTAL SUBS. CAP.</b>	<b>204.164,23</b>	<b>202.979,13</b>	<b>239.713,63</b>
<b>PORCENTAJE</b>	<b>43%</b>	<b>47%</b>	<b>52%</b>

	2008	2009	2010
BCO. LOJA CTA. AH.	50.932,92	54.579,73	74.758,77
<b>TOTAL CAP SUB. CTA. AH.</b>	<b>88.133,14</b>	<b>95.363,77</b>	<b>124.139,47</b>
<b>PORCENTAJE</b>	<b>58%</b>	<b>57%</b>	<b>60%</b>

## Anexo 4: Captaciones Totales por Subsistema. Plaza Loja

CAPTACIONES	2008	%	2009	%	2010	%
BANCOS PRIVADOS	204.164,23	70%	202.979,15	68%	239.713,63	67%
COOPERATIVAS	76.464,73	26%	81.511,04	27%	101.210,79	28%
MUTUALISTA PICHINCHA	7.488,60	3%	8.608,40	3%	9.000,63	3%
BCO NACIONAL DE FOMENTO	2.621,26	1%	4.220,52	1%	5.755,89	2%
<b>TOTALES</b>	<b>290.738,82</b>	<b>100%</b>	<b>297.319,11</b>	<b>100%</b>	<b>355.680,94</b>	<b>100%</b>

## Anexo 5: Colocaciones por Subsistema. Plaza Loja

COLOCACIONES 2008						
Banca Privada	Comercial	Consumo	Microcrédito	Vivienda	Totales	Porcent.
Austro	6.050,75	6.196,96	-	694,65	12.942,36	8%
Bolivariano	1.708,62	898,60	-	347,01	2.954,23	2%
Finca	-	-	2.894,62	-	2.894,62	2%
Guayaquil	7.205,93	19.809,02	-	8.646,69	35.661,64	22%
Loja	43.692,89	17.639,17	12.330,88	19.634,98	93.297,92	57%
Machala	1.949,29	2.851,62	185,62	75,57	5.062,10	3%
Pichincha	594,72	1.760,62	1.050,38	120,63	3.526,35	2%
Procredit	721,40	4,57	2.055,24	-	2.781,21	2%
Produbanco	286,92	1.174,03	5,54	719,92	2.186,41	1%
Solidario	-	-	-	-	-	0%
Unibanco	-	1.059,33	353,33	-	1.412,66	1%
<b>Total General</b>					<b>162.719,50</b>	<b>100%</b>

COLOCACIONES 2009						
Banca Privada	Comercial	Consumo	Microcrédito	Vivienda	Totales	Porcent.
Austro	4.617,76	5.418,19	120,31	450,32	10.606,58	7%
Bolivariano	1.113,43	898,31	-	254,71	2.266,45	2%
Finca	-	-	1.626,43	-	1.626,43	1%
Guayaquil	6.702,59	19.767,60	-	11.470,42	37.940,61	25%
Loja	35.509,96	18.143,95	9.075,59	14.903,05	77.632,55	52%
Machala	2.044,18	4.083,05	155,51	50,40	6.333,14	4%
Pichincha	466,27	2.319,17	2.242,51	425,81	5.453,76	4%
Procredit	860,85	9,48	2.318,52	-	3.188,85	2%
Produbanco	1.235,22	641,17	15,38	935,39	2.827,16	2%
Solidario	-	-	-	-	-	0%
Unibanco	-	786,52	497,88	-	1.284,40	1%
<b>Total General</b>					<b>149.159,93</b>	<b>100%</b>

COLOCACIONES 2010						
Banca Privada	Comercial	Consumo	Microcrédito	Vivienda	Totales	Porcent.
Austro	6.427,46	8.496,83	257,26	627,70	15.809,25	8%
Bolivariano	1.046,49	1.062,17	-	356,92	2.465,58	1%
Finca	-	-	1.760,25	-	1.760,25	1%
Guayaquil	7.948,21	16.053,64	-	14.203,03	38.204,88	19%
Loja	39.911,24	36.324,71	9.212,98	21.116,28	106.565,21	54%
Machala	2.659,67	5.834,08	71,33	22,70	8.587,78	4%
Pichincha	920,47	3.555,66	3.353,95	695,38	8.525,46	4%

Procredit	1.839,52	24,84	3.944,56	-	5.808,92	3%
Produbanco	2.069,76	727,75	7,73	1.212,93	4.018,17	2%
Solidario	-	-	3.289,29	-	3.289,29	2%
Unibanco	-	1.204,50	794,13	-	1.998,63	1%
<b>Total General</b>					<b>197.033,42</b>	<b>100%</b>

COLOCACIONES 2008						
Cooperativas	Comercial	Consumo	Microcrédito	Vivienda	Totales	
29 de Octubre	-	898,30	646,86	482,10	2.027,26	4%
Codesarrollo	-	115,32	1.166,10	62,71	1.344,13	2%
Coop CCP	-	-	-	-	-	0%
Jep	-	-	-	-	-	0%
Coop Mego	1.720,37	23.963,38	14.065,75	121,09	39.870,59	71%
Coop P JL	174,32	9.044,98	561,78	3.050,14	12.831,22	23%
<b>Total General</b>					<b>56.073,20</b>	<b>100%</b>

COLOCACIONES 2009						
Cooperativas	Comercial	Consumo	Microcrédito	Vivienda	Totales	
29 de Octubre	-	1.041,70	779,14	783,00	2.603,84	5%
Codesarrollo	-	375,03	1.715,11	174,12	2.264,26	4%
Coop CCP	-	-	-	-	-	0%
Jep	-	-	-	-	-	0%
Coop Mego	2.513,00	23.370,47	11.234,47	396,64	37.514,58	70%
Coop P JL	350,94	5.797,41	2.479,85	2.632,72	11.260,92	21%
<b>Total General</b>					<b>53.643,60</b>	<b>100%</b>

COLOCACIONES 2010						
Cooperativas	Comercial	Consumo	Microcrédito	Vivienda	Totales	
29 de Octubre	-	1.200,85	820,03	1.609,24	3.630,12	5%
Codesarrollo	-	922,81	3.451,89	434,19	4.808,89	7%
Coop CCP	-	-	-	-	-	0%
Jep	-	2.485,21	1.346,81	39,80	3.871,82	6%
Coop Mego	5.296,34	26.752,80	9.026,66	2.119,96	43.195,76	63%
Coop P JL	560,71	7.239,65	2.812,86	2.285,55	12.898,77	19%
<b>Total General</b>					<b>68.405,36</b>	<b>100%</b>

COLOCACIONES					
Mut. Pichincha	Comercial	Consumo	Microcrédito	Vivienda	Totales
Mut 2008	333,73	839,61	-	5.522,53	6.695,87
Mut 2009	679,15	897,12	-	5.307,83	6.884,10
Mut 2010	1.759,52	1.343,68	-	3.861,31	6.964,51
<b>Total General</b>					<b>20.544,48</b>

CAPTACIONES					
BNF	Comercial	Consumo	Microcrédito	Vivienda	Totales
BNF 2008	16.158,09	19,29	1.320,11	-	17.497,49
BNF 2009	16.092,15	72,72	1.548,81	-	17.713,68
BNF 2010	15.184,86	82,93	3.730,00	-	18.997,79
<b>Total General</b>					<b>54.208,96</b>

BCA. PRIVADA	2008	2009	2010
COMERCIAL	62.210,52	52.550,26	-
CONSUMO			73.284,18
TOTAL SUBS. COL.			

	162.719,50	149.159,93	197.033,42
<b>PORCENTAJE</b>	<b>38%</b>	<b>35%</b>	<b>37%</b>

	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>BCO. LOJA CARTERA COMERCIAL</b>	43.692,89	35.509,96	-
<b>CONSUMO</b>			36.324,71
<b>TOTAL CAP SUB. CTA. AH.</b>	162.719,50	149.159,93	197.033,42
<b>PORCENTAJE</b>	<b>27%</b>	<b>24%</b>	<b>18%</b>

## **Anexo 6: Colocaciones Totales por Subsistema. Plaza Loja**

<b>COLOCACIONES</b>	<b>2008</b>	<b>%</b>	<b>2009</b>	<b>%</b>	<b>2010</b>	<b>%</b>
BANCOS PRIVADOS	162.719,50	67%	149.159,93	66%	197.033,42	68%
COOPERATIVAS	56.073,20	23%	53.643,60	24%	68.405,36	23%
MUTUALISTA PICHINCHA	6.695,87	3%	6.884,10	3%	6.964,51	2%
BCO NACIONAL DE FOMENTO	17.497,49	7%	17.713,68	8%	18.997,79	7%
<b>TOTALES</b>	<b>242.986,06</b>	<b>100%</b>	<b>227.401,31</b>	<b>100%</b>	<b>291.401,08</b>	<b>100%</b>

## Anexo 7: Detalle de Productos y Servicios por Institución. Plaza Loja.

BANCO DEL AUSTRO						
			Costos en dolares	tasa de interes en %		
Productos financieros Austro	Captación	Apertura de Cuenta de ahorro \$50	0			
		Mantenimiento, administracion y	0			
		Apertura de cuenta corriente, monto 300 dolares	0			
		Costo de cheque	0,3			
		Monto 1.000 dólares				
		Depositos a plazo a 30 dias		3,50%		
		Depositos a plazo a 60 dias		3,75%		
		Depositos a plazo a 92 dias		4,75%		
		Depositos plazo a 180 dias		5,50%		
	Depositos plazo a 360 dias		6,00%			
	Colocación	Crédito consumo			15,12%	
		Crédito comercial			11,23%	
		Micrócredito			19,50%	
		Vivienda			11,33%	
		Credivehiculos				
		Tarjeta de Credito	Visa Nueva	50		
			Master card	50		
	Comision por administracion de prestamos				1,75% + IVA sobre el capital prestado	
	Supermaxi		0			
	Tarjeta de débito	Emisión	5,15			
		Renovación	1,85			
Reposición		4,94				
Banca Virtual	Banca Cell	0				
	1800 de Apoyo	0				
	Austropagos	0				
	Pago de Pensiones	0				
	Kioskos de Consulta	0				
	Cajeros Automaticos	0				
	Clientes Exterior	0				
Otros	Referencias Bancarias	2,65				
	Corte de estado de cuenta	1,83				
	Costo de reposicion de libreta	1				
Servicios financieros Austro	Tran sf.	Transferencias bancarias	0			
		Transferencia interbancarias SPI	0,3			
	Giros	Giros nacionales	2			
		Giros internacionales	55,49			
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos	0,5			
		pagos de nómina	0,5			
		Aportes patronales	0			
		Impuestos SRI	0,75			
		Matriculación vehicular	0,5			
		Bono de desarrollo humano	0			
	Varios	Costo de cheque	0,3			
		Cheque devuelto nacional	2,79			
		Cheques devueltos desde el exterior	3,24			
		Cheques gerencia	2,5			
		Cheques certificados	2			
	Cajeros automat icos	Retiro de clientes de la propia	0,5			
		Retiro de clientes de otra entidad	0,45			
Impresión de consulta		0,35				

