



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

**TITULACION DE INGENIERO EN ADMINISTRACION DE BANCA
Y FINANZAS**

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

Trabajo de fin de titulación

AUTORAS: Oña Guallichico María Teresa
Yépez Amores Olga Lucía

DIRECTORA: Ing. Cortez Maldonado Sidney Andrea

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO

2012

CERTIFICACION

Ingeniera
Sidney Andrea Cortez Maldonado
DIRECTORA DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACION

C E R T I F I C A:

Que el presente trabajo, denominado “Preferencias en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones del sistema financiero regulado ecuatoriano, año 2011, Plaza Quito” realizado por las profesionales en formación Oña Guallichico María Teresa y Yépez Amores Olga Lucía; cumple con los requisitos establecidos en las normas generales para la Graduación en la Universidad Técnica Particular de Loja, tanto en el aspecto de forma como de contenido, por lo cual me permito autorizar para los fines pertinentes.

Loja, noviembre de 2012

.....
Sidney Andrea Cortez Maldonado

CESIÓN DE DERECHOS

“Nosotras, María Teresa Oña Guallichico y Olga Lucía Yépez Amores 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”.

.....

Oña Guallichico María Teresa
1714995204

.....

Yépez Amores Olga Lucía
1714638945

DEDICATORIA

A nuestros hogares, por su esfuerzo y sacrificio diario, porque gracias a Ellos y a mi Dios hemos sabido seguir adelante, y a nuestros hijos porque con su existencia son la inspiración para superar los obstáculos de nuestra vida.

Con Amor,

María Teresa Oña
Olga Lucía Yépez

AGRADECIMIENTO

A Dios, por habernos dado la vida, y que por su infinita bondad.

Hemos elaborado y concluido el presente trabajo superando los retos que se han presentado durante su ejecución.

A nuestras familias por su apoyo en todo lo que estuvo a su alcance, y en especial a nuestros hijos y esposo quienes han sido nuestra inspiración para culminar con nuestra carrera y superar todos los inconvenientes que se presentaron.

María Teresa Oña

Agradezco primeramente a Dios por todas las bendiciones y por la oportunidad que me ha dado de terminar éste periodo que ha sido un poco sacrificado.

A mis padres por el esfuerzo que siempre han hecho para sacarnos adelante, por todo su amor, perseverancia, trabajo, honestidad y todos los buenos ejemplos que siempre perdurarán en mi vida y que han hecho la persona que soy.

Agradezco también a mi esposo por todo su amor, porque ha sido un inmenso soporte para continuar con mi carrera. A mis pequeños hijos Emilia y Joaquín que han tenido paciencia y han comprendido que tenía obligaciones por las cuales sacrifiqué su tiempo y que espero ser un modelo para ellos.

A mis hermanos que siempre han cuidado de mí, por su apoyo, por su ejemplo, a los que quiero mucho.

Así mismo, agradezco de manera muy especial al Ingeniero Miguel Ángel Peñarreta, quien ha tenido paciencia con nosotros y nos ha dado las pautas para realizar este trabajo.

A la Universidad Técnica Particular de Loja, porque nos da la oportunidad de Estudios a Distancia con alta calidad y a través de los cuales podemos ser profesionales.

A todas las personas que nos han colaborado para poder culminar esta etapa de estudios.

Olga Lucía Yépez Amores

INDICE DE CONTENIDOS

Págs.

CAPITULO I

1.	EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO: BREVE DESCRIPCION Y CARACTERIZACION	1
	Introducción	1
1.1	Ley General de Instituciones Financieras	1
1.1.1.	Definición	1
1.1.2.	Órganos rectores del sistema financiero	2
1.1.3.	Alcance y regulaciones	2
1.2	Estructura del sistema financiero ecuatoriano	2
1.2.1.	Banca Privada	2
1.2.1.1	Definiciones básicas	2
1.2.1.2	Caracterización de la banca ecuatoriana	3
1.2.1.3	Productos y servicios financieros	3
1.2.2	Cooperativismo	4
1.2.2.1	Definiciones básicas	4
1.2.2.2	Cooperativismo en el Ecuador	5
1.2.2.3	Productos y servicios	7
1.2.3	El Mutualismo	7
1.2.3.1	Definiciones básicas	7
1.2.3.2	El Mutualismo en el Ecuador	8
1.2.3.3	Productos y servicios	8
1.2.4	La banca pública	9
1.2.4.1	Definiciones básicas	9
1.2.4.2	La banca pública en el Ecuador	9
1.2.4.3	Productos y servicios	10
1.3.	Tendencias actuales de productos y servicios financieros	10
1.3.1	La importancia de la web 2.0 y la tecnología en los productos y servicios financieros	10
1.3.2	Canales de provisión de servicios financieros	11
1.3.3	Los retos futuros de los productos y servicios financieros en el Ecuador	11

CAPITULO II

2.	ANÁLISIS SITUACIONAL DEL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO. UNA PERSPECTIVA DESDE LA OFERTA POR PLAZA	13
	Introducción	13
2.1	El sistema financiero local	14
2.2	Evolutivo de captaciones	16
2.2.1	Por tipo de depósito	17
2.2.2	Por subsistemas	21
2.3.	Evolutivo de colocaciones	23
2.3.1	Por tipo de cartera	24

2.3.2	Por subsistemas	26
2.4	Productos y servicios financieros. Tipos y costos	27
CAPITULO III		
3.	ACCESO Y PREFERENCIA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS. UNA PERSPECTIVA DESDE LA DEMANDA	30
	Introducción	30
3.1.	Factores que influyen en la preferencia de productos y servicios financieros	36
3.1.1	Estudio comparativo entre tipos de IFIS	37
3.1.2	Estudio comparativo entre productos y servicios	43
3.1.2.1	Prioridad de productos financieros Banco del Pacífico	44
3.1.2.2	Prioridad de productos financieros 2da Opción	46
3.1.2.3	Prioridad de productos – Cooperativas	48
3.1.2.4	Prioridad de productos - Mutualistas	49
3.2.2.	Prioridad de servicios financieros	51
3.2.2.1	Prioridad de servicios en cooperativas y mutualistas	52
3.2	La comunicación con el cliente y servicio al cliente	53
3.2.1	Comunicación con el cliente	55
3.2.1.1	Principales canales de comunicación	57
3.2.1.2	Instituciones financieras no reguladas	60
3.3.	Servicio al cliente	62
3.3.1	Calidad de servicio al cliente	64
3.3.2	Mejoras que los clientes consideran que les gustaría recibir	67
	CONCLUSIONES	69
	RECOMENDACIONES	73
	BIBLIOGRAFIA	75
	NETGRAFIA	76
	ANEXOS	77

INDICE DE TABLAS

	Págs.	
Tabla No. 1	Sistema financiero local	14
Tabla No. 2	Depósitos a plazos	19
Tabla No. 3	Captaciones del Sistema Financiero Plaza Quito	22
Tabla No. 4	Colocaciones del Sistema Financiero Plaza Quito	25
Tabla No. 5	Productos financieros	28
Tabla No. 6	Servicios financieros	29
Tabla No. 7	Ficha Técnica Quito	32
Tabla No. 8	Edad de los encuestados	34
Tabla No. 9	Nivel de instrucción	34
Tabla No. 10	Situación laboral	35
Tabla No. 11	Preferencia bancos privados (Bco. Pacífico)	37
Tabla No. 12	Preferencia bancos privados (2da. Opción)	38
Tabla No. 13	Preferencia Instituciones Financieras	39
Tabla No. 14	Cooperativas preferencia (1era. Opción)	40
Tabla No. 15	Cooperativas preferencia (2da. Opción)	40
Tabla No. 16	Mutualistas preferencia (1era. Opción)	41
Tabla No. 17	Preferencia – Banca Pública	42
Tabla No. 18	Preferencia – Instituciones no reguladas	43
Tabla No. 19	Prioridad producto financiero Bco. Pacífico	46
Tabla No. 20	Prioridad producto financiero (2da. Opción)	47
Tabla No. 21	Prioridad de productos - Cooperativas	48
Tabla No. 22	Prioridad de productos - Mutualistas	49
Tabla No. 23	Prioridad de servicios financieros (Bco. Pacífico)	51
Tabla No. 24	Prioridad de servicios financieros (2da. Opción)	52
Tabla No. 25	Prioridad de servicios financieros – Cooperativa	53
Tabla No. 26	Prioridad de servicios financieros -Mutualista	53
Tabla No. 27	¿Posee cuenta de correo electrónico?	55
Tabla No. 28	¿Posee cuenta en una red social?	55
Tabla No. 29	¿Cuál es razón principal para tener una cuenta electrónica?	56
Tabla No. 30	¿Cuál es razón principal para tener una cuenta en una red social?	56
Tabla No. 31	Principales canales de comunicación banca privada	58
Tabla No. 32	Principales canales de comunicación cooperativas	58
Tabla No. 33	Principales canales de comunicación mutualistas	59
Tabla No. 34	Principales canales de comunicación banca pública	59
Tabla No. 35	Principales canales de comunicación IFIS no reguladas	60
Tabla No. 36	¿Cómo valora el servicio al cliente la banca privada?	64
Tabla No. 37	¿Cómo valora el servicio al cliente de cooperativas?	65
Tabla No. 38	¿Cómo valora el servicio al cliente de mutualistas?	65

Tabla No. 39	¿Cómo valora el servicio al cliente de la banca pública?	66
Tabla No. 40	¿Cómo valora el servicio al cliente en IFIS no reguladas?	66
Tabla No. 41	Tres principales mejoras que los clientes quisieran recibir	68

INDICE DE GRAFICOS

	Págs.	
Gráfico No. 1	Sistema financiero local	14
Gráfico No. 2	Depósitos de Ahorros 2008-2009-2010	18
Gráfico No. 3	Depósitos de ahorro vs depósitos a plazos	20
Gráfico No. 4	Depósitos monetarios 2008-2009-2010	21
Gráfico No. 5	Colocaciones Sistema Financiero Local 2008-2010	27
Gráfico No. 6	Sexo de los encuestados	33
Gráfico No. 7	Nivel de instrucción encuestados	34
Gráfico No. 8	Situación Laboral	35
Gráfico No. 9	Preferencia Banco Pacífico	37
Gráfico No. 10	Preferencia Banco 2da. Opción	38
Gráfico No. 11	Preferencia Instituciones Financieras	39
Gráfico No. 12	Cliente mutualista	41
Gráfico No. 13	Prioridad producto financiero Bco. Pacífico	46
Gráfico No. 14	Prioridad producto financiero (2da. Opción)	47

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo representa un estudio investigativo que nos permite determinar de manera eficaz las “preferencias en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones del sistema financiero regulado ecuatoriano, Año 2011, Plaza Quito”, siendo la principal institución de estudio el Banco del Pacífico, mediante la obtención de información primaria hemos podido analizar y medir los factores que influyen en las decisiones de los clientes al momento de elegir los distintos productos y servicios ofrecidos por las instituciones financieras ecuatorianas reguladas la Superintendencia de Bancos. Además de la toma muestral hemos comparado los diferentes tipos de captaciones y colocaciones de acuerdo a cada tipo de institución financiera es decir, banca pública, banca privada, mutualistas, cooperativas, sociedades financieras, lo que permitió ver la realidad de cada una y establecer conclusiones que les permitan mejorar y brindar de mejor manera sus productos y servicios siendo un punto clave la vinculación de las nuevas tecnologías hacia un mejor servicio al cliente, sin descuidar la seguridad e integridad de los socios de cada institución.