BANCO BOLIVARIANO				
			Costos en dolares	tasa de interes en %
Productos financieros Bolivariano	Captación	Apertura de Cuenta de ahorro \$100	0	
		Mantenimiento, administracion y	0	
		Apertura de cuenta corriente, monto	0	
		Desde 10.000 doólares		
		Depositos a plazo a 30 dias		2,27%
		Depositos a plazo a 60 dias		2,78%
		Depositos a plazo a 92 dias		3,29%
		Depositos plazo a 180 dias		3,53%
		Depositos plazo a 360 dias		4,75%
	Colocación	Crédito consumo		16,18%
		Crédito comercial		10,21%
		Crédito vivienda		11,07%
		Micrócrédito		11,83%
		Credivehiculos		16,08
		Tarjeta de Credito	Visa Nueva	0
		Master card	0	
		Comision por administracion de prestamos		1,75% + IVA sobre el capital prestado
	Banca Virtual	Banca Cell	0	
		1800 de Apoyo	0	
		Pago de Pensiones	0	
		Kioskos de Consulta	0	
Cajeros Automaticos		0		
Cientes Exterior		0		
Otros	Referencias Bancarias	2,65		
	Corte de estado de cuenta	1,83		
	Costo de reposicion de libreta	1		
Servicios financieros Bolivariano	Tran sf.	Transferencias bancarias	0	
		Transferencia interbancarias	0,3	
	Giros	Giros nacionales	2	
		Giros internacionales	50	
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos	1	
		Interbancarios	1	
		Pago nómina	1	
		Aportes patronales	0,75	
		Impuestos SRI	0,75	
		Pago colegios	1	
		Matriculación vehicular	0,5	
	Varios	Costo de cheque	0,3	
		Cheque devuelto nacional	2,79	
		Cheques devueltos desde el exterior	3,24	
		Cheques gerencia	2,5	
		Cheques certificados	3	
		Referencia bancaria	2,65	
	Cajeros automat icos	Retiro de clientes de la propia	0,5	
		Retiro de clientes de otra entidad	0,5	
		Impresión de consulta	0,35	

BANCO FINCA					
			Costos en dolares	tasa de interes en %	
Productos financieros Bco Finca	Captación	Apertura de Cuenta de ahorro	0		
		Mantenimiento, administracion y	0		
		Apertura de cuenta corriente	0		
		Costo de cheque	0,3		
		Devuelto Nacional	2,79		
	Colocación	Depositos a plazo fijo depende del			0 hasta 6,40%
		Créditos a bancos comunales, a			30,50%
	Otros	Créditos a bancos comunales, a			27,50%
		Referencias Bancarias	2,65		
		Corte de estado de cuenta	1		
Servicios financieros Bco Finca	Tran sf.	Costo de reposicion de libreta	1		
		Transferencias bancarias	0,5		
	Giros	Transferencia interbancarias	2		
		Giros nacionales	0		
	Pagos a terceros	Giros internacionales	0		
		Pago de seguro para enfermedades	6,27		
		accidentes personales	10,5		
		Servicio exequial y asistencia	2,65		
	Varios	Hogar protegido	7,45		
		Costo de cheque	2		
		Cheque devuelto nacional	2,75		
		Cheques gerencia	2,5		
		Cheques certificados	2		
Referencia bancaria	2,65				

BANCO DE GUAYAQUIL					
			Costos en dolares	tasa de interes en %	
Productos financieros Banco de Guayaquil	Captación	Apertura de Cuenta de ahorro, apertura de \$ 50 a \$ 1.000	0	de 0% a 1,40%	
		Mantenimiento, administracion y manejo de cuenta	0		
		Apertura de cuenta corriente, apertura de \$ 100 a \$1.000	0	0%	
		Costo de cheque	0,3		
		Devuelto Nacional	2,79		
		Devuelto al exterior	3,24		
		Depositos a plazo a 60 dias		0,00%	
		Depositos a plazo a 90 dias		3.85%	
		Depositos a plazo a 120 dias		4.83%	
		Depositos plazo a 180 dias		5,00%	
		Depositos plazo a 360 dias		5,70%	
	Más de 361 días		6,69%		
	Colocación	Crédito consumo			16,30%
		Crédito pymes			11,83%
		Crédito vivienda			10,45%
		Micrócrédito acumulación ampliada			22,97%
		Micrócrédito acumulación simple			25.24%
		Microcrédito minorista			28.97%
		Credivehiculos			15,20%
		Tarjeta de Credito	Visa	entre \$25 y \$150	
	Mastercard		entre \$15 y \$130		
	American Express		entre \$25 y \$180		
	Crédito Rotativo y Diferido				16.30%
	Avances		entre \$5 y \$25		
	Banca Virtual	Pago de Pensiones	0		
		Kioskos de Consulta	0		
		Cajeros Automaticos	0		
		Banca telefónica asistida	\$ 0.80		
		Cientes Exterior	0		
	Otros	Referencias Bancarias	2,65		
Corte de estado de cuenta		1,83			
Costo de reposicion de libreta		1			
Servicios Financieros Banco de Guayaquil	Transf.	Transferencias bancarias	0		
		Transferencia interbancarias	0,3		
	Giros	Giros nacionales	\$5		
		Giros internacionales	\$60		
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos	\$1		
		Pagos impuestos	\$0,50		
		Pago proveedores	\$1		
		Reimpresión documentos	\$0.50		
		Pensiones alimenticias	\$0,50		
	Bono de desarrollo humano	\$0,30			
	Varios	Costo de cheque	0,3		
		Cheque devuelto nacional	2,79		
		Cheques devueltos desde el exterior	3,24		
		Cheques gerencia	2,5		
		Cheques certificados	2		
	Cajeros automaticos	Retiro de clientes de la propia entidad en cajeros de otra entidad	\$0,50		
		Retiro de clientes de otra entidad en cajero de la entidad	\$0,50		
		Impresión de consulta	\$0,35		

BANCO DE LOJA						
			Costos en dolares	tasa de interes en %		
Productos financieros Bco de Loja	Captación	Apertura de Cuenta de ahorro	0			
		Mantenimiento, administracion y	0			
		Apertura de cuenta corriente, monto	0			
		Costo de cheque	0,3			
		Devuelto Nacional	2,79			
		Devuelto al exterior	3,24			
		Depositos a plazo a 30 dias		4,00%		
		Depositos a plazo a 60 dias		4,25%		
		Depositos a plazo a 92 dias		4,50%		
		Depositos plazo a 180 dias		5,00%		
		Depositos plazo a 360 dias		6,50%		
	Colocación	Crédito consumo			15,20%	
		Crédito comercial			9,76%	
		Crédito vivienda			10,78%	
		Micrócredito			19,90%	
		Credivehiculos			10,3	
		Tarjeta de Credito	Visa Nueva	0		
			Master card	0		
	Comision por administracion de prestamos				1,75% + IVA sobre el capital prestado	
	Supermaxi		2			
	Banca Virtual	Banca Cell	0			
		Consultas	0			
		Pago de Pensiones	0			
		Kioskos de Consulta	0			
		Cajeros Automaticos	0			
		Cientes Exterior	0			
	Otros	Referencias Bancarias	2,65			
Corte de estado de cuenta		1,83				
Costo de reposicion de libreta		1				
Servicios financieros Bco. de Loja	Tran sf.	Transferencias bancarias	0,5			
		Transferencia interbancarias	0,5			
	Giros	Giros nacionales	0			
		Giros internacionales	0			
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos	0			
		Interbancarios	0			
		Aportes patronales	0,5			
		Impuestos SRI	0,5			
		Matriculación vehicular	0,3			
		Bono de desarrollo humano	0			
	Varios	Costo de cheque	0,3			
		Cheque devuelto nacional	2,79			
		Cheques devueltos desde el exterior	3,24			
		Cheques gerencia	2,5			
		Cheques certificados	2			
		Referencia bancaria	2,65			
	Cajeros automat icos	Retiro de clientes de la propia	0			
		Retiro de clientes de otra entidad en	0,5			
		Impresión de consulta	0,35			

BANCO DE MACHALA					
			Costos en dolares	tasa de interes en %	
Productos financieros Banco de Machala	Captación	Apertura de Cuenta de ahorro	0		
		Mantenimiento, administracion y	0		
		Apertura de cuenta corriente, monto	0		
		Costo de cheque	0,3		
		Devuelto Nacional	2,79		
		Devuelto al exterior	3,24		
		Depositos a plazo a 30 dias		2,50%	
		Depositos a plazo a 60 dias		2,75%	
		Depositos a plazo a 92 dias		3,75%	
		Depositos plazo a 180 dias		5,00%	
		Depositos plazo a 360 dias		5,25%	
	Colocación	Crédito consumo			16,30%
		Crédito comercial			11,83%
		Crédito vivienda			11,33%
		Micrócredito			30,50%
		Credivehiculos			16,3
		Tarjeta de Credito	Visa Nueva	0	
	Master card		0		
	Comision por administracion de prestamos				1,75% + IVA sobre el capital prestado
	Banca Virtual	Banca Cell	0		
		Oro net	0		
		Pago de Pensiones	0		
		Consultas	0		
Cajeros Automaticos		0			
Cientes Exterior		0			
Otros	Referencias Bancarias	2,65			
	Corte de estado de cuenta	1,83			
	Costo de reposicion de libreta	1			
Servicios financieros Banco de Machala	Transf.	Transferencias bancarias en bancos locales	0		
		Transferencia interbancarias	0,3		
	Giros	Giros nacionales	0		
		Giros internacionales	0		
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos	0,5		
		Interbancarios	0		
		Aportes patronales	0		
		Impuestos SRI	0,3		
		Matriculación vehicular	0,5		
		Bono de desarrollo humano	0		
	Varios	Costo de cheque	0,3		
		Cheque devuelto nacional	2,79		
		Cheques devueltos desde el exterior	3,24		
		Cheques gerencia	2,5		
		Cheques certificados	2		
		Referencia bancaria	2,65		
	Cajeros automaticos	Retiro de clientes de la propia	0		
		Retiro de clientes de otra entidad en	0,5		
		Impresión de consulta	0,3		

BANCO PICHINCHA						
			Costos en dolares	tasa de interes en %		
Productos financieros Bco Pichincha	Captación	Apertura de Cuenta de ahorro	0			
		Mantenimiento, administracion y	0			
		Apertura de cuenta corriente, monto	0			
		Costo de cheque	0,3			
		Devuelto Nacional	2,79			
		Devuelto al exterior	3,24			
		Depositos a plazo a 30 dias		1,75%		
		Depositos a plazo a 60 dias		1,85%		
		Depositos a plazo a 92 dias		2,50%		
		Depositos plazo a 180 dias		2,75%		
		Depositos plazo a 360 dias		3,00%		
	Colocación	Crédito consumo			15,18%	
		Crédito comercial			11,20%	
		Crédito vivienda			10,75%	
		Micrócredito			22,50%	
		Credivehiculos			15.18	
		Tarjeta de Credito	Visa Nueva	0		
			Master card	0		
	Comision por administracion de prestamos				1,75% + IVA sobre el capital prestado	
	Supermaxi		15,84			
	Banca Virtual	Banca Cell	0			
		Pago de Pensiones	0			
		Kioskos de Consulta	0			
		Cajeros Automaticos	0			
		Cientes Exterior	0			
	Otros	Referencias Bancarias	2,65			
		Corte de estado de cuenta	1,83			
Costo de reposicion de libreta		1				
Servicios financieros Bco Pichincha	Tran sf.	Transferencias bancarias	0,3			
		Transferencia interbancarias	0,5			
	Giros	Giros nacionales	8			
		Giros internacionales	45			
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos	0.30			
		Interbancarios	0			
		Impuestos SRI	0,5			
		Matriculación vehicular	0,3			
	Varios	Costo de cheque	0,3			
		Cheque devuelto nacional	2,79			
		Cheques devueltos desde el exterior	3,24			
		Cheques gerencia	2,5			
		Cheques certificados	2			
		Referencia bancaria	2,65			
	Cajeros automaticos	Retiro de clientes de la propia	0			
		Retiro de clientes de otra entidad en	0,5			
		Impresión de consulta	0,3			

BANCO PROCREDIT					
			Costos en dolares	tasa de interes en %	
Productos financieros Procredit	Captación	Apertura de Cuenta de ahorro, apertura de \$ 100	0	1,25%	
		Mantenimiento, administracion y Apertura de cuenta corriente, apertura de \$500	0	0%	
		Costo de cheque	0,3		
		Devuelto Nacional	2,79		
		Devuelto al exterior	3,24		
		Depositos a plazo a 30 dias		1,00%	
		Depositos a plazo a 90 dias		3.50%	
		Depositos a plazo a 180 dias		4.00%	
		Depositos plazo a360 dias		5.25%	
		Más de 361 días		6.00%	
		Colocación	Crédito consumo		0,00%
			Crédito pymes		11,82%
	Crédito empresarial			10,20%	
	Micrócrédito 6 meses			30,48%	
	Micrócrédito 12 meses			30,49%	
	Microcrédito 18 meses			27,49%	
	Microcrédito 24 meses			25,48%	
	Vivienda			11,33%	
	Tarjeta de Credito		Visa	0	
			Mastercard	0	
American Express		0			
Avances		0			
Banca Virtual	Trns Nacionales	\$0,50			
	Trns internacionales	\$ 55,49			
	Clave acceso e-banking	\$0,30			
Otros	Referencias Bancarias	2,65			
	Mensajería celular	0,2			
	Corte de estado de cuenta domicilio	1,66			
	Corte de estado de cuenta oficina	0,3			
Servicios financieros Procredit	Trans f.	Transferencias bancarias	0		
		Transferencia interbancarias	2		
	Giros	Giros nacionales	n/a		
		Giros internacionales	n/a		
	Pagos a terceros	Pago recaudaciones	0,5		
		Pagos a terceros	0,5		
		Créditos a cuentas	0,5		
		Cobro interbancario SCI	1		
	Varios	Costo de cheque	0,3		
		Cheque devuelto nacional	2,79		
		Cheques devueltos desde el exterior	3,24		
		Cheques gerencia	2,5		
		Cheques certificados	2		
	Cajeros automat icos	Retiro de clientes de la propia	\$0,50		
		Retiro de clientes de otra entidad en	\$0,50		
		Impresión de consulta	\$0,35		

BANCO DE LA PRODUCCIÓN PRODUBANCO					
			Costos en dolares	tasa de interes en %	
Productos financieros Produbanco	Captación	Apertura de Cuenta de ahorro, apertura de \$ 200	0	de 0,25% a 1%	
		Mantenimiento, administracion y manejo de cuenta	0		
		Apertura de cuenta corriente, apertura de \$500	0	0%	
		Costo de cheque	0,3		
		Devuelto Nacional	2,79		
		Devuelto al exterior	3,24		
		Depositos a plazo a 30 dias		0,00%	
		Depositos a plazo a 90 dias		3.55%	
		Depositos a plazo a 180 dias		4.59%	
		Depositos plazo a360 dias		5.06%	
		Más de 361 días		5,25%	
	Colocación	Crédito consumo			16,29%
		Corporativo			9,33%
		Pequeña empresa			11,83%
		Mediana empresa			11,83%
		Consumo vehículos			16,29%
		Microcrédito 12 meses			27,50%
		Microcrédito 18 meses			25,49%
		Vivienda			11,33%
		Tarjeta de Credito	Visa		de \$12 a \$40
Mastercard				de \$40 a 120	
Avances			de \$5 a \$175		
Banca Virtual	Trns Nacionales		\$0,50		
	Trns internacionales		\$ 55,49		
	Trns SPI		\$0,30		
Otros	Referencias Bancarias		2,5		
	Mensajería celular		0,2		
	Corte de estado de cuenta domicilio		1,66		
	Corte de estado de cuenta oficina		0,3		
Servicios financieros Produbanco	Tran sf.	Transferencias bancarias	0		
		Transferencia interbancarias	2		
	Giros	Giros nacionales	6		
		Giros internacionales	26		
	Pagos a terceros	Matriculación vehicular	0,5		
		Pago impuestos	0,75		
		Pago Servicios públicos	0,5		
		Pago proveedores	0.8		
	Varios	Costo de cheque	0,3		
		Cheque devuelto nacional	2,79		
		Cheques devueltos desde el exterior	3,24		
		Cheques gerencia	2,5		
		Cheques certificados	2		
	Cajeros automat icos	Retiro de clientes de la propia	\$0,50		
		Retiro de clientes de otra entidad en	\$0,50		
Impresión de consulta		\$0,35			

BANCO SOLIDARIO				
			Costos en dolares	tasa de interes en %
Productos financieros Banco Solidario	Captación	Apertura de Cuenta de ahorro, apertura de \$ 50	0	de 1% a 2.5%
		Mantenimiento, administracion y manejo de cuenta	0	
		Apertura de cuenta corriente, apertura de \$200	0	0%
		Costo de cheque	0,3	
		Devuelto Nacional	2,79	
		Devuelto al exterior	3,24	
		Depositos a plazo a 30 dias		0,25%
		Depositos a plazo a 90 dias		3.5%
		Depositos a plazo a 180 dias		4.50%
		Depositos plazo a360 dias		5.50%
		Más de 361 días		6,25%
	Colocación	Crédito consumo		16,26%
		Pyme		11.79%
		Empresarial		10,18%
		Corporativo		9,30%
		Microcrédito 12 meses		30,47%
		Microcrédito 18 meses		27,48%
		Vivienda		11,30%
		Tarjeta de Credito	Visa Mastercard Avances	n/a n/a n/a
	Banca Virtual	Trns Nacionales	2	
Trns internacionales		50		
Trns SPI		2,15		
Otros	Referencias Bancarias	2,65		
	Corte de estado de cuenta domicilio	1,65		
	Corte de estado de cuenta oficina	0,3		
Servicios financieros Banco Solidario	Tran sf.	Transferencias bancarias	0	
		Transferencia interbancarias	n/a	
	Giros	Giros nacionales	2	
		Giros internacionales	n/a	
	Varios	Costo de cheque	0,3	
		Cheque devuelto nacional	2,75	
		Cheques devueltos desde el exterior	3,24	
		Cheques gerencia	2,5	
		Cheques certificados	2	
	Cajeros automaticos	Retiro de clientes de la propia	\$0,50	
Retiro de clientes de otra entidad en		\$0,50		
Impresión de consulta		\$0,35		

BANCO UNIVERSAL UNIBANCO				
			Costos en dolares	tasa de interes en %
Productos financieros Unibanco	Captación	Apertura de Cuenta de ahorro, apertura de \$100.00	0	de 0% a 4.5%
		Mantenimiento, administracion y manejo de cuenta	0	
		Apertura de cuenta corriente, apertura de \$0	0	0%
		Costo de cheque	0,3	
		Devuelto Nacional	2,79	
		Devuelto al exterior	3,24	
		Depositos a plazo a 30 dias		1,00%
		Depositos a plazo a 90 dias		3.5%
		Depositos a plazo a 180 dias		4,00%
		Depositos plazo a360 dias		5.25%
		Más de 361 días		6,00%
	Colocación	Crédito consumo 6 meses		16,20%
		Crédito consumo 12 meses		16,20%
		Crédito consumo 18 meses		16,20%
		Microcrédito 6 meses		30,40%
		Microcrédito 12 meses		30,40%
		Microcrédito 18 meses		30,40%
		Tarjeta de Credito	Cuota Fácil	\$ 30
		Visa	de \$36 a 140	
		Avances	de \$3.5 a \$5	
	Banca Virtual	Trns Nacionales	2	
Trns internacionales		\$ 55		
Trns SPI		2.15		
Otros	Referencias Bancarias	2,65		
	Corte estado de cuenta	1,5		
	Corte de estado de cuenta domicilio	1,66		
	Corte de estado de cuenta oficina	0,3		
Servicios financieros Unibanco	Tran sf.	Transferencias bancarias	0	
		Transferencia interbancarias	2,15	
	Giros	Giros nacionales	n/a	
		Giros internacionales	n/a	
	Pagos a terceros	Pago recaudaciones	0,5	
		Pagos a terceros	0,5	
		Créditos a cuentas	0,5	
		Cobre interbancario (sci)	0,5	
	Varios	Costo de cheque	0,3	
		Cheque devuelto nacional	2,79	
		Cheques devueltos desde el exterior	3,24	
		Cheques gerencia	2	
		Cheques certificados	2,5	
	Cajeros automaticos	Retiro de clientes de la propia	\$0,50	
		Retiro de clientes de otra entidad en	\$0,50	
Impresión de consulta		\$0,35		