CAPÍTULO I

1. El sistema financiero ecuatoriano: Breve descripción y caracterización

Introducción

El Banco del Pacífico fue fundado en 1972, creando un precedente en aquella época por romper paradigmas que existían de la banca tradicional, proponiendo un innovador sistema tecnológico con terminales en línea, siendo el primer banco que instaló el cajero automático a nivel de Sudamérica.

En 1999 el Banco del Pacífico enfrentó la más severa crisis financiera lo que lo colocó al borde la quiebra, sin embargo, tuvo una acelerada recuperación, gracias a la intervención del estado como uno de sus principales accionistas y al relanzamiento comercial de la entidad.

El Banco del Pacífico, poco a poco se ha convertido en uno de los principales bancos a nivel nacional, por las estrategias de mercado que ha venido proponiendo a lo largo de estos años, enfocándose en una evolución tanto estructural como tecnológica dirigido a todos los segmentos de la sociedad, que sin duda ha dado un buen resultado, pero en los que deben también analizar su servicio hacia los clientes que todavía tienen un arduo trabajo por delante y que analizaremos en este trabajo.

1.1. Ley General de Instituciones Financieras

1.1.1 Definición

La Ley General de Instituciones Financieras, es una normativa establecida por la Superintendencia de Bancos, mediante la cual señala todas las directrices en el ámbito legal, técnico y contable, que todas las instituciones del sistema financiero que se encuentren bajo su control, de carácter obligatorio deben cumplir.

1.1.2 Órganos rectores del sistema financiero

Los organismos de control son: el Directorio del Banco Central, el Banco Central del Ecuador, la Junta Bancaria y la Superintendencia de Bancos y Seguros. El Directorio del Banco Central está encargado de formular las políticas sobre el manejo y custodia de la Reserva Monetaria; el Banco Central del Ecuador cuyas funciones entre otras son el manejo y administración de la Reserva Monetaria y el monitoreo de la evolución de la economía ecuatoriana; la Junta Bancaria es la encargada de controlar la actividad del sistema financiero nacional, y la Superintendencia de Bancos y Seguros es el organismo técnico con autonomía administrativa, económica y financiera, de personería jurídica y derecho público.

1.1.3 Alcance y regulaciones

“La ley general de instituciones financieras, regula la creación, organización, actividades, funcionamiento y extinción de las instituciones del sistema financiero privado, así como la organización y funciones de la Superintendencia de Bancos [...]” (Ley de Instituciones Financieras, p.1)

La ley general de instituciones financieras está enfocada en precautelar los intereses del público.

1.2. Estructura sistema financiero ecuatoriano

1.2.1 Banca Privada

1.2.1.1 Definiciones básicas

Banco: es una institución que por un lado se encarga de cuidar el dinero que es entregado por los clientes y traslada esos recursos a otras personas que necesitan para financiar sus inversiones cobrando una tasa de interés.

Banca Privada: son entidades de propiedad particular autorizadas y constituidas legalmente para captar dinero y financiar recursos del público en moneda nacional o extranjera, pretendiendo conseguir con ello una utilidad como resultado del diferencial entre las tasas de interés activas y pasivas

1.2.1.2 Caracterización de la banca ecuatoriana

La banca ecuatoriana se caracteriza por ser intermediario en el sector financiero, cuya función es captar los recursos del público para obtener fondos a través de depósitos o cualquier otra forma de captación con el objeto de utilizar los recursos obtenidos total o parcialmente, en operaciones de crédito e inversión.

Actualmente existen 22 bancos privados, los cuales se pueden dividir en grandes, medianos y pequeños, los cuales son: Banco Amazonas, Banco del Austro, Banco Bolivariano, Banco Capital, Citibank, Cofiec, Banco del Bank, Finca, Banco Rumiñahui, Banco de Guayaquil, Banco Internacional, Banco del Litoral, Banco de Loja, Banco de Machala, Banco del Pacífico, Banco Pichincha, Banco Procredit, Produbanco, Banco Proamérica, Banco Solidario, Banco Sudamericano, Unibanco.

1.2.1.3 Productos y servicios financieros

De acuerdo al artículo 51 de la Ley de Instituciones del Sistema Financiero los bancos pueden realizar operaciones como captaciones y colocaciones. Entre las captaciones tenemos depósitos a la vista, depósitos a plazo, emisión de títulos valores, recepción de préstamos y aceptaciones de créditos de instituciones financieras del país y del exterior, entre otras; y entre las colocaciones se encuentran: inversiones en títulos y valores, créditos, arrendamiento mercantil, fiducia mercantil, emisor u operador de tarjetas de crédito, compra de cartera, aceptaciones bancarias, avales, fianzas, cartas de crédito, cobranzas, operaciones de crédito, cobranzas, operaciones de crédito con recursos de bancos de segundo piso, mercados a futuros, operaciones de unidad de valor constante, éstos entre los que más sobresalen, casilleros de seguridad, recaudación de servicios básicos y de terceros, entre otros.

1.2.2 Cooperativismo

1.2.2.1 Definiciones básicas

El **cooperativismo** es un sistema socioeconómico basado en la autonomía de las unidades que lo integran, en la administración interna democrática y sin ánimo de lucro.

Cooperativa es una asociación autónoma de personas agrupadas voluntariamente para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales comunes, por medio de una empresa que se posee en conjunto y se controla democráticamente.

“Las Cooperativas de Ahorro y Crédito, son sociedades financieras de derecho privado, formadas por personas naturales o jurídicas, que sin perseguir finalidades de lucro, tiene por objeto planificar y realizar actividades de trabajos de beneficio social o colectivo, a través de una empresa manejada en común y formada con la aportación económica, intelectual y moral de sus miembros [...]”. (Chiriboga Rosales, Luis Alberto, 2007, p.9).

Las **Cooperativas de Ahorro y Crédito**, son instituciones que se dedican a la intermediación con el público y están autorizadas a realizar operaciones tales como: recibir recursos financieros del público, recibir depósitos a plazo, asumir obligaciones; otorgar préstamos tanto hipotecarios como prendarios, constituir depósitos en instituciones financieras del país.

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito pueden ser de primer piso y de segundo piso. Las cooperativas de Primer Piso, son las que realizan intermediación financiera con sus socios o terceros, las mismas que podrán ser personas naturales o jurídicas, como: Cooperativa Andalucía, 29 de Octubre, entre otras.

Las Cooperativas de Segundo Piso, son las que únicamente pueden realizar intermediación financiera con Cooperativas de Primer Piso, socias o no socias, como: Financoop.

1.2.2.2 Cooperativismo en el Ecuador

Las primeras formas de organización empezaron a existir en las ciudades de Quito y Guayaquil, a finales del siglo XIX, cuyos objetivos principales era contribuir con el mejoramiento social y económico, a través de ayuda mutua.

En el año de 1937, se emite la primera Ley de Cooperativas y en 1938 se dicta el primer Reglamento General de la Ley, en la cual se institucionaliza el cooperativismo, con el fin de apoyar el nivel de organización de los movimientos campesinos, a partir de esto en la década del cincuenta al sesenta se proyecta con mayor énfasis y presencia dentro del territorio nacional creando las cooperativas de primero y segundo piso, para lo cual intervinieron personas externas a los sectores directamente involucrados como instituciones públicas, privadas y promotores.

En 1966 se promulgó la Ley de Cooperativas y en 1968, se dicta el reglamento respectivo.

En la década del 60, tuvo un crecimiento significativo del 449% de entidades y 402% de asociados, sin embargo, a finales de los años 70, existió un decrecimiento a causa de reducción de los recursos y acción de fomento del gobierno y del exterior.

Actualmente, la situación de las cooperativas ha mejorado, tanto que generan un 48% de empleo y sus ventas representan aproximadamente el 28% del PIB y más del 10% de ingresos totales, esto es debido que a raíz de la crisis bancaria, las cooperativas se esmeraron por ofrecer mejor servicio optimizando sus productos y servicios con eficiencia y eficacia, lo que ha dado como resultado una gran confianza en este sector financiero.

Actualmente, se encuentran reguladas por la Superintendencia de Bancos las siguientes cooperativas de ahorro y crédito.

1. Cooperativa Juventud Ecuatoriana y Progresista
2. Cooperativa Jardín Azuayo
3. Cooperativa 29 de Octubre
4. Cooperativa Progreso
5. Cooperativa Mego
6. Cooperativa Oscus
7. Cooperativa Riobamba
8. Cooperativa San Francisco
9. Cooperativa Mushuc Runa
10. Cooperativa CACPECO (Coop. Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Cotopaxi)
11. Cooperativa Andalucía
12. Cooperativa El Sagrario
13. Cooperativa 15 de Abril
14. Cooperativa Codesarrollo
15. Cooperativa Alianza del Valle
16. Cooperativa 23 de Julio
17. Cooperativa Atuntaqui
18. Cooperativa de Crédito Ambato
19. Cooperativa Santa Rosa
20. Cooperativa Pablo Muñoz Vega
21. Cooperativa CACPE Biblián
22. Cooperativa Tulcán
23. Cooperativa San José
24. Cooperativa CACPE Pastaza
25. Cooperativa de Construcción Comercio y Producción
26. Cooperativa CACPE Loja
27. Cooperativa Padre Julián Lorente
28. Cooperativa Comercio
29. Cooperativa Chone Ltda.
30. Cooperativa Guaranda
31. Cooperativa 11 de Junio

32. Cooperativa San Francisco de Asís
33. Cooperativa Cotocollao
34. Cooperativa San Pedro de Taboada
35. Cooperativa Calceta
36. Cooperativa La Dolorosa
37. Cooperativa COOPAD
38. Cooperativa 9 de Octubre
39. Cooperativa Santa Ana
40. Cooperativa Nacional
41. Cooperativa COOPCCP (Coop. Ahorro y Crédito Construcción Comercio y Producción).