COOPERATIVA 29 DE OCTUBRE						
			Costos en dolares	tasa de interes		
				en %		
Productos financieros 29 de Octubre	Captación	Apertura de Cuenta de ahorro \$ 100		0		
		Mantenimiento, administracion y manejo de cuenta		0		
		Perdida o robo de cartilla		1		
		Depositos a plazo a 30 dias			N/A	
		Depositos a plazo a 60 dias			N/A	
		Depositos a plazo a 92 dias			N/A	
		Depositos plazo a 180 dias			N/A	
	Colocación	Crédito consumo			16,30%	
		Crédito comercial			11,83%	
		Micrócrédito			27,57%	
		vivienda			11,32%	
		Credivehiculos			N/A	
		Tarjeta de débito	Emisión		5,15	
			Renovación anual		1,85	
	Reposición		4,94			
	Supermaxi afiliación		1,5			
	Banca Virtual	Banca Cell		0		
		1800 de Apoyo		0		
		Austropagos		0		
		Pago de Pensiones		0		
		Kioskos de Consulta		0		
		Cajeros Automaticos		0		
		Clientes Exterior		0		
	Otros	Referencias Bancarias				
		Corte de estado de cuenta		1,83		
		Costo de reposicion de libreta		1		
	Servicios financieros 29 de octubre	Transf.	Transferencias bancarias		0	
Transferencia interbancarias			0,3			
Giros		Giros nacionales		2,79		
		Giros internacionales		N/A		
Pagos a terceros		Pago Servicios básicos		0,3		
		Interbancarios		N/A		
		Aportes patronales		N/A		
		Impuestos SRI		0,3		
		Matriculación vehicular		0,5		
		Bono de desarrollo humano		N/A		
Consulta		médica		1,5		
		Seguro de vida y médico		2,2		
Varios		Costo de cheque		0,3		
		Cheque devuelto nacional		2,79		
		Cheques devueltos desde el exterior		N/A		
		Cheques gerencia		2,5		
		Cheques certificados		2		
		Referencias de cuentas		2,65		
Cajeros automatic		Retiro de clientes de la propia entidad		0		
		cajero de la entidad		0,5		
		Impresión de consulta		0,35		

COOPERATIVA CODESARROLLO				
			Costos en dolares	tasa interes en %
Productos financieros Codesarrollo	Captación	Apertura de Cuenta ahorro disponible, apertura de \$ 20	0	de 2% a 3%
		Apertura de cuenta ahorro crecer, apertura de \$ 5	0	de 2% a 3%
		Apertura de cuenta ahorro desarrollo, apertura de \$ 100	0	de 2.5% a 3.5%
		Apertura de cuenta ahorro EFL's, apertura de \$ 100	0	de 3.25% a 4.5%
		Mantenimiento, administracion y manejo de cuentas	0	
		Costo emisión cartola	0	
		Devuelto Nacional	2,79	
		Cierre de cuenta	0	
		Depositos a plazo a 60 dias		de 3.25% a 5%
		Depositos a plazo a 90 dias		de 3.25% a 5.5%
	Depositos a plazo a 120 dias		de 3.25% a 6.5%	
	Depositos plazo a 180 dias		de 3.5% a 6.75%	
	Depositos plazo a 360 dias		de 3.5% a 7.5%	
	Más de 361 días		de 4% a 8.5%	
	Colocación	Crédito consumo 6 meses		14.25%
		Crédito consumo 12 meses		14.25%
		Crédito consumo 18 meses		14.5%
		Crédito pymes		10,00%
		Crédito microcrédito 6 meses		17,00%
		Crédito microcrédito 12 meses		17,00%
Crédito microcrédito 18 meses			18,00%	
Crédito vivienda			10,00%	
Banca Virtual	Pago de Pensiones	n/a		
	Kioskos de Consulta	n/a		
	Cajeros Automaticos	n/a		
	Banca telefónica asistida	n/a		
	Cientes Exterior	n/a		
Otros	Referencias Bancarias	2		
	Corte de estado de cuenta	1		
	Costo de reposicion de libreta	0		
Servicios financieros Codesarrollo	Giros	Transferencias desde el exterior clientes	2	
		Transferencia desde el exterior no clientes	10	
		Transferencia al exterior en oficina	20	
	Transferencias	Entre cuentas codesarrollo	0	
		Trns interbancarias SPI	1	
		Trns nacionales otras entidades	2	
		Interbancarias recibidas SPI	0	
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos	n/a	
		Pagos impuestos	n/a	
		Pago proveedores	n/a	
		Reimpresión documentos	n/a	
		Pensiones alimenticias	n/a	
		Bono de desarrollo humano	n/a	

COOP CCP						
			Costos en dolares	tasa de interes en %		
Productos financieros Coop. CCP	Captación	Apertura de Cuenta de ahorro, monto \$ 34	0			
		Mantenimiento, administracion y manejo de cuenta	0			
		Monto se 100 a más de 10.000		Promedio		
		Depositos a plazo de 1 a 30 dias		3,43%		
		Depositos a plazo de 31 a 60 dias		4,10%		
		Depositos a plazo a 92 dias		N/A		
		Depositos plazo a 180 dias		N/A		
	Colocación	Crédito consumo			17,44%	
		Crédito comercial			11,20%	
		Micrócrédito			29,51%	
		vivienda			10,75%	
		Credivehiculos			17,44	
		Tarjeta de débito	Emisión	5		
			Renovación anual	3,6		
	Reposición		4,9			
	Supermaxi		N/A			
	Banca Virtual	Banca Cell	0			
		1800 de Apoyo	0			
		Austropagos	0			
		Pago de Pensiones	0			
		Kioskos de Consulta	0			
Cajeros Automaticos		0				
Cientes Exterior		0				
Otros	Referencias Bancarias	1,5				
	Estado de cuenta	1,85				
	Costo de reposicion de libreta	1				
Servicios financieros Coop CCP	Transf.	Transferencias bancarias	0,3			
		Transferencias interbancarias por SPI	4			
	Giros	Giros nacionales	2 y 4			
		Giros internacionales	N/A			
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos	0,3			
		Interbancarios	N/A			
		Aportes patronales	N/A			
		Impuestos SRI	N/A			
		Matriculación vehicular	N/A			
		Servipagos	1,3			
		Bono de desarrollo humano	N/A			
	Medicina		1,82			
		Seguro de vida y médico	N/A			
	Varios	Costo de cheque	0,3			
		Cheque devuelto nacional	1,4			
		Cheques devueltos desde el exterior	25			
		Cheques gerencia	2,5			
		Cheques certificados	2			
		Referencias de cuentas	2,65			
	ajeros tomatic	en cajeros de otra entidad	0,5			
		cajero de la entidad	0			

COOPERATIVA JEP						
			Costos en dolares	tasa de interes en %		
Productos financieros JEP	Captación	20 dólares	0			
		manejo de cuenta	0			
		Apertura de cuenta corriente, monto	N/A			
		Monto \$100				
		Depositos a plazo a 30 días		5,50%		
		Depositos a plazo a 60 a 89 días		5,75%		
		Depositos a plazo a 90 a 179 días		6,25%		
		Depositos plazo a 180 a 269 días		7,00%		
		Depositos plazo de 270 a 314 días		7,50%		
		Depositos plazo a más de 360 días		8,50%		
	Colocación	Crédito consumo			15,20%	
		Crédito Pymes			N/A	
		Micrócrédito minorista			20,00%	
		Microcrédito Productivo			11,20%	
		Micro acumulación ampliada			16,00%	
		Micro acumulación simple			19,50%	
		Vivienda			11,20%	
		Credivehiculos			N/A	
		Tarjeta de débito	Emisión	5		
			Renovación anual	1,85		
	Reposición		4,94			
	Supermaxi		N/A			
	Banca Virtual	Banca Cell	0			
		Pago de Pensiones	0			
		Kioskos de Consulta	0			
		Cajeros Automaticos	0			
		Cientes Exterior	0			
Otros	Referencias Bancarias	1,68				
	Corte de estado de cuenta	1,83				
	Costo de reposicion de libreta	1				
Servicios financieros JEP	Transf.	Transferencias dentro de la entidad	0.35			
		Transferencia interbancarias por SPL	2			
	Giros	Giros nacionales	N/A			
		Giros internacionales remesas	4			
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos	N/A			
		Interbancarios	N/A			
		Aportes patronales	N/A			
		Impuestos SRI	N/A			
		Matriculación vehicular	N/A			
		Bono de desarrollo humano	N/A			
	Varios	Costo de cheque	0			
		Cheque devuelto nacional	2,79			
		Cheques devueltos desde el exterior	3,24 más gastos del ext.			
		Cheques gerencia	N/A			
		Cheques certificados	2			
		Referencias de cuentas	N/A			
	Cajeros automatic	Retiro cajero bandred	0,5			
		automáticos otra entidad financiera	0,3			
		Impresión de consulta	0,35			

COOP MEGO						
			Costos en dolares	tasa de interes en %		
Productos financieros Coop Mego	Captación	Apertura de Cuenta de ahorro \$12		0		
		manejo de cuenta		0		
		Apertura de cuenta corriente,		N/A		
		Monto de 101 hasta 100.001			Promedio	
		Depositos a plazo a 30 a 60 días			4,94%	
		Depositos a plazo a 61 a 90 días			5,62%	
		Depositos a plazo a 91 a 120 días			6,48%	
		Depositos plazo de 121 a 180 días			7,12%	
		Depósito plazo de 181 a 360			7,56%	
		Depósito plazo más de 361			7,90%	
	Colocación	Crédito consumo			16,29%	
		Crédito Pymes			11,83%	
		Micrócrédito			21,82%	
		Vivienda			11,33%	
		Credivehiculos			14,82%	
		Tarjeta de débito	Emisión		2	
			Renovación anual		1,85	
	Reposición		2			
	Supermaxi		N/A			
	Banca Virtual	Banca Cell		0		
		1800 de Apoyo		0		
		Austropagos		0		
		Pago de Pensiones		0		
		Kioskos de Consulta		0		
		Cajeros Automaticos		0		
		Clientes Exterior		0		
	Otros	Referencias Bancarias		1,68		
Corte de estado de cuenta		1,5				
Costo de reposicion de libreta		1				
Servicios financieros Coop Mego	Transf.	Transferencias bancarias		0	N/A	
		Transferencia interbancarias por SPI		2		
	Giros	Giros nacionales		N/A		
		Giros internacionales		N/A		
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos		1		
		Interbancarios		N/A		
		Aportes patronales		1		
		Impuestos SRI		N/A		
		Matriculación vehicular		1		
		Bono de desarrollo humano		0		
		Consulta médica		N/A		
		Seguro de vida y médico		N/A		
	Varios	Costo de cheque		0		
		Cheque devuelto nacional		2,79		
		Cheques devueltos desde el exterior		3,24		
		Cheques gerencia		N/A		
		Cheques certificados		N/A		
		Referencias de cuentas		N/A		