1.2.2.3 Productos y servicios

Entre los principales productos que ofrecen las cooperativas de ahorro y crédito se encuentran: depósitos a la vista, depósitos a plazos, recepción de préstamos y aceptaciones de préstamos, inversiones a plazo fijo, créditos. Y entre los servicios podemos nombrar a: seguros médicos, emisión de SOAT, tarjetas de débito, recepción de pago de servicios básicos.

1.2.3 El Mutualismo

1.2.3.1 Definiciones básicas;

Mutualismo: Constituye la asociación libre de personas inspiradas en la solidaridad, sin ánimo de lucrar, tiene como objetivo brindarse ayuda recíproca frente a riesgos eventuales o de concurrir a su bienestar material y espiritual mediante una contribución periódica.

Mutualistas: se caracterizan por ser instituciones que captan los recursos financieros, con la finalidad específica de destinarlos al financiamiento de programas de vivienda y a mejorar el bienestar de los asociados.

“**Las mutualistas** son instituciones cuya actividad principal es la captación de recursos del público para destinarlos al financiamiento de la vivienda, la construcción y al bienestar familiar de sus asociados [...]”. (Chiriboga Rosales Luis Alberto, 2007, p.9).

1.2.3.2 El Mutualismo en el Ecuador

El 26 de mayo de 1961, se expide el decreto que crea el mutualismo en el Ecuador considerando el elevado déficit habitacional existente y la incapacidad de que el Banco Ecuatoriano de la Vivienda como entidad estatal pueda suplir dichas necesidades.

Con la promulgación de Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, confirma la creación de las mutualistas de ahorro y crédito, cuyo objetivo es captar recursos de sus clientes, los mismos que sirvan para financiar viviendas para sus asociados.

En nuestro país se encuentran registradas cuatro mutualistas: Mutualista Pichincha, Mutualista Imbabura, Mutualista Azuay y Mutualista Ambato.

Según las estadísticas de la Superintendencia de Bancos hasta diciembre de 2010, las mutualistas representaron en el mercado el 0.79% de activos y un 0.72% de obligaciones con el público con relación al PIB.

1.2.3.3 Productos y servicios

Los productos y servicios que ofrecen las mutualistas son: depósitos a la vista, depósitos a plazos, créditos de vivienda, comercial, consumo y microcréditos, tarjetas de débito.

1.2.4 La banca pública

1.2.4.1 Definiciones básicas

La banca pública en contraposición a la banca privada, es el conjunto de entidades de crédito en las que el control y gestión está en manos de una administración pública o del Estado.

Bancos públicos: “Entidades financieras, cuyo accionista es el Estado [...]. (Chiriboga Rosales Luis Alberto, 2007, p.8).

La banca pública está radicada en todo el territorio de la nación, tiene por lo general tasas más bajas y su operatividad administrativa tarda un poco que la banca privada. Sus políticas están alineadas según el gobierno de turno.

1.2.4.2 La banca pública en el Ecuador

La banca pública tiene como propósito erradicar la pobreza y fomentar la inversión y el ahorro en Ecuador, la cual está conformada por el Banco del Estado (BEDE), Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV), el Banco Nacional de Fomento (BNF) y la Corporación Financiera Nacional (CFN), cada una de estas entidades tienen su objetivo social, especialidad, nicho de mercado y facultades que se encuentran sujetas a la estrategia del Gobierno, quien pretende la bancarización del mayor número de usuarios y la integración de los sectores populares.

El desempeño de la banca pública los marcan la CFN (33.5%) y BNF (32.5%), por su mayor participación, mientras que los indicadores del BEDE (26.6%) y el BEV (7.4%) mejoraron levemente al promedio del sistema financiero.

La banca pública tuvo un crecimiento de 2.28 veces su tamaño entre el periodo de diciembre 2006 y 2010, debido al apoyo del gobierno, tanto en depósitos, fondos de administración y transferencias presupuestarias, como en aportes de capital. El soporte estatal futuro está sujeto a la situación de la caja fiscal que actualmente tiene una

estrecha liquidez, así como a las prioridades que definan las políticas monetarias, cambiarias y crediticias.

1.2.4.3 Productos y servicios

- ✓ Operaciones crediticias: Incluyen crédito a personas naturales y jurídicas, créditos a gobiernos autónomos descentralizados, crédito a fideicomisos, crédito a cooperativas, crédito a organizaciones sociales, redescuentos de cartera.
- ✓ Captaciones Financieras: Incluye cuentas de ahorro y fondos de garantía.
- ✓ Comercio Exterior
- ✓ Financiamiento bursátil

1.3 Tendencias actuales de productos y servicios financieros

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

En el mundo globalizado en el que estamos inmersos todas las sociedades nos encontramos en la búsqueda de nuevos procesos que nos faciliten en cierta medida realizar actividades en menor tiempo, es por eso que el sistema financiero ha visto la necesidad de implementar innovaciones tecnológicas que dinamicen los procedimientos interbancarios masificando las tecnologías de comunicación vinculadas al internet y a la telefonía celular.

Por tal razón, las instituciones financieras utilizan la infraestructura de la Web 2.0, porque se encuentra relacionada con nuevas tecnologías que han hecho que sea más asequible publicar información y compartirla con otros sitios Web, para que cualquier persona que no tenga dominio en esta programación pueda acceder sin complicaciones.

Las entidades bancarias han realizado grandes inversiones para el mejoramiento y profesionalización de servicios automatizados, pues de esta manera afianzan su imagen institucional y su competitividad en el mercado y apertura a negociaciones a nivel internacional.

Esta modalidad relaciona al cliente directamente con máquinas y reduciendo el contacto con personas, costos y tiempos en las operaciones, con esto aumenta la seguridad de los movimientos financieros y potencia a gran escala los servicios institucionales.

1.3.2 Canales de provisión de servicios financieros

Los bancos proveen servicios financieros mediante una variedad de mecanismos, entre las que podemos citar: sucursales bancarias, cajeros automáticos (ATMs)¹, banca por Internet, banca telefónica, banca celular y corresponsales no bancarios, en los que se puede realizar consulta de saldos, actualización de libretas de ahorro, la obtención o cambio de contraseñas, los depósitos en efectivo o en cheque, el envío de remesas al extranjero, la recarga de tarjetas electrónicas, el pago de servicios públicos, etc., cabe recalcar que no todos los servicios disponibles en nuestro país son usados.

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

La banca ha realizado importantes inversiones en tecnología y en recursos humanos para modernizar la infraestructura y proveer óptimos canales de distribución que facilitan el acceso y el uso de productos bancarios.

Sin embargo, tantos avances causan ciertos riesgos, sobre todo en lo concerniente a las ventajas reales de los usuarios y en la accesibilidad a los servicios bancarios por internet, ya que muchos de los procedimientos y servicios son asumidos como necesarios e inevitables y sus costos forman parte del cobro de los bancos e instituciones financieras, lo que debería ser inversamente proporcional, ya que si bien es cierto que ha existido una gran inversión inicial pero poco a poco han ido disminuyendo sus gastos operativos y esto debería repercutir directamente en la reducción de los costos de los servicios.

La falta de información en la sociedad sobre las reales necesidades alrededor de una cuenta transaccional puede degenerar en la contratación de servicios

¹ ATM – Siglas en inglés que significa Automatic Teller Machine: máquina expendedora usada para realizar transacciones bancarias

en forma desfavorable o en el abuso en el nivel de las tarifas.

Es por tanto una necesidad de los usuarios y una obligación de la banca proyectar las ventajas y comodidades de los servicios ofrecidos y desarrollados, así como sus posibles inconvenientes, convirtiéndose en un reto de la banca y de la política pública lograr que la población cuente con una mayor educación financiera que le permita modificar algunos patrones de comportamiento.

Con la reforma al artículo 201 de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, se dio un paso importante al controlar y clarificar las tarifas reales. Así, todo lo que el usuario pague en el banco debe tener una contraprestación.

CAPÍTULO II:

2. Análisis situacional del sistema financiero ecuatoriano. Una perspectiva desde la oferta por plaza

- **Introducción**

El sistema financiero ecuatoriano se encuentra compuesto por instituciones financieras privadas, instituciones financieras públicas, cooperativas, mutualistas, sociedades financieras, entidades que se encuentran bajo el control de la Superintendencia de Bancos, “constituyéndose los bancos en el eje central, ya que cubren con más del 90% las operaciones a nivel total del sistema”, esto se debe en gran parte por la infinidad de servicios ofrecidos a sus depositantes, el avance tecnológico, la implantación de nuevas regulaciones que son menos liberales bajo una fuerte supervisión que avanza permanentemente. El uso de herramientas de control de riesgos bancarios validadas internacionalmente, ha hecho posible que se confíe en un sistema financiero sólido y eficiente. Es importante mencionar que la plaza Quito es una muestra que refleja de mejor manera la evolución del sistema financiero.