COOP. PADRE JULIAN LORENTE				
			Costos en dolares	tasa de interes en %
Productos financieros Coop P/JL	Captación	Apertura de Cuenta de ahorro, monto 10 dólares	0	
		manejo de cuenta	0	
		Apertura de cuenta corriente	N/A	
		Monto desde 100 hasta más 100.001		Promedio
		Depositos a plazo de 31 a 60 días		4,45%
		Depositos a plazo de 61 a 90 días		5,19%
		Depositos a plazo de 91 a 120 días		5,97%
		Depositos plazo de 121 a 180 días		6,74%
		Depositos plazo de 181 a 270 días		7,04%
		Depositos plazo más de 360 días		7,88%
	Colocación	Crédito consumo		16,00%
		Crédito Productivo Pymes		11,00%
		Micrórédito minorista		21,82%
		Microcrédito Productivo		N/A
		Micro acumulación ampliada		21,00%
		Micro acumulación simple		21,82%
		Credivehiculos		N/A
		Tarjeta de débito	Emisión	N/A
	Renovación anual		N/A	
	Reposición		N/A	
	Supermaxi		N/A	
	Banca Virtual	Banca Cell	0	
		1800 de Apoyo	0	
		Austropagos	0	
		Pago de Pensiones	0	
		Kioskos de Consulta	0	
		Cajeros Automaticos	0	
		Cientes Exterior	0	
Otros	Referencias Bancarias	2,65		
	Corte de estado de cuenta	1,83		
	Costo de reposicion de libreta	1		
Servicios financieros Coop P/JL	Transf.	Transferencias dentro de la entidad	0.35	
		Transferencia interbancarias por SPL	N/A	
	Giros	Giros nacionales	N/A	
		Giros internacionales remesas	N/A	
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos	N/A	
		Interbancarios	N/A	
		Aportes patronales	N/A	
		Impuestos SRI	N/A	
		Matriculación vehicular	N/A	
		Bono de desarrollo humano	N/A	
		Consulta médica	5	
		Seguro de vida y médico	N/A	
	Varios	Costo de cheque	0	
		Cheque devuelto nacional	2,79	
		Cheques devueltos desde el exterior	3,24 más gastos del ext.	
		Cheques gerencia	N/A	

MUTUALISTA PICHINCHA					
			Costos en dolares	tasa de interes en %	
Productos financieros Mutualista Pichincha	Captación	Apertura de Cuenta de ahorro, monto 50 dólares	0		
		administración y manejo de corriente, monto 500	0		
		25.000en adelante		Promedio	
		Depositos a plazo de 30 a 60 días		4,02%	
		Depositos a plazo de 61 a 90 días		4,16%	
		Depositos a plazo de 91 a 120 días		4,99%	
		Depositos plazo de 121 a 180 días		5,53%	
		Depositos plazo de 181 a 360días		5,62%	
		Depositos plazo de 360 días y más		6,00%	
		Colocación	Crédito consumo		16,30%
	Crédito Productivo			11,83%	
	Hipotecarios MUPI			11,33%	
	Vivienda MUPI CFN			11,33%	
	Casa ya			11,33%	
	Casa lista			11,33%	
	Vivienda			11,33%	
	Tarjeta de Mastercard,Clásica,Internacional y Gold		Emisión	20,40 y 60	
			Renovación	20,40 y 60	
			Reposición	5	
		Supermaxi	N/A		
	Banca Virtual	Banca Cell	0		
		1800 de Apoyo	0		
		Austropagos	0		
		Pago de Pensiones	0		
		Kioskos de Consulta	0		
		Cajeros Automaticos	0		
		Cientes Exterior	0		
Otros	Referencias Bancarias	2,65			
	Corte de estado de cuenta	1,83			
	libreta	0			
Servicios financieros	Transf.	por Swift	20		
		interbancarias por la web	0,5		
	Giros	Giros nacionales	0,25		
		Giros internacionales	10		
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos	N/A		
		Interbancarios	N/A		
		Aportes patronales	N/A		
		Impuestos SRI	N/A		
		Matriculación vehicular	N/A		
		Bono de desarrollo humano	N/A		
	Varios	Costo de cheque	0		
		Cheque devuelto nacional	2,79		
		el exterior	3,24.		
		Cheques gerencia	N/A		

BANCO NACIONAL DE FOMENTO					
			Costos en dólares	tasa de interés en %	
Productos financieros BNF	Captación	Apertura de Cuenta de ahorro \$ 20	0		
		Mantenimiento, administración y manejo de cuenta	0		
		Apertura de cuenta corriente, monto 300 dólares	0		
		Costo de cheque	0,3		
		Devuelto Nacional	2,79		
		Devuelto al exterior	3,24		
		Depósitos a plazo a 60 días		de 3,5% a 4,25%	
		Depósitos a plazo a 90 días		de 4,4% a 5%	
		Depósitos a plazo a 120 días		de 4,8% a 5,8%	
		Depósitos plazo a 150 días		de 5,1% a 6%	
		Depósitos plazo a 180 días		de 5,25 a 6,15%	
		Depósitos plazo a 360 días		de 5,5 a 6,25%	
		Depósitos plazo mas 360 días		de 5,75 a 6,5%	
	Colocación	Crédito consumo			16,00%
		Crédito comercial			11,20%
		Crédito vivienda			9,78%
		Microcrédito			11,00%
		Tarjeta de Débito	Emisión	5,15	
		Renovación	1,85 anual		
		Reposición tarjeta	4,94		
	Banca Virtual	Banca Cell		n/a	
		Consultas		n/a	
		Pago de Pensiones		n/a	
Kioscos de Consulta			n/a		
Cajeros Automáticos			n/a		
Clientes Exterior			n/a		
Otros	Referencias Bancarias		2,65 + IVA		
	Corte de estado de cuenta		1,83		
	Costo de reposición de libreta		0		
Servicios financieros BNF	Transf.	Transferencias bancarias	0,9		
		Transferencia interbancarias	2		
	Giros	Giros nacionales	2		
		Giros internacionales	0		
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos	0,5		
		Interbancarios	0		
		Impuestos SRI	0,3		
		Matriculación vehicular	0,35		
		Bono de desarrollo humano	0		
	Varios	Costo de cheque	0,3		
		Cheque devuelto nacional	2,79		
		Cheques devueltos desde el exterior	3,24		

		Cheques gerencia	2,5	
		Cheques certificados	2	
		Referencia bancaria	2,65	
	Cajeros automáticos	Retiro de clientes de la propia entidad en cajeros de otra entidad	0	
		Retiro de clientes de otra entidad en cajero de la entidad	0,5	
		Impresión de consulta	0,3	

## Anexo 8: Detalle de Promedios de Sexo, Nivel de Instrucción, Edad, Situación Laboral y Tiempo de las IFIS asignadas. Plaza Loja

SEXO	MASCULINO	FEMENINO
Finca	-	100,00%
Unibanco	60,00%	40,00%
Solidario	40,00%	60,00%
Machala	44,00%	56,00%
BNF	56,90%	10,00%
Coop PJJ	34,00%	66,00%
Mut. Pichincha	33,80%	66,20%
<b>TOTAL</b>	<b>268,70%</b>	<b>398,20%</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>38,39%</b>	<b>56,89%</b>

NIVEL INSTRUCCIÓN	PRIMARIO	SECUNDARIO	TERCER NIVEL	CUARTO NIVEL	NINGUNO
Finca	69,20%	15,40%	15,40%	-	-
Unibanco	-	-	80,00%	-	20%
Solidario	-	40,00%	60,00%	-	-
Machala	-	16,00%	84,00%	-	-
BNF	40,00%	49,20%	10,80%	-	-
Coop PJJ	16,00%	32,10%	51,90%	-	-
Mut. Pichincha	7,40%	17,60%	70,60%	4,40%	-
<b>TOTAL</b>	<b>133%</b>	<b>170%</b>	<b>373%</b>	<b>4%</b>	<b>20%</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>19%</b>	<b>24%</b>	<b>53%</b>	<b>1%</b>	<b>3%</b>

EDADES	DE 15 A 19	DE 20 A 29	DE 30 A 39	DE 40 A 49	DE 50 A 59	MÁS DE 60
Finca	7,70%	30,80%	23,10%	23,10%	15,40%	-
Unibanco	-	-	60,00%	40,00%	-	-
Solidario	-	-	40,00%	60,00%	-	-
Machala	-	28,00%	32,00%	28,00%	8,00%	4,00%
BNF	-	6,20%	29,20%	32,30%	29,20%	3,10%
Coop PJJ	1,90%	21,70%	28,30%	21,70%	17,90%	8,50%
Mut. Pichincha	-	5,90%	25,00%	25,00%	32,40%	11,80%
<b>TOTAL</b>	<b>9,60%</b>	<b>92,60%</b>	<b>237,60%</b>	<b>230,10%</b>	<b>102,90%</b>	<b>27,40%</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>1,37%</b>	<b>13,23%</b>	<b>33,94%</b>	<b>32,87%</b>	<b>14,70%</b>	<b>3,91%</b>

SIT. LABORAL	PÚBLICO	PRIVADO	NEGOCIO	AMA DE CASA	ESTUDIANTE	JUBILADO	AGRICULTOR/ GANADERO
Finca	15,40%	38,50%	46,20%	-	-	-	-
Unibanco	40,00%	-	60,00%	-	-	-	-
Solidario	20,00%	20,00%	40,00%	20,00%	-	-	-
Machala	4,00%	40,00%	52,00%	4,00%	-	-	-
BNF	13,80%	32,30%	20,00%	6,20%	-	-	27,70%
Ora	30,20%	18,90%	34,90%	1,90%	0,90%	-	-
Mut. Pichincha	54,40%	29,40%	4,40%	1,50%	1,50%	8,80%	-
<b>TOTAL</b>	<b>177,80%</b>	<b>179,10%</b>	<b>257,50%</b>	<b>33,60%</b>	<b>2,40%</b>	<b>8,80%</b>	<b>27,70%</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>25,40%</b>	<b>25,59%</b>	<b>36,79%</b>	<b>4,80%</b>	<b>0,34%</b>	<b>1,26%</b>	<b>3,96%</b>