Para el presente capítulo realizaremos un análisis del sistema financiero según las plazas asignadas para el estudio del proyecto siendo la composición de cada subsistema de la siguiente manera:

Tabla No. 1
SISTEMA FINANCIERO LOCAL

BANCA PRIVADA	1. Amazonas	12. Litoral	COOPERATIVAS	1. 23 de Julio	10. COOPCCP
	2. Austro	13. Loja		2. 29 de Octubre	11. Cooprogreso
	3. Bolivariano	14. Machala		3. Alianza del Valle	12. Cotocollao
	4. Capital	15. Pacífico		4. Andalucía	13. El Sagrario
	5. Citibank	16. Pichincha		5. Atuntaqui	14. Pablo Muñoz Vega
	6. Cofiec	17. Procredit		6. CACPECO (Coop. Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Cotopaxi)	15. Riobamba
	7. Del Bank	18. Produbanco		7. Cámara de Comercio de Ambato	16. San Francisco de Asís
	8. Finca	19. Proamérica		8. Codesarrollo	17. Santa Rosa
	9. Rumiñahui	20. BP Solidario		9. COOPAD (Coop. Amistad)	
	10. Guayaquil	21. Sudamericano			
	11. Internacional	22. Unibanco			
SOCIEDADES FINANCIERAS	1. Diners	2. Unifinsa	BANCA PUBLICA	1. Imbabura	
	3. Leasing Corp.	4. Vazcorp		2. Pichincha	
				1. Banco Ecuatoriano de la Vivienda	
			2. Banco Nacional de Fomento		
			3. Corporación Financiera Nacional		

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros
Elaboración: María Teresa Oña / Lucía Yépez

En base a la distribución establecida procederemos a calcular los niveles de captaciones y colocaciones para nuestra plaza, es importante saber cómo los subsistemas contribuyen al desarrollo local y nacional, facilitando cada vez más el uso de productos y servicios financieros, para lo cual el sistema financiero está realizando todos los esfuerzos hacia la masificación y modernización de los mismos, permitiendo la inclusión de más ecuatorianos en el sistema financiero, por lo cual la cobertura se ha extendido durante los últimos 5 años, siendo su principal prioridad las micro finanzas y el microcrédito. El sistema financiero ha intentado mantener los niveles de profundización y bancarización por lo que es necesario políticas que estimulen el crecimiento sostenido del sector.

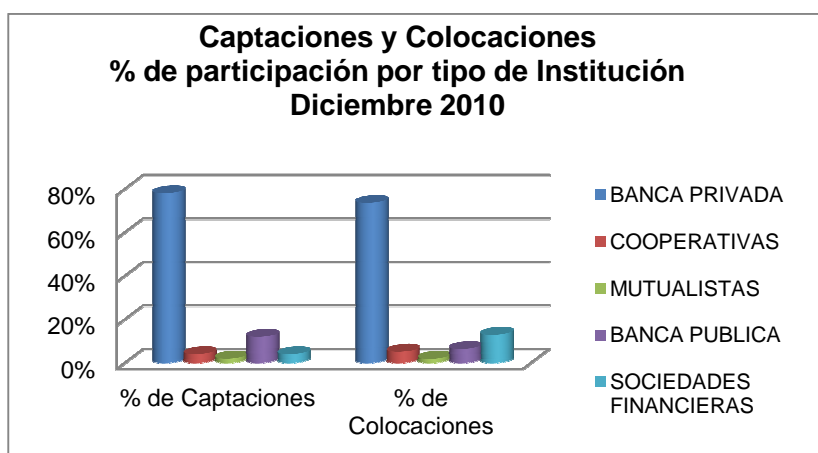
2.1 El sistema financiero local

El sistema financiero local, para nuestro caso, está compuesto por la muestra establecida de instituciones financieras que operan en el cantón Quito, siendo esta una forma de particularizar el estudio y entender el desarrollo del sistema financiero

desde lo particular hacia lo general. Es así que como parte de un todo, la plaza Quito está conformada por las instituciones financieras mencionadas en la tabla No. 1, de esta muestra es necesario analizar la evolución de sus captaciones y colocaciones entre los años 2008, 2009 y 2010; información que será tomada de la página oficial de la Superintendencia de Bancos. El sistema Financiero como tal es el encargado de facilitar la intermediación financiera entre el público y la propia entidad, siendo su objetivo fundamental canalizar el ahorro hacia la inversión.

A manera de ilustración vamos a graficar la participación de los diferentes subsistemas tanto a nivel de captaciones² como de colocaciones³ lo que nos va ayudar a entender el funcionamiento del sistema financiero local evidenciándose una marcada diferencia entre la banca privada y los demás subsistemas.

Gráfico No: 01



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros (Anexo 1)
Elaboración: María Teresa Oña / Lucía Yépez

Mediante la gráfica, se evidencia que los valores y participación de las instituciones que conforman el sistema financiero local en la captación y colocación de los recursos financieros a diciembre del 2010, la banca privada abarca en promedio cerca del 77% entre captaciones y colocaciones, esto se debe a que la banca privada tiene mayor número de entidades financieras y mayor cobertura, en esta muestra tenemos 22 bancos privados, mientras que para los demás subsistemas suman en total 27 entidades financieras.

² **Captaciones:** Son aquellas operaciones por las que el banco recibe o recolecta dinero de las personas.

³ **Colocaciones:** En el caso del negocio bancario, las colocaciones son los préstamos de dinero que el banco hace a sus clientes.

Para el caso de la Banca Pública presenta una tendencia de crecimiento con un nivel del 12% en sus captaciones y del 6% en sus colocaciones, lo que evidencia, que la banca pública ha dirigido todos sus esfuerzos hacia la cooperación y el desarrollo tratando de extender sus servicios y enfocar sus esfuerzos a competir sanamente frente a la oferta de la banca privada.

Las cooperativas mantienen una posición constante de crecimiento en el Sistema Financiero, presentan un promedio del 5% entre captaciones y colocaciones, destinando la mayor parte de sus colocaciones hacia la microempresa y el consumo, siendo uno de los subsistemas que busca fortalecer la articulación de redes de desarrollo, aprovechando las fortalezas de cada localidad donde inician sus operaciones.

Las Mutualistas presentan una constante del 2% entre captaciones y colocaciones, estas instituciones combinan el negocio inmobiliario y el financiero, lo que genera riesgos adicionales en comparación con los otros actores financieros, esto ha limitado su participación dentro del sistema financiero.

Las sociedades financieras poseen un alto nivel de colocaciones del 13% a comparación de 4% de sus captaciones. Siendo importante mencionar que el comportamiento de las colocaciones de “la banca privada y las sociedades financieras se diferencian de los demás intermediarios financieros, por la elevada proporción de sus fondos disponibles que mantienen en entidades financieras del exterior.⁴ Esto explica claramente el por qué los diferentes niveles en las colocaciones dentro del sistema financiero creando un comportamiento diferente por tipo de institución.

2.2 Evolutivo de captaciones

Dentro del evolutivo de captaciones en los párrafos posteriores analizaremos el nivel de captaciones de la plaza Quito por tipo de depósitos y a nivel de cada subsistema, sin antes revisar el comportamiento del sistema financiero local en estudio, es importante revisar la evolución de todo el sistema nacional, para lo cual partimos de

⁴Wilma Salgado, (noviembre de 2010). *Banca de desarrollo en el Ecuador*[En línea]. Impreso en Naciones Unidas, Santiago de Chile: Disponible en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/0/41500/lc3260pe.pdf> [Consulta 05- 09-2011]

la información presentada en uno de los estudios de la Superintendencia de Bancos. “Las captaciones del público que constituyen el fondeo para la intermediación del sistema financiero tuvieron caídas empinadas durante la crisis internacional. En el año 2009, el sistema de mutualistas fue el que reflejó el mayor impacto de la referida crisis, ya que presentó una caída en las captaciones del 21% en 2008 y de 7% en 2009. Las sociedades financieras tuvieron una caída de 4% en el mismo año. En cambio la banca pública tuvo un aumento en sus depósitos del 169% como parte de las medidas económicas para incentivar la producción y el empleo.”⁵

Se observa claramente la incidencia de la Banca privada frente a los demás subsistemas que integran el Sistema Financiero, a pesar de las circunstancias negativas por las que atravesaron debido a la crisis financiera internacional acontecida entre el 2008 – 2009 donde se denotó la contracción en el precio del petróleo y remesas lo que afectó en primera instancia la balanza comercial para luego incidir en la caída de los depósitos bancarios ocasionada por la salida de divisas. Actualmente el sistema financiero está logrando crecer de manera constante generando mayores índices de confiabilidad y de participación activa en el desarrollo de la economía ecuatoriana, cabe mencionar que el gobierno ha venido aplicando políticas fiscales que incentiven de alguna manera el ahorro y la inversión.

2.2.1 Por tipo de depósito

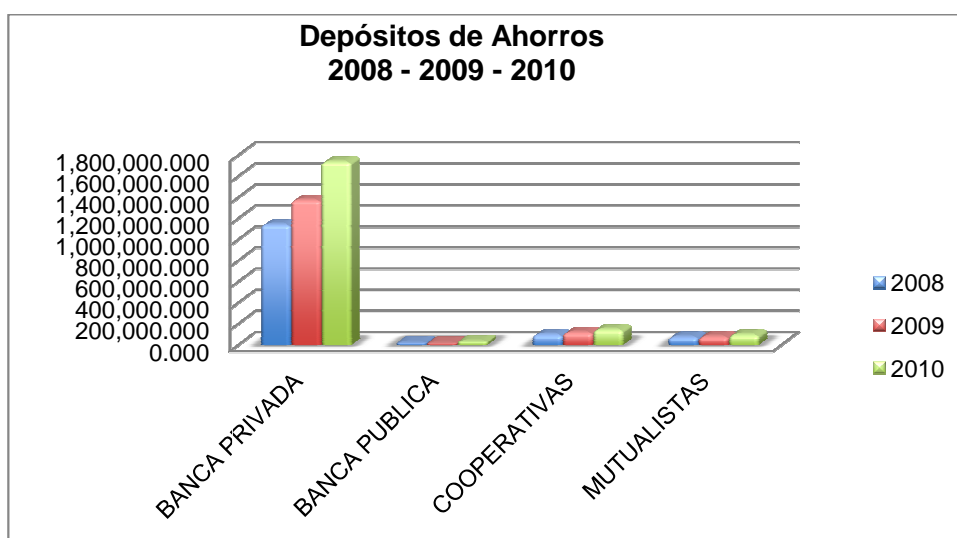
Los intermediarios financieros se encargan de captar depósitos del público para luego prestar a los demandantes de estos mismos recursos, los depósitos pueden ser clasificados de acuerdo al plan de cuentas establecido por la entidad reguladora, siendo así que se clasificó la información obtenida de la página de la Superintendencia de Bancos para cada subsistema⁶ donde hemos considerado tres grupos de cuentas importantes tales como: los depósitos a la vista que son aquellos que se realizan en cuentas de ahorro y pueden ser retirados presentando una libreta o por medio de una tarjeta de cajero automático, depósitos monetarios aquellos que se realizan en cuentas corrientes, los recursos pueden ser retirados por los titulares

⁵Prensa Presidencial, El Ciudadano, (2010) *Gobierno presentó medidas económicas para incentivar la producción y el empleo*, [En línea]. Quito, Disponible en:http://www.elciudadano.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=5181:gobierno-presento-medidas-economicas-para-la-produccion-y-el-empleo&catid=3:economia, [Consulta 05- 09-2011]

6. Cada una de las partes que hacen un todo al Sistema Financiero, poseen objetivos comunes relacionados a las actividades financieras

en forma inmediata ya sea mediante la presentación de un cheque u otros medios electrónicos, depósitos a plazos aquellos que serán exigidos luego de un período especificado generalmente mayor a 30 días, estos ganan un interés mayor en relación a las cuentas de ahorro debido a que quedan inmovilizados para el depositante durante un plazo acordado. Toda esta información se pudo clasificar de todos los subsistemas para la plaza Quito que es parte del sistema financiero nacional. A continuación observaremos una manera más didáctica de la evolución de los depósitos.