TIEMPO	MENOS DE 1 AÑO	DE 1 A 3	DE 4 A 6	MÁS DE 6
Finca	30,80%	30,80%	23,10%	15,40%
Unibanco		60,00%	40,00%	
Solidario	80,00%	20,00%		
Machala		40,00%	40,00%	20,00%
BNF	7,70%	12,30%	7,70%	72,30%
Coop PJJ	4,80%	7,60%	7,60%	80,00%
Mut. Pichincha		10,30%	5,90%	83,80%
<b>TOTAL</b>	<b>123,30%</b>	<b>181,00%</b>	<b>124,30%</b>	<b>271,50%</b>

RAZONES	SOLIDEZ	TRADICIÓN	PRESTIGIO	RECOMENDACIÓN	COBERTURA	PRODUC. Y SS.	COSTOS	SS. CLIENTE	UBICACIÓN	TRAMITOLOGÍA	OTROS	NO CONTESTA
<i>Finca</i>	3%	0%	3%	21%	-	-	8%	-	-	28%	-	38%
<i>Unibanco</i>	-	7%	7%	27%	7%	-	-	7%	20%	7%	-	20%
<i>Solidario</i>	-	20%	-	7%	-	7%	7%	20%	7%	13%	-	20%
<i>Machala</i>	16%	5%	7%	9%	19%	8%	7%	13%	7%	3%	-	7%
<i>BNF</i>	26%	4%	-	-	3%	0%	14%	2%	-	1%	25%	26%
<i>Coop PJJ</i>	18%	13%	14%	14%	1%	-	3%	2%	8%	-	-	29%
<i>Mut. Pichincha</i>	28%	6%	11%	6%	2%	1%	16%	1%	2%	12%	-	14%
<b>TOTAL</b>	<b>91%</b>	<b>55%</b>	<b>42%</b>	<b>84%</b>	<b>32%</b>	<b>16%</b>	<b>55%</b>	<b>45%</b>	<b>44%</b>	<b>64%</b>	<b>25%</b>	<b>154%</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>13,00%</b>	<b>7,86%</b>	<b>6,00%</b>	<b>12,00%</b>	<b>4,57%</b>	<b>2,29%</b>	<b>7,86%</b>	<b>6,43%</b>	<b>6,29%</b>	<b>9,14%</b>	<b>3,57%</b>	<b>22,00%</b>

MEJORAS	PROD. Y SS.	COSTOS	RR.HH	SS. CLIENTE	TRAMIT.	TECNOLOGÍA	IMAGEN INST.
<i>Finca</i>	16%	15%	13%	0%	0%	0%	0%
<i>Unibanco</i>	20%	20%	0%	20%	20%	0%	0%
<i>Solidario</i>	7%	13%	7%	0%	13%	7%	0%
<i>Machala</i>	17%	7%	0%	0%	0%	13%	9%
<i>BNF</i>	0%	0%	14%	9%	15%	0%	0%
<i>Coop PJJ</i>	10%	0%	0%	7%	11%	0%	0%
<i>Mut. Pichincha</i>	7%	0%	0%	53%	4%	0%	25%
<b>TOTAL</b>	<b>77%</b>	<b>55%</b>	<b>34%</b>	<b>89%</b>	<b>63%</b>	<b>20%</b>	<b>34%</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>11,00%</b>	<b>7,86%</b>	<b>4,86%</b>	<b>12,71%</b>	<b>9,00%</b>	<b>2,86%</b>	<b>4,86%</b>

## Anexo 9: Promedio de preferencia Productos y Servicios de IFIS asignadas. Plaza Loja

	Finca	Solidario	Unibanco	Machala	Fomento	PJL	Pichincha	TOTAL	PROMEDIO
<b>PRODUCTOS</b>									
Cta. Ahorro	8%	80%	20%	32%	51%	68%	49%	307%	44%
Cta. Cte.	-	-	60%	32%	-	-	-	92%	13%
Inversiones	-	-	-	-	-	2%	-	2%	0%
Consumo	-	-	-	20%	2%	11%	-	33%	5%
Comercial	-	-	-	4%	-	8%	-	12%	2%
Productivos	-	-	-	-	37%	-	-	37%	5%
Vivienda	-	-	-	-	-	9%	49%	57%	8%
Microcrédito	92%	20%	20%	-	5%	3%	-	139%	20%
Otros	-	-	-	-	6%	-	-	6%	1%
Tarjeta Visa	-	-	-	12%	-	-	2%	14%	2%
Mastercard	-	-	-	-	-	-	2%	2%	0%
<b>SERVICIOS</b>									
Trns. Banc.	-	20%	-	4%	-	-	-	24%	3%
Trns. Interbanc.	-	-	-	12%	-	-	-	12%	2%
Giros Nacionales	-	-	-	4%	-	-	-	4%	1%
Ss. Básicos	-	20%	-	8%	-	-	-	28%	4%
Pago Matr. C. Educ	-	-	-	4%	-	-	-	4%	1%
Pagos Interbanc.	-	-	-	4%	-	-	-	4%	1%
Aportes Patronales	-	-	-	8%	-	-	-	8%	1%
Impuestos	-	-	-	16%	-	-	-	16%	2%
Matriculación Veh.	-	-	-	4%	-	-	-	4%	1%
Cheques Geren.	-	-	-	4%	-	-	-	4%	1%
Ref. Banc.	-	40%	-	4%	-	-	-	44%	6%
Tarjeta Débito	-	20%	-	-	-	-	-	20%	3%
Otros	-	-	20%	-	-	-	3%	23%	3%

## Anexo 10: Datos de IFIS asignadas. Plaza Loja

BANCO FINCA					
<b>EDADES CLIENTES</b>			<b>NIVEL DE INSTRUCCIÓN</b>		
<b>Edades</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Nivel Estudio</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentaje</b>
DE 15 a 19 años	1	7,7	Primaria	9	69,2
DE 20 a 29 años	4	30,8	Secundaria	2	15,4
DE 30 a 39 años	3	23,1	Tercer Nivel	2	15,4
DE 40 a 49 años	3	23,1	<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100,0</b>
DE 50 a 59 años	2	15,4			
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100,0</b>			
<b>SITUACIÓN LABORAL</b>			<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>		
<b>Empleo</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Cta. Correo</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Sector Público	2	15,4	Si	3	23,1
Sector Privado	5	38,5	No	10	76,9
Negocio Propio	6	46,2	<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100,0</b>
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100,0</b>			
<b>RAZÓN DE TENER CORREO</b>			<b>CUENTA EN RED SOCIAL</b>		
<b>Razón</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>	<b>Cta. Correo</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Trabajo	1	7,7	Si	1	7,7
Otros	2	15,4	No	12	92,3
N/A	10	76,9	<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100,0</b>
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100,0</b>			
<b>RAZÓN RED SOCIAL</b>			<b>TIEMPO DE CLIENTE EN BANCO</b>		
<b>Razón</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Comunic fam. Y amigos	1	7,7	Menor 1 año	4	30,8
N/A	12	92,3	De 1 a 3 años	4	30,8
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100,0</b>	De 4 a 6 años	3	23,1
			Más de 6 años	2	15,4
			<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100,0</b>
<b>VALORACIÓN SERVICIO</b>			<b>CANALES COMUNICACIÓN</b>		
<b>Valor</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>	<b>Valor</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Muy bueno	3	23,1	Voy al Banco	0	,0
Bueno	10	76,9	Func me visita	13	100,0
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100,0</b>	<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100,0</b>
<b>MEJORAS SOLICITADAS</b>					
<b>Valor</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>			
Productos y Ss.	2	15%			
Recurso Humano	2	13%			
Tramitología	1	5%			
Costos	2	15%			
Todo bien	0,6	5%			
No contesta	6	46%			
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>			

**BANCO UNIBANCO**

<b>EDADES CLIENTES</b>		
Edades	Cant.	Porcentaje
De 30 a 39 años	3	60,0
De 40 a 49 años	2	40,0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

<b>NIVEL DE INSTRUCCIÓN</b>		
Nivel Estudio	Cant.	Porcentaje
Tercer Nivel	4	80,0
Ninguno	1	20,0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

<b>SITUACIÓN LABORAL</b>		
Empleo	Cant.	Porcentaje
Sector Privado	2	40,0
Negocio Propio	3	60,0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>		
Cta. Correo	Cant.	Porcentajes
Si	2	40,0
No	3	60,0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

<b>RAZÓN DE TENER CORREO</b>		
Razón	Cant.	Porcentajes
No contesta	1	20,0
Com. Familia y amigos	2	40,0
N/A	2	40,0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

<b>CUENTA EN RED SOCIAL</b>		
Cta. Correo	Cant.	Porcentajes
Si	0	,0
No	5	100,0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

<b>RAZÓN RED SOCIAL</b>		
Razón	Cant.	Porcentajes
N/A	5	100,0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

<b>TIEMPO DE CLIENTE EN BANCO</b>		
Tiempo	Cant.	Porcentajes
De 1 a 3 años	3	60,0
De 4 a 6 años	2	40,0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

<b>CANALES COMUNICACIÓN</b>		
Canal	Cant.	Porcentajes
Voy al bco	2	33,3
Teléfono	2	33,3
Medios impresos	0	6,7
No contesta	1	26,7
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

<b>VALORACIÓN SERVICIO</b>		
Valor	Cant.	Porcentajes
Muy bueno	0	,0
Bueno	5	100,0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

<b>MEJORAS SOLICITADAS</b>		
Mejoras	Cant.	Porcentajes
Productos y Ses.	1	20,0
Ss. Cliente	1	20,0
Costos	1	20,0
Tramitología	1	20,0
No contesta	1	20,0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

**BANCO SOLIDARIO**

<b>EDADES CLIENTES</b>		
Edades	Cant.	Porcentaje
De 30 a 39 años	2	40,0
De 40 a 49 años	3	60,0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

<b>NIVEL DE INSTRUCCIÓN</b>		
Nivel Estudio	Cant.	Porcentaje
Secundaria	2	40,0
Tercer Nivel	3	60,0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