Gráfico No: 02



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros (ver anexo 2) - En miles de dólares
Elaboración: María Teresa Oña / Lucía Yépez

Las captaciones de ahorro presentan una tendencia positiva entre los años 2008 al 2010, en la banca privada paso de 1.145 millones de dólares en el 2008 a 1.740 millones de dólares en el 2010 aumentando en promedio 500 millones lo que hace ver la evolución de la economía con mayor nivel de liquidez en el mercado. Siendo siempre la Banca privada la que concentra el mayor nivel de captaciones debido al número de instituciones que la conforman aunque dentro de esta misma conformación existe una marcada diferenciación entre bancos grandes, medianos y pequeños, para nuestro sistema financiero local la banca privada representa el 46% de la muestra en estudio lo que explica de mejor manera porque la banca privada posee mayores niveles de captaciones.

Las cooperativas de ahorro están evolucionando de manera positiva captando 101.909 millones de dólares al 2008, llegando a 149.838 millones en el 2010 lo que

evidencia el aumento en el nivel de confianza de los depositantes hacia este tipo de instituciones.

La Banca pública al 2010 registro 40.06 millones en captaciones por lo cual se debe incentivar y lograr una banca pública que genere mayor aceptación y que se trabaje de manera interinstitucional entre todas las entidades que forman parte de la Banca Pública.

Tabla No. 2
DEPÓSITOS A PLAZO
(miles de dólares)

SUBSISTEMA	2008		2009		2010	
BANCA PRIVADA	2.210.674,48	79,92%	2.108.809,51	60,06%	2.086.340,60	56,12%
BANCA PUBLICA	102.374,50	3,70%	950.534,70	27,07%	1.009.074,14	27,14%
COOPERATIVAS	75.004,48	2,71%	107.468,27	3,06%	159.733,50	4,30%
MUTUALISTAS	86.845,18	3,14%	80.990,71	2,31%	98.537,77	2,65%
SOC. FINANCIERAS	291.312,25	10,53%	263.148,60	7,50%	364.095,00	9,79%
TOTAL	2.766.210,89	100,00%	3.510.951,79	100,00%	3.717.781,01	100,00%

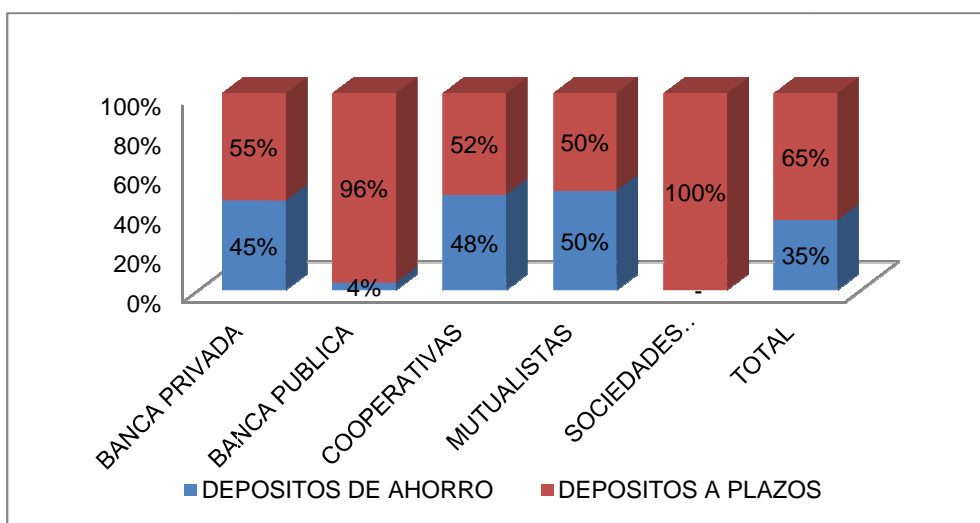
Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros
Elaboración: María Teresa Oña / Lucía Yépez

Entre los depósitos a plazo, los clientes determinan previamente el tiempo que colocarán su dinero en la entidad financiera que ha ofrecido mayor rendimiento por los mismos, siendo esta opción un mecanismo de inversión que promete una **rentabilidad segura**. Mediante la tabla podemos observar que para el año 2009 todos los subsistemas presentaron una disminución considerable en los depósitos a plazo a excepción de las cooperativas que presentan un crecimiento durante los tres años de referencia, para el 2010 el panorama parece mejorar en todo el subsistema.

El 2008 y 2009 fueron años donde la crisis financiera internacional repercutió sobre la economía ecuatoriana, tiempo en el cual el papel de las cooperativas fue trascendental, ya que a pesar de la crisis evolucionaron positivamente como consecuencia de las políticas financieras que implantaron para que el cliente fomente el ahorro y sea más accesible y ágil la obtención de un crédito por otro lado; la banca pública ha mejorado su participación gracias a las políticas gubernamentales las cuales han inyectado capital a la banca pública para regular y asegurar su crecimiento dentro del sistema bancario, ya que al 2008 solamente alcanzo el 0.4% pero a consecuencia de los incentivos del gobierno suscita un incremento al 2010 colocándose con un 30% de participación del total de depósitos a plazo de ese año.

Es importante analizar los plazos de los depósitos, y graficar de alguna manera el comportamiento del sistema financiero local en cuanto a depósitos a plazo y depósitos de ahorro, siendo importante indicar que de manera general la mayor parte de los depósitos del sistema financiero está concentrado en los depósitos a la vista (ver gráfico Nro. 03) en nuestro caso solo tomamos los depósitos de ahorro, cuenta que está dentro de los depósitos a la vista , pero las cifras totales confirman esta tendencia, lo que incide directamente sobre los plazos concedidos en los créditos, además se observa que la banca pública y las sociedades financieras manejan la mayor parte de las captaciones a plazo, explicado de alguna manera porque en la banca pública se manejan cuentas de la mayor parte de instituciones del estado; en cuanto a las sociedades financieras tienen la totalidad de los depósitos a plazos esto se debe a que realizan sus captaciones tanto interna como externamente y apoyan de manera directa o indirecta a las empresas siendo así los fines de sus naturaleza, es por eso que la banca pública y sociedades financieras poseen capacidad de conceder créditos con mayores plazos. Estos datos denotan una de las debilidades del sistema financiero pues al ser los depósitos a la vista el de mayor porcentaje es claro que estos se transforman en créditos de corto plazo lo que imposibilita que se observe una verdadera maduración a nivel de las inversiones pues para esto se requiere de un plazo mayor, siendo indispensable que el sistema financiero y el gobierno trabajen por incentivar el ahorro con marcos regulatorios consecuentes.

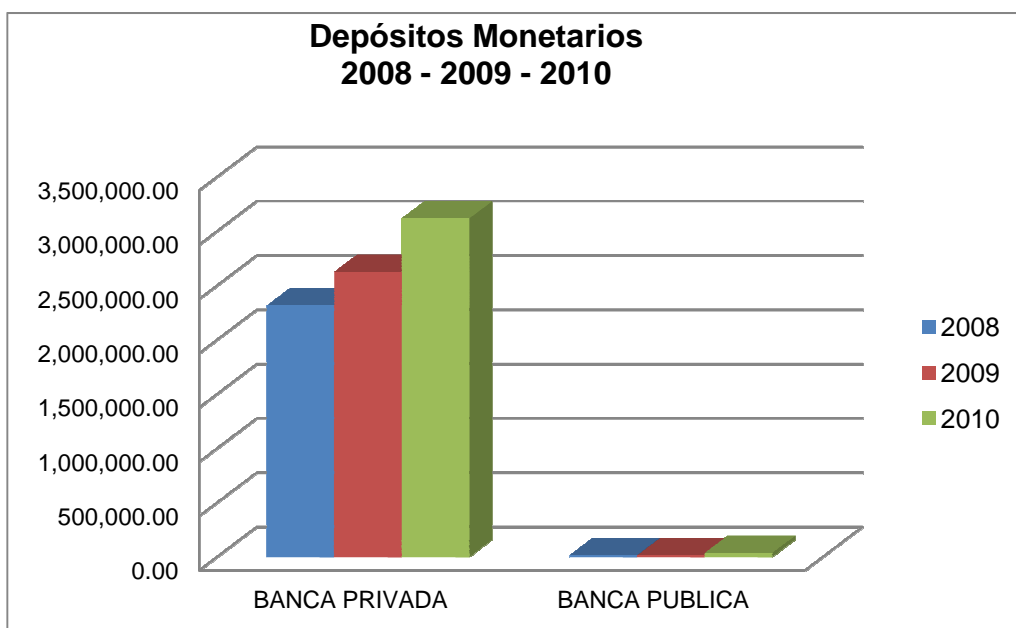
Gráfico No: 03
DEPÓSITOS DE AHORRO VS DEPÓSITOS A PLAZOS



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros (ver anexo 3)

Los Depósitos Monetarios aquellos en que los bienes depositados pueden ser solicitados por el depositante en cualquier momento a través de cheques. Considerando la definición entendemos el por qué solo la banca privada y la banca pública poseen valores en esta cuenta. La banca privada registro al 2008, 2.210 millones de dólares y al 2010 registra 2.086 millones, siendo importante estas cifras ya que representan el 99% del total en depósitos monetarios lo que indica el alto porcentaje de participación de la banca privada; la banca pública capta el 1% restante siendo indispensable promover y facilitar la inclusión y descentralización financiera que es un desafío en innovación de productos, servicios y tecnologías crediticias, que se conviertan en mecanismos que incentiven el desarrollo de la banca en general y por ende que disminuyan los riesgos para evitar crisis bancarias como las sucedidas en el año 99.