<b>SITUACIÓN LABORAL</b>		
Empleo	Cant.	Porcentaje
Sector Público	1	20,0
Sector Privado	1	20,0
Negocio Propio	2	40,0
Ama de Casa	1	20,0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>		
Cta. Correo	Cant.	Porcentajes
Si	2	40,0
No	3	60,0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

<b>RAZÓN DE TENER CORREO</b>		
Razón	Cant.	Porcentajes
Com. Familia y amigos	2	40,0
N/A	3	60,0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

<b>CUENTA EN RED SOCIAL</b>		
Cta. Correo	Cant.	Porcentajes
Si	0	,0
No	5	100,0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

<b>RAZÓN RED SOCIAL</b>		
Razón	Cant.	Porcentajes
N/A	5	100,0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

<b>TIEMPO DE CLIENTE EN BANCO</b>		
Tiempo	Cant.	Porcentajes
Menos 1 año	4	80,0
De 1 a 3 años	1	20,0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

<b>VALORIZACIÓN SERVICIO</b>		
Valor	Cant.	Porcentajes
Muy bueno	2	40,0
Bueno	3	60,0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

<b>CANALES COMUNICACIÓN</b>		
Canal	Cant.	Porcentajes
Voy al bco	2	33,3
Teléfono	1	13,3
No contesta	3	53,3
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

<b>MEJORAS SOLICITADAS</b>		
Mejoras	Cant.	Porcentajes
Productos y Ss.	0	6,7
Recurso Humano	0	6,7
Tecnología	0	6,7
Tramitología	1	13,3
Costos	1	13,3
Todo bien	0	6,7
No contesta	2	46,7
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>

**BANCO DE MACHALA**

<b>EDADES CLIENTES</b>		
<b>Edades</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentaje</b>
De 20 a 29 años	7	28,0
De 30 a 39 años	8	32,0
De 40 a 49 años	7	28,0
De 50 a 59 años	2	8,0
Más de 60 años	1	4,0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>

<b>NIVEL DE INSTRUCCIÓN</b>		
<b>Nivel Estudio</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentaje</b>
Secundaria	4	16,0
Tercer Nivel	21	84,0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>

<b>SITUACIÓN LABORAL</b>		
<b>Empleo</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentaje</b>
Sector Público	1	4,0
Sector Privado	10	40,0
Negocio Propio	13	52,0
Ama de Casa	1	4,0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>

<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>		
<b>Cta. Correo</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Si	17	68,0
No	8	32,0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>

<b>RAZÓN DE TENER CORREO</b>		
<b>Razón</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Com. Familia y amigos	3	12,0
Trabajo	1	4,0
Negocio	9	36,0
No contesta	5	20,0
Otros	3	12,0
N/A	4	16,0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>

<b>CUENTA EN RED SOCIAL</b>		
<b>Cta. Correo</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Si	11	44,0
No	14	56,0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>

<b>RAZÓN RED SOCIAL</b>		
<b>Razón</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Com. Familia y amigos	3	12,0
Moda	1	4,0
Conocer personas	1	4,0
No contesta	9	36,0
Otros	1	4,0
N/A	10	40,0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>

<b>TIEMPO DE CLIENTE EN BANCO</b>		
<b>Tiempo</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
De 1 a 3 años	10	40,0
De 4 a 6 años	10	40,0
Más de 6 años	5	20,0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>

<b>VALORACIÓN SERVICIO</b>		
<b>Valor</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Muy bueno	14	56,0
Bueno	11	44,0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>

<b>CANALES COMUNICACIÓN</b>		
<b>Canal</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Voy al banco	7	26,7
Teléfono	8	30,7
Banca Virtual	4	16,0
Medios impresos	1	5,3
No contesta	5	21,3
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

<b>MEJORAS SOLICITADAS</b>		
<b>Mejora</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Productos y Ss.	4	17,0
Imagen Inst.	2	9,0
Ss. Cliente	1	4,0
Tecnología	3	13,0
Tramitología	1	5,0
Costos	2	7,0
Recurso Hum.	1	3,0
Todo bien	1	3,0
No contesta	10	39,0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>

**BANCO NACIONAL DE FOMENTO**

<b>EDADES CLIENTES</b>		
Edades	Cant.	Porcentaje
De 20 a 29 años	4	6,2
De 30 a 39 años	19	29,2
De 40 a 49 años	21	32,3
De 50 a 59 años	19	29,2
Más de 60 años	2	3,1
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

<b>NIVEL DE INSTRUCCIÓN</b>		
Nivel Estudio	Cant.	Porcentaje
Primaria	26	40,0
Secundaria	32	49,2
Tercer Nivel	7	10,8
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

<b>SITUACIÓN LABORAL</b>		
Empleo	Cant.	Porcentaje
Sector Público	9	13,8
Sector Privado	21	32,3
Negocio Propio	13	20,0
Ama de Casa	4	6,2
Agricultor	18	27,7
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>		
Cta. Correo	Cant.	Porcentajes
Si	7	10,8
No	58	89,2
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

<b>RAZÓN DE TENER CORREO</b>		
Razón	Cant.	Porcentajes
Trabajo	5	7,7
Negocios	1	1,5
Otros	1	1,5
N/A	58	89,2
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

<b>CUENTA EN RED SOCIAL</b>		
Cta. Correo	Cant.	Porcentajes
Si	2	3,1
No	63	96,9
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

<b>RAZÓN RED SOCIAL</b>		
Razón	Cant.	Porcentajes
No contesta	1	1,5
Com. Familia y amigos	1	1,5
N/A	63	96,9
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

<b>TIEMPO DE CLIENTE EN BANCO</b>		
Tiempo	Cant.	Porcentajes
Menos de un año	5	7,7
De 1 a 3 años	8	12,3
De 4 a 6 años	5	7,7
Más de 6 años	47	72,3
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

<b>VALORACIÓN SERVICIO</b>		
Valor	Cant.	Porcentajes
Muy bueno	12	18,5
Bueno	52	80,0
Malo	1	1,5
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

<b>CANALES COMUNICACIÓN</b>		
Canal	Cant.	Porcentajes
Voy al banco	65	100,0
Bco me visita	-	,0
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

<b>MEJORAS SOLICITADAS</b>		
Mejora	Cant.	Porcentajes
Productos y Ss.	4	6%
Ss. Cliente	6	9%
Recurso Humano	9	14%
Tecnología	1	2%
Tramitología	10	15%
Costos	3	4%
Imagen inst.	0	1%
Todo bien	8	13%
No contesta	23	36%
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>

**COOPERATIVA PADRE JULIÁN LORENTE**

<b>EDADES CLIENTES</b>		
<b>Edades</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentaje</b>
De 15 a 19 años	2	1,9
De 20 a 29 años	23	21,7
De 30 a 39 años	30	28,3
De 40 a 49 años	23	21,7
De 50 a 59 años	19	17,9
Más de 60 años	9	8,5
<b>Total</b>	<b>106</b>	<b>100,0</b>

<b>NIVEL DE INSTRUCCIÓN</b>		
<b>Nivel Estudio</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria	17	16,0
Secundaria	34	32,1
Tercer Nivel	55	51,9
<b>Total</b>	<b>106</b>	<b>100,0</b>

<b>SITUACIÓN LABORAL</b>		
<b>Empleo</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentaje</b>
Sector Público	32	30,2
Sector Privado	20	18,9
Negocio Propio	37	34,9
Ama de Casa	2	1,9
Estudiante	1	,9
Jubilado	10	9,4
Ninguna	2	1,9
Otros	2	1,9
<b>Total</b>	<b>106</b>	<b>100,0</b>

<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>		
<b>Cta. Correo</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Si	40	37,7
No	66	62,3
<b>Total</b>	<b>106</b>	<b>100,0</b>

<b>CUENTA EN RED SOCIAL</b>		
<b>Cta. Correo</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Si	30	28,3
No	76	71,7
<b>Total</b>	<b>106</b>	<b>100,0</b>

<b>RAZÓN DE TENER CORREO</b>		
<b>Razón</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
No contesta	4	3,8
Com. Familia y amigos	6	5,7
Trabajo	12	11,3
Negocio	1	,9
Otros	18	17,0
N/A	65	61,3
<b>Total</b>	<b>106</b>	<b>100,0</b>

<b>RAZÓN RED SOCIAL</b>		
<b>Razón</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
No contesta	1	,9
Com. Familia y amigos	27	25,5
Trabajo	1	,9
N/A	77	72,6
<b>Total</b>	<b>106</b>	<b>100,0</b>

<b>TIEMPO DE CLIENTE EN BANCO</b>		
<b>Tiempo</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Menos de 1 año	5	4,7
De 1 a 3 años	8	7,5
De 4 a 6 años	8	7,5
Más de 6 años	85	80,0
<b>Total</b>	<b>106</b>	<b>100,0</b>

<b>VALORACIÓN SERVICIO</b>		
<b>Valor</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Muy bueno	57	53,8
Bueno	48	45,3
Malo	1	,9
<b>Total</b>	<b>106</b>	<b>100,0</b>

<b>CANALES COMUNICACIÓN</b>		
<b>Canal</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Voy a la Coop	35	33,3
Func.me visita	,3	,3
Teléfono	,3	,3
No contesta	70	66,0
<b>Total</b>	<b>106</b>	<b>100,0</b>

<b>MEJORAS SOLICITADAS</b>		
<b>Mejora</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Productos y Ss.	11	10,1
Imagen Inst.	1	1,3
Ss. Cliente	7	6,6
Recurso Hum.	3	2,8
Tramitología	11	10,7
Costos	8	7,9
Tecnología	0	,3
Todo bien	19	17,9
No contesta	45	42,5
<b>Total</b>	<b>106</b>	<b>100,0</b>

**MUTUALISTA PICHINCHA**

<b>EDADES CLIENTES</b>		
<b>Edades</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentaje</b>
De 20 a 29 años	4	5,9
De 30 a 39 años	17	25,0
De 40 a 49 años	21	25,0
De 50 a 59 años	22	32,4
Más de 60 años	8	11,8
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

<b>NIVEL DE INSTRUCCIÓN</b>		
<b>Nivel Estudio</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria	5	7,4
Secundaria	12	17,6
Tercer Nivel	48	70,6
Cuarto Nivel	3	4,4
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

<b>SITUACIÓN LABORAL</b>		
<b>Empleo</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentaje</b>
Sector Público	37	54,4
Sector Privado	20	29,4
Negocio Propio	3	4,4
Ama de Casa	1	1,5
Estudiante	1	1,5
Jubilado	6	8,8
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>		
<b>Cta. Correo</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Si	27	39,7
No	41	60,3
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

<b>RAZÓN DE TENER CORREO</b>		
<b>Razón</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Com. Familia y amigos	3	12,0
Trabajo	1	4,0
Negocio	9	36,0
No contesta	5	20,0
Otros	3	12,0
N/A	4	16,0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>

<b>CUENTA EN RED SOCIAL</b>		
<b>Cta. Correo</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Si	11	44,0
No	14	56,0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>

<b>RAZÓN RED SOCIAL</b>		
<b>Razón</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
No contesta	5	7,4
Com. Familia y amigos	2	2,9
Trabajo	13	19,1
Otros	7	10,3
N/A	41	60,3
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

<b>TIEMPO DE CLIENTE EN BANCO</b>		
<b>Tiempo</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
De 1 a 3 años	7	10,3
De 4 a 6 años	4	5,9
Más de 6 años	57	83,8
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

<b>VALORACIÓN SERVICIO</b>		
<b>Valor</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Muy bueno	46	67,6
Bueno	22	32,4
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

<b>CANALES COMUNICACIÓN</b>		
<b>Canal</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Voy a la mut.	68	100,0
Fun. Me visita	0	,0
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

<b>MEJORAS SOLICITADAS</b>		
<b>Mejora</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentajes</b>
Productos y Ss	5	7,4
Tramitología	2	3,4
Imagen Inst.	1	1,0
Ss. Cliente	0	,5
Recurso Humano	1	1,0
Tecnología	1	1,0
Costos	2	2,9
Otros	3	4,4
Todo bien	17	25,0
No contesta	36	53,4
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

**Anexo 11:** Encuesta Aplicada a Clientes de IFIS asignadas. Plaza Loja

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). Ninguno

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 Inválido
- 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

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 cuál?

Si  No



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


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



2.1.3 Indique ¿cuáles son las tres principales razones para ser cliente de la (s) institución financiera? (marcar con una X donde corresponda)

Razones ser cliente	Tipo de institución financiera																	
	Bancos			Cooperativas			Mutualistas			Sociedades financ.			Banca pública			Inst. Financ. No reg.		
I Solidez																		
II Tradición																		
III Prestigio																		
IV Recomendación																		
V Cobertura																		
Productos y serv.																		
VI Financieros																		
VII Costos																		
VIII Servicio al cliente																		
IX Ubicación																		
X Tramitología																		
XI Otras (especifique)																		
XII No contesta																		

2.1.4 Indique ¿desde cuándo es cliente de la (s) institución financiera? (marcar una X donde corresponda)

Tiempo	Tipo de institución financiera																	
	Bancos			Cooperativas			Mutualistas			Sociedades financ.			Banca pública			Inst. Financ. No reg.		
I Menos de un año																		
II Entre 1 a 3 años																		
III Entre 4 a 6 años																		
IV Más de 6 años																		
V No contesta																		

### III. Comunicación y servicio al cliente

3.1 ¿Cuáles son los tres principales canales de comunicación que su institución financiera mantiene con usted? (marcar una X donde corresponda)

Canal de Comunicación	Tipo de institución financiera																	
	Bancos			Cooperativas			Mutualistas			Sociedades Financieras			Banca pública			Inst. Financ. No reg.		
I Visita oficial banco																		
II A través de teléfono																		
III Banca virtual																		
IV Red social																		
V Mail																		
VI Medios escritos																		
VII Ninguno																		
VIII No contesta																		

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 Financieras			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 está bien
- IX No contesta


Especifique \_\_\_\_\_



# **BIBLIOGRAFIA**



## **BIBLIOGRAFÍA:**

1. BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (2011). Ley de Régimen Monetario y Banco del Estado año 2010. Quito – Ecuador.
2. CHIRIBOGA ROSALES, Luis Alberto (2007) “Sistema Financiero”, primera edición. Quito – Ecuador.
3. LAUDON Kenneth, LAUDON Jane (2004). “Sistema de Información Gerencial” Octava edición. México.
4. LEY DE COOPERATIVAS (2009) “Reglamento, Legislación y Concordancia”. Quito – Ecuador.
5. SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS DEL ECUADOR (2011) “Ley General de Instituciones del Sistema Financiero Ecuatoriano”. Quito – Ecuador.
6. VÁSQUEZ GALARZA, Germán (1999). Cooperativismo. Editorial Ecuador. Quito - Ecuador

## **PÁGINAS ELECTRÓNICAS:**

1. AGENCIA PÚBLICA DE NOTICIAS DE ECUADOR Y SURAMÉRICA (2011) “Banca público colocó 38% más de créditos en 2010”. Disponible en: <http://andes.info.ec/economia/banca-publica-coloco-38-mas-creditos-en-2010-60395.html>.
2. ASOCIACIÓN DE BANCOS PRIVADOS DEL ECUADOR (2010). “La importancia de la profundización financiera y bancarización en el Ecuador”. Disponible en: [http://www.asobancos.org.ec/ABPE\\_INFORMA/noviembre.pdf](http://www.asobancos.org.ec/ABPE_INFORMA/noviembre.pdf).
3. Banco del Austro (2011). Disponible en: [www.bancodelaustro.com](http://www.bancodelaustro.com).
4. Banco Bolivariano (2011). Disponible en: [www.bancobolivariano.com](http://www.bancobolivariano.com).
5. Banco Finca (2011). Disponible en: [www.bancofinca.com](http://www.bancofinca.com).
6. Banco de Guayaquil (2011). Disponible en: [www.bancoguayaquil.com](http://www.bancoguayaquil.com).
7. Banco de Loja (2011). Disponible en: [www.bancodeloja.fin.ec](http://www.bancodeloja.fin.ec)
8. Banco de Machala (2011). Disponible en: [www.bancomachala.com](http://www.bancomachala.com)
9. Banco Pichincha (2011): Disponible en: [www.pichincha.com](http://www.pichincha.com)
10. Banco Procredit (2011). Disponible en: [www.bancoprocredit.com.ec](http://www.bancoprocredit.com.ec)
11. Banco Produbanco (2011). Disponible en: [www.produbanco.com](http://www.produbanco.com)
12. Banco Solidario (2011). Disponible en: [www.banco-solidario.com](http://www.banco-solidario.com)

13. Banco Unibanco (2011). Disponible en: [www.unibanco.ec](http://www.unibanco.ec)
14. Bernai Velarde, USAID/Ecuador, RETOS Y ACCIONES PARA CONSOLIDAR LA INDUSTRIA DE LAS MICROFINANZAS. Disponible en: <http://www.portalmicrofinanzas.org/gm/document-1.9.36171/Retos%20y%20Acciones%20para%20Consolid.pdf>
15. Buenas tareas (2011) “Sistema Financiero Ecuatoriano. Disponible en: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Sistema-Financiero-Ecuatoriano/2000433.htm>
16. CALDERÓN Gabriela (2006) “La misteriosa banca pública ecuatoriana”. Elcato.org. Disponible en: <http://www.elcato.org/la-misteriosa-banca-publica-ecuatoriana>.
17. Cooperativa Codesarrollo (2011). Disponible en: [www.codesarrollo.fin.ec](http://www.codesarrollo.fin.ec).
18. Cooperativa Coop. CCP (2011). Disponible en: [www.coopccp.com](http://www.coopccp.com).
19. Cooperativa Juventud Ecuatoriana Progresista (2011). Disponible en: [www.coopjep.fin.ec](http://www.coopjep.fin.ec).
20. Cooperativa Manuel Esteban Godoy (2011). Disponible en: [www.coopmego.com](http://www.coopmego.com).
21. Cooperativa 29 de Octubre (2011). Disponible en: [www.29deoctubre.fin.ec](http://www.29deoctubre.fin.ec).
22. Cooperativa Padre Julián Lorente (2011). Disponible en: [www.lorente.fin.ec](http://www.lorente.fin.ec).
23. COSTANZO, A (2008). Centro de Predicción Económica. Madrid. Disponible en: [http://www.n-economia.com/notas\\_alerta/pdf/ALERTA\\_NE\\_16-2008.PDF](http://www.n-economia.com/notas_alerta/pdf/ALERTA_NE_16-2008.PDF).
24. DOMINGUEZ Juan, FREIRE Johanna, NOBOA Adelaida. Tesis “La Gestión de la Banca Privada en el Ecuador. Disponible en: <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/335/1/597.pdf>.
25. HERNANDO, I (2008). Disponible en: [https://www.cajasol.es/cajasol/generico/pdf/servicioestudio/CuadernosCajasol\\_n4.pdf](https://www.cajasol.es/cajasol/generico/pdf/servicioestudio/CuadernosCajasol_n4.pdf)
26. INCAE, Bussines Scholl, Décimo Programa de Alta Dirección de Instituciones Microfinancieras – Ecuador, Abril, Mayo 2011. Disponible en: <http://conocimiento.incae.edu/ES/educacion-ejecutiva/seminarios/detalle-seminario.php?seminario=2179>.

27. LIBRO BLANCO de Level Four Software Diciembre 2005. Disponible en:  
[http://www.levelfour.com/whitepapers/whitepaper\\_ATMchannelspanish.pdf](http://www.levelfour.com/whitepapers/whitepaper_ATMchannelspanish.pdf)
28. MARIÑO 2010, (FELABAN), Boletín informativo de la asociación de bancos del Ecuador, noviembre 2010. Disponible en:  
[http://www.asobancos.org.ec/ABPE\\_INFORMA/noviembre.pdf](http://www.asobancos.org.ec/ABPE_INFORMA/noviembre.pdf).
29. MOMPALER. Facultad de Economía .Universitat de València. Disponible en:  
<http://www.mityc.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/370/119.pdf>.
30. ROJAS, L 2008. FELABAN, Promoviendo el acceso a los servicios financieros Disponible en:  
[http://www.felaban.com/pdf/servicios\\_financieros.pdf](http://www.felaban.com/pdf/servicios_financieros.pdf).
31. Ugarte 2010, Servicio de Estudios en la Unidad de Sistemas Financieros BBVA. Disponible en:  
<http://www.administracionynegocios.cl/v2/asociate-y-emprende/banca-por-movil-y-banca-sin-sucursales/>
32. VALENCIA Eva (2011) “Ecuador: Los planes gubernamentales para la banca pública”. América Economía. Disponible en:  
<http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/ecuador-los-planes-gubernamentales-para-el-manejo-de-la-banca-publica>.