Gráfico No: 04
(miles de dólares)



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros (Ver Anexo 3)
Elaboración: María Teresa Oña / Lucía Yépez

2.2.2 Por subsistemas

Anteriormente analizamos las captaciones por tipo de depósitos ahora nos centraremos a observar el comportamiento de cada subsistema tratando de establecer diferencias y cualidades que contribuyen a la evolución dinámica del sistema en conjunto.

Apoyados del cuadro se establece que los valores y porcentajes de participación del sistema financiero local, en cuanto a la banca privada manifiesta una tendencia alta hasta el 2008 llegando al 87% para el 2009 y 2010 se observa un proceso de estabilización en sus captaciones, es relevante el peso de la banca privada aunque la banca pública ha evolucionado de manera positiva debido al apoyo del gobierno nacional, hasta el 2008 tenían un porcentaje de participación del 3% pero creció en 10 puntos en un año y con tendencia a seguir el mismo comportamiento durante los próximos años. Las Cooperativas, Mutualistas y Sociedades Financieras presentan un comportamiento estable destacándose las cooperativas, que cada vez adquieren mayor confianza de los depositantes por lo que han representado fuentes de inversión sobre todo a nivel local fomentando la producción y el empleo. Cabe indicar que uno de los termómetros más importantes que mide la recuperación de la economía es el incremento de los depósitos, ya que son un indicador natural para saber la cantidad de dinero que se maneja en la economía. “En el caso ecuatoriano este índice se vio potenciado por la mejora productiva en cada uno de los sectores económicos, además por el retorno de la inversión pública a la dinamización de la economía”⁷.

Tabla No. 03

**Captaciones del Sistema Financiero Plaza Quito
(miles de dólares)**

CAPTACIONES	DIC. 2008	% de participación	DIC. 2009	% de participación	DIC. 2010	% de participación
BANCA PRIVADA	5.749.349,71	87%	6.236.688,19	79%	7.109.319,52	78%
COOPERATIVAS	193.175,74	3%	243.181,12	3%	322.035,62	4%
MUTUALISTAS	167.382,32	3%	164.805,66	2%	199.470,49	2%
BANCA PUBLICA	183.571,61	3%	1.029.725,03	13%	1.129.536,43	12%
SOCIEDADES FINANCIERAS	291.312,25	4%	263.148,61	3%	366.713,30	4%
A: TOTAL CAPTACIONES.	6.584.791,629	100%	7.937.548,601	100%	9.127.075,358	100%

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros
Elaboración: María Teresa Oña / Lucía Yépez

⁷ Investigación Ekos; Econestad. (2011). Análisis del sector financiero Ecuador 2011. *Revista Ekos* 204 (1), 28-62.

2.3 Evolutivo de colocaciones

En lo relativo a las colocaciones de nuestra plaza Quito lo analizaremos de acuerdo al tipo de cartera y la concentración de las mismas a nivel de cada subsistema. Para entender mejor dicha desagregación revisaremos que a nivel del Sistema Financiero, las colocaciones son los préstamos de dinero que el banco hace a sus clientes y dentro de cada subsistema la cartera se clasifica en Cartera Comercial, de Consumo, Vivienda y Microempresa.

Para aclarar la evolución de las colocaciones vamos a tomar datos importantes mencionados en el Informe Sectorial publicado por **PCR** (Pacific Credit Rating) a diciembre del 2010. Siendo así que nos explica que luego de un largo periodo de crecimiento constante de las colocaciones comprendidas entre los años 2005-2008, el 2009 tras la crisis económica internacional se evidenció la reducción en los niveles de crecimiento de la cartera de crédito. Para el año 2010 se da una recuperación paulatina en las colocaciones como efecto de un mejor contexto económico en dicho año, con una menor incertidumbre los depositantes demandaron mayores niveles de crédito sobre todo a nivel de banca privada siendo los créditos de la cartera comercial los de mayor incidencia pues representa el 45.55% de la cartera de crédito bruta, seguida por la cartera de consumo con un 32.76%, la cartera de vivienda mostró un ligero crecimiento ubicándose en un 12.91%, es importante destacar el avance la cartera micro empresarial a partir del año 2005 siendo en este año un 6.51% de la cartera bruta, entre el 2009 – 2010 se produjo un crecimiento del 17.81% observando que a diciembre del 2010 tuvo un 8.79% de participación dentro de la cartera bruta, ratificando así el crecimiento de la cartera dirigida a la microempresa creciendo en una tasa promedio del 23.80% entre el periodo (2005-2010); además que es importante conocer que la cartera de microempresa mostró un comportamiento singular en cuanto a los niveles de morosidad ya que a pesar de la crisis económica del 2009 no mostró un crecimiento y posee una tendencia a disminuir dichos niveles lo que hace concluir que la microempresa es uno de los segmentos mejor dirigidos.

Como conclusión podemos indicar que los subsistemas financieros que manejan y estimulan los diferentes tipos de cartera deben tomar en cuenta que para que pueda “elevar la magnitud de sus colocaciones de crédito, debe elevar a la par su patrimonio” (Investigación Ekos; Econestad, abril 2011, pág. 37), recordando siempre manejar una sensatez crediticia ante todo.

2.3.1 Por tipo de cartera

De manera general podemos indicar que se confirma las tendencias nacionales ya que la Banca Privada es aquella que posee mayor número de clientes, mayor nivel de captaciones y colocaciones siendo la cartera comercial la de mayor incidencia a pesar de la crisis se han logrado equilibrarse siendo que el 2008 tuvo un porcentaje de participación del 36.89%, al 2009 posee un 33.9% y al 2010 un 35.22% reflejándose una recuperación paulatina de las colocaciones derivado de un mejor contexto económico, donde se reactivó la demanda de crédito por la disminución de la incertidumbre. La cartera de créditos de la banca privada creció de 3.769.887,78 millones en diciembre del 2009 a 4.414.163,37 millones en el 2010 lo que representa un crecimiento del 17.02%. La cartera de consumo pasó del 22.28% en el 2008 al 23.65% a diciembre del 2010, la de vivienda tras la crisis presenta una tendencia de crecimiento debido a los incentivos del gobierno ya que en el 2009 llegó al 10.64% llegando al 10.80% a diciembre del 2010 y la microempresa de 3.69% en el 2009 a un 3.95% en el 2010. En la banca privada ecuatoriana el crédito sigue expandiéndose sostenidamente, lo que es confirmado y reflejado en la tendencia de los últimos cinco años, dentro de los cuales el volumen de la cartera de crédito ha crecido considerablemente con el compromiso firme de promover el desarrollo de sus servicios financieros y así continuar dinamizando y fortaleciendo la economía del país.

La segunda en importancia es la banca pública que posee una cartera comercial del 2.65% en el 2008 y al 2010 alcanza el 5.89%, la cartera de vivienda de un 0.09% en el 2009 llega a un 0.18% al 2010, las demás carteras muestran un ritmo de crecimiento constante, gracias a los estímulos recibidos por parte del gobierno lo que le da una marcada participación en el sistema financiero, aunque existen factores que deben mejorar y así potenciar de manera uniforme a toda la banca pública.

Dentro de las cooperativas vemos que las carteras más importantes son la cartera consumo que al 2008 era del 1.60% llegando al 2010 al 2.21%, la cartera microempresa del 1.37 % en el 2008 al 2.13% en el 2010, las carteras comercial y de vivienda también están siendo impulsadas año tras año, observándose un crecimiento sostenido en sus colocaciones. Las cooperativas reguladas han crecido durante estos últimos tiempos, debido a que muchas veces las cooperativas llegan a los segmentos donde los bancos no, ubicándose en sitios donde los clientes optan por una cooperativa por no poder cumplir los requisitos que los bancos les exigen.

Las mutualistas poseen un crecimiento más conservador y e incluso pareciera que están limitándose los niveles de colocación siendo necesario una reactivación para que puedan competir con los demás subsistemas.

Las sociedades financieras poseen una alta cartera de consumo en promedio del 12%, seguida por la cartera comercial con poco incentivo hacia la cartera de vivienda, pero encamina a pasos seguros y sigue manteniéndose estable en el mercado financiero.

Tabla No. 04
Colocaciones del Sistema Financiero Plaza Quito
(miles de dólares)

COLOCACIONES	DIC. 2008	% de participación	DIC.2009	% de participación	DIC. 2010	% de participación
BANCA PRIVADA						
CARTERA COMERCIAL	1.982.040,53	36,89%	1.854.619,82	33,90%	2.111.409.266,70	35,22%
CARTERA DE CONSUMO	1.196.856,78	22,28%	1131612,41	20,69%	1.418.045.972,11	23,65%
CARTERA VIVIENDA	728.028,15	13,55%	581986,08	10,64%	647.641.084,91	10,80%
CARTERA MICROEMPRESA	248.293,59	4,62%	201669,47	3,69%	237.067.042,34	3,95%
COOPERATIVAS						
CARTERA COMERCIAL	2.286,90	0,04%	2565,75	0,05%	2.164.170,47	0,04%
CARTERA DE CONSUMO	85.939,91	1,60%	107436,86	1,96%	132.681.905,98	2,21%
CARTERA VIVIENDA	23.762,00	0,44%	31580,75	0,58%	43.428.606,58	0,72%
CARTERA MICROEMPRESA	73.427,77	1,37%	111658,61	2,04%	127.642.893,59	2,13%
MUTUALISTAS						
CARTERA COMERCIAL	17.043,58	0,32%	21284,7	0,39%	21.176.158,23	0,35%
CARTERA DE CONSUMO	14.911,28	0,28%	17505,61	0,32%	49.810.812,15	0,83%
CARTERA VIVIENDA	63.968,65	1,19%	50450,55	0,92%	42.372.231,11	0,71%
CARTERA MICROEMPRESA	116.118,80	2,16%	433.582,00	7,93%	439.150,08	0,01%
BANCA PUBLICA						
CARTERA COMERCIAL	142.290,68	2,65%	254935,31	4,66%	353.360.097,54	5,89%
CARTERA DE CONSUMO	1.540,80	0,03%	877,31	0,02%	1.040.554,69	0,02%
CARTERA VIVIENDA	-		4897,14	0,09%	10.695.842,54	0,18%
CARTERA MICROEMPRESA	12.261,00	0,23%	14494,92	0,26%	20.559.254,97	0,34%
SOCIEDADES FINANCIERAS						
CARTERA COMERCIAL	17.456,30	0,32%	19435,88	0,36%	38.188.943,73	0,64%
CARTERA DE CONSUMO	644.749,96	12,00%	627087,39	11,46%	734.984.222,64	12,26%
CARTERA VIVIENDA	2,25	0,00004%		0%	-	0%
CARTERA MICROEMPRESA	1.826,31	0,03%	2997,79	0,05%	2.494.729,15	0,04%
B: TOTAL COLOCACIONES.	5.372.805,24	100,00%	5.470.678,35	100%	5.995.202.939,51	100%

Cabe mencionar que el sistema financiero nacional a pesar de las diferentes crisis ha demostrado una enorme capacidad de diversificar su cartera en todo tipo de negocio desde créditos de comercio hasta créditos para la microempresa y la vivienda, pero aún se debe tratar de canalizar más apoyo a las actividades productivas.

2.3.2 Por subsistema

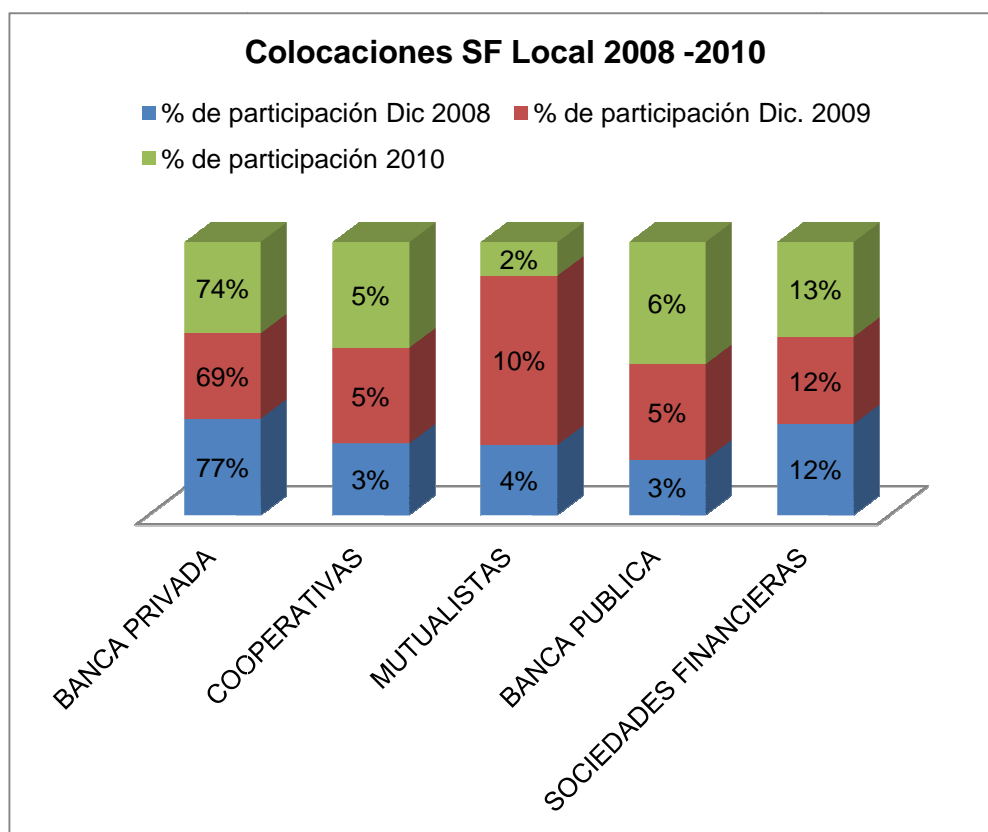
Dentro de las colocaciones por subsistemas observamos que la Banca privada alcanzó un repunte al 2008 concediendo el 77% de los créditos, seguida por las sociedades financieras que colocaron 12% de las colocaciones en ese mismo año, para las cooperativas, mutualistas y banca pública tuvieron una participación de entre el 3% y 4%.

En el 2009 se observa distinta evolución por subsistema ya que la banca privada disminuyó sus niveles de participación a un 69%, las sociedades financieras se mantuvieron estables, las mutualistas subieron más de 5 puntos en su participación, las cooperativas y banca pública presentan una tendencia de crecimiento sostenido al aumentar su participación al 5%.

Al 2010 se observa el crecimiento de la Banca Privada alcanzando un 74%, lo que significa que son 5 puntos más en relación al 2009, las sociedades financieras siguen su crecimiento alcanzando un 13% de participación, es importante como la banca pública sigue aumentando su participación llegando al 6%, las cooperativas también son un buen referente de competencia llegando al 5% de participación, las mutualistas decaen y solo representan un 2% de participación en relación a la cartera total del 2010.

A manera de conclusión podemos indicar que el Sistema Financiero representa un eje fundamental para mejorar sobretodo la industria en el Ecuador siendo así que necesitamos una práctica real y comprometida de todo el sistema financiero para fomentar la producción, la creatividad y sobretodo brindar fuentes de trabajo. Se sabe que existen proyectos en una etapa naciente tanto en el sector público como en el privado siendo lo importante que se fomente de cualquiera de los dos lados este tipo de iniciativas con miras a un objetivo social que encamine al Ecuador a ser un país productivo y competitivo.

Gráfico No: 05



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros (Ver Anexo 04)
Elaboración: María Teresa Oña / Lucía Yépez

Es innegable que el financiamiento bancario genera desarrollo productivo por lo que se está fomentando con más fuerza el desarrollo del sector productivo, enfrentando la banca una intervención financiera cambiante. Su permanente evolución ha permitido que a ésta se agreguen nuevos conceptos e instrumentos que fomenten el crecimiento industrial, agrícola y pecuario, a través de la canalización del ahorro privado hacia el financiamiento de proyectos de inversión y de crédito para el capital de operación y otros fines productivos. Siendo importante la implementación de segmentos crediticios enfocados a pequeñas y medianas empresas, inclusive se ha abierto la posibilidad de “que jóvenes sin historial crediticio, microempresarios y emprendedores puedan desarrollar proyectos innovadores y productivos, bajo el paraguas del financiamiento bancario”⁸.

2.4 Productos y servicios financieros. Tipos y costos

De acuerdo con lo que establece la Constitución de la República del Ecuador las personas tienen la libertad de elegir bienes y servicios de óptima calidad, y tener

⁸Asbp, (2011, julio). El financiamiento bancario genera desarrollo productivo. *Boletín informativo de la asociación de bancos privados del Ecuador No 012.*

información precisa sobre su contenido y características, para lo cual la Junta Bancaria establece las tarifas máximas que las entidades financieras pueden cobrar en los diferentes servicios que ofrecen y que la Superintendencia de Bancos autorizará previamente los servicios a ser aceptados y recibidos.

La Junta Bancaria determinará trimestralmente tanto los listados de las transacciones básicas que por su naturaleza son gratuitas como: apertura de cuentas corrientes, de ahorros, de inversión, consulta de saldos en oficina, de forma visual, internet, banca electrónica, cancelación o cierre de cuentas, retiros de dinero por ventanilla, entre otras; así como, los servicios financieros que se encuentran sujetos a las tarifas máximas establecidas, las mismas que se encuentran en diferentes rangos dependiendo de la institución financiera, como podemos revisar en el siguiente cuadro.

Tabla No. 05
Productos financieros

		TARIFAS REFERENCIALES			
Productos financieros	Captación	Cuenta de ahorro	0 - 3,00%		
		Cuenta corriente	0 - 0,50%		
		Inversión	Pólizas acumulación	0 - 6,50%	
		Crédito consumo		16,30%	
		Crédito comercial		8,95% - 11,83%	
		Crédito vivienda		10,75% - 11,33%	
	Colocación	Microcrédito		22,50% - 30,5%	
		Vehículos		15,15% -16,30%	
		Tarjeta crédito	Visa		16,30%
			American Express		16,30%
			Diners Club		16,30%
			Master Card		16,30%
			Otras		16,30%

Fuente: Junta Bancaria e Instituciones del Sistema Financiero

Tabla No. 06
Servicios financieros

		TARIFAS REFERENCIALES	
Servicios financieros	Transf.	Transferencias bancarias misma entidad	\$ 0,00
		Transferencia interbancarias enviadas	\$ 0,30
		Transferencia interbancarias recibidas por internet	\$ 0,50
	Giros	Giros nacionales a otras entidades oficina	\$ 2,00
		Giros internacionales	Desde \$14,50 - \$55,49
	Pagos a terceros	Pago Servicios básicos	Desde \$ 0,35 a \$ 1,00
		Pago matrícula centros educativos	Desde \$ 0,50 a \$ 1,00
		Interbancarios	\$ 0,50
		Aportes patronales	Desde \$ 0,35
		Impuestos SRI	Desde \$ 0,30 a \$ 0,75
		Matriculación vehicular	\$ 0,50
	Varios	Pago nómina empleados	\$ 0,30
		Cheques devueltos del exterior	\$ 3,24
		Cheques gerencia	\$ 2,50
		Cheques certificados	\$ 2,00
		Referencia bancaria	\$ 2,65
	Otros	Casilleros de seguridad	Desde \$ 40,00 a \$ 90,00
		Garantías y avales locales	4,00%
		Emisión tarjetas de débito	\$ 5,15
		Consumo en gasolineras con tarjetas de débito y/o tarjetas de crédito	\$ 0,26

Fuente: Junta Bancaria e Instituciones del Sistema Financiero

Todas las instituciones financieras se encuentran a la par, ya que los productos y servicios dependen de la oferta y la demanda, siendo el cliente quien decide la mejor alternativa en la que influirá su costo, el servicio, la ubicación, la solidez, el prestigio y si los trámites que exigen para realizar créditos son factibles.

CAPITULO III:

1. Acceso y preferencia de productos y servicios financieros. Una perspectiva desde la demanda

• Introducción

Con el objetivo de conocer de manera más profunda la percepción e inclinación de los clientes del sistema financiero hacia los productos y servicios ofrecidos se ha tratado de medir y analizar la calidad del servicio al cliente y los principales canales de comunicación existentes, en el presente capítulo se ha procedido a levantar la información a través del método de la encuesta la cual fue aplicada en cada institución de la plaza asignada, para nuestro caso Quito y dentro de la misma, la institución a estudiar es el Banco del Pacífico en la cual se levantó 228 encuestas a clientes del banco mencionado, dicha encuesta abarca los siguientes ítems:

- I. Datos generales del encuestado
 - 1.1 Edad
 - 1.2 Sexo
 - 1.3 Nivel de instrucción
 - 1.4 Situación laboral
 - 1.5 Dispone actualmente de cuenta de correo electrónico
 - 1.6 Dispone actualmente de una cuenta en una red social
- II. Acceso y preferencia de productos y servicios financieros.
 - 2.1 ¿Es cliente de alguna institución financiera?
 - 2.1.1 Indique ¿en qué tipo de institución financiera es cliente? Y ¿qué producto (s) mantiene?
 - 2.1.2 Indique ¿cuáles son las tres principales razones para ser cliente de la(s) institución financiera?
 - 2.1.3 Indique ¿desde cuándo es cliente de la (s) institución financiera?

III. Comunicación y servicio al cliente.

3.1 ¿Cuáles son los tres principales canales de comunicación que su institución financiera mantiene con usted?

3.2 ¿Cómo valora el servicio al cliente de la(s) institución financiera?

3.3 ¿Cómo cliente de la institución financiera que mejoras le gustaría recibir?

Cada ítem será acoplado a los requerimientos principales de los contenidos del presente capítulo siendo necesario cruce de variables que permitan medir de mejor manera las preferencias de los usuarios.

Dentro del proceso de encuesta realizada a clientes del Banco del Pacífico, principalmente en las agencias situadas en el Centro Comercial San Luis Shopping, Centro Comercial el Recreo, Matriz Naciones Unidas, Agencia Rodrigo de Chávez, en un tiempo estimado de 30 días del mes de septiembre, mediante el trabajo de campo realizado y la tabulación de los datos se obtendrá información detallada sobre los factores que influyen en las preferencias de productos y servicios financieros a nivel de cada subsistema financiero, además de medir la comunicación con el cliente y el servicio al cliente.

POBLACIÓN Y MUESTRA

• **Población**

Hernández y otros (1995, Pág. 210) definen la población como "el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. Debiendo situarse claramente en torno a sus características de contenido, lugar y en el tiempo".

Para nuestro caso por ser un proyecto macro se establecieron diferentes plazas de estudio dentro del territorio ecuatoriano, por lo cual nuestra población en estudio está conformado por las siguientes: Plaza Guaranda, Latacunga, Machala, Esmeraldas, Ibarra, Portoviejo, Tena, Puyo, Santa Elena, Loja, Cuenca, Babahoyo, Azogues, Ambato, Riobamba, Santo Domingo, Zamora, Quito, Guayaquil, Galápagos, Lago Agrio, donde existen agencias de instituciones financieras reguladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros.

- **Muestra**

Fisher y Navarro (1994, Pág. 39) definen muestra como "una parte del universo que debe representar los mismos fenómenos que ocurren en aquel, con el fin de estudiarlos y medirlos".

A partir de la población se identificaron muestras para cada grupo de estudiantes de acuerdo al número de clientes que poseen las instituciones financieras en función de cada plaza en estudio para nuestro caso Quito y dentro del subsistema de la Banca Privada se nos asignó al Banco del Pacífico con un total de 228 encuestas.

Ficha técnica Quito

Tabla No: 07

FICHA TÉCNICA QUITO	
Directores de Tesis	
Estudiantes asignados	
Sistema Financiero Local	Encuestas
Bancos	3030
Cooperativas	1119
Mutualistas	237
Sociedades Financieras	8
Banca Pública	50

Fuente: Proyecto de graduación Escuela de Banca y Finanzas.
Autor: UTPL. / Ing. Miguel Ángel Peñarreta

- **Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

Para de cada uno de los objetivos propuestos es fundamental la recolección de datos, lo que hace importante utilizar técnicas e instrumentos apropiados que permita recabar información adecuada que permitan poseer datos de manera exacta y lo más cercano a la realidad de cada institución en estudio.

Para nuestra investigación y dentro de este capítulo se aplicará la encuesta diseñada de antemano por el equipo encargado que coordinada el proyecto de graduación para los estudiantes de la Escuela de Banca y Finanzas dicho cuestionario estructurado será aplicado a clientes del Banco del Pacífico, lo que permitirá conocer parámetros de servicio al cliente para la misma institución así como para los diferentes subsistemas ya que un cliente en promedio puede ser cliente de al menos dos bancos, e incluso puede ser parte del subsistema de

cooperativas, mutualistas, sociedades e instituciones financieras no reguladas, es así que este mecanismo es importante para conocer de manera más cercana la realidad del sistema financiero ecuatoriano.

- **Procesamiento de Recolección de Datos**

Para un mejor análisis e interpretación de los resultados, se utilizará como principal mecanismo el programa estadístico SPSS cuyos datos obtenidos se representarán mediante, cuadros estadísticos y gráficos de barras.

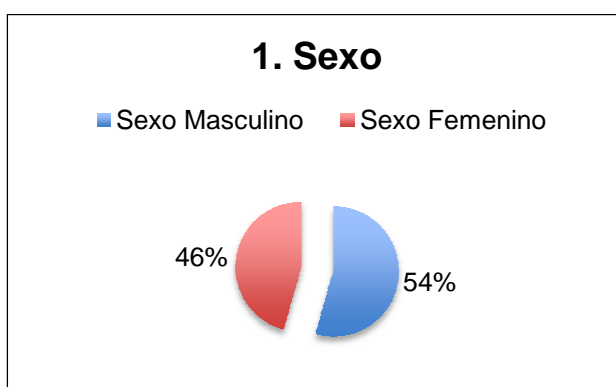
- **Análisis e interpretación de los resultados**

A partir de los resultados obtenidos se ha procedido a analizar e interpretar ítems que son relevantes e importantes dentro de nuestro proyecto.

- **Sexo**

De la información obtenida como datos generales tenemos que de la muestra asignada el 46 % son de sexo femenino (104) y el 54% restante son de sexo masculino (124), es decir que la información tuvo una participación equitativa entre los dos géneros, siendo importante recalcar que la mujer participa cada vez más en el entorno económico del país.

Gráfico No: 06



Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaboración: las autoras.

- **Edad y nivel de Instrucción**

Nuestra población en estudio abarcó el 94% a hombres y mujeres comprendidas entre 20 años hasta los 59 años, y el 6% restante tenemos a personas de 15 a 19 años y de 60 años en adelante, los rangos de edad estudiadas forman parte de la población económicamente activa⁹, consideradas estas edades se observa que el 87% de la población total de clientes del banco del Pacífico al menos tiene instrucción media y de tercer nivel lo que se explica por las instituciones con las que el Banco posee convenios, como por ejemplo miembros de la Policía Nacional y personal de distintos ministerios.

Edad

Tabla No: 08

Edad		
	Frecuencia	Porcentaje
15 a 19 años	3	1,3
20 a 29 años	61	26,8
30 a 39 años	80	35,1
40 a 49 años	55	24,1
50 a 59 años	18	7,9
60 años en adelante	11	4,8
Total	228	100,0

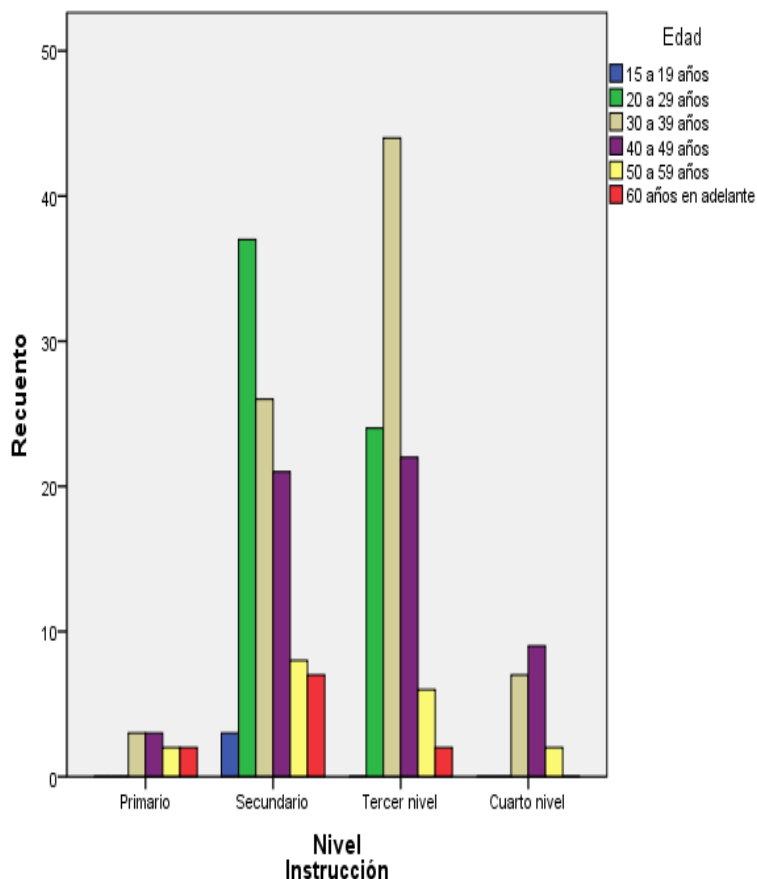
Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

Tabla No: 09

Nivel de Instrucción		
	Frecuencia	Porcentaje
Primario	10	4,4
Secundario	102	44,7
Tercer nivel	98	43,0
Cuarto nivel	18	7,9
Total	228	100,0

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

Gráfico No: 07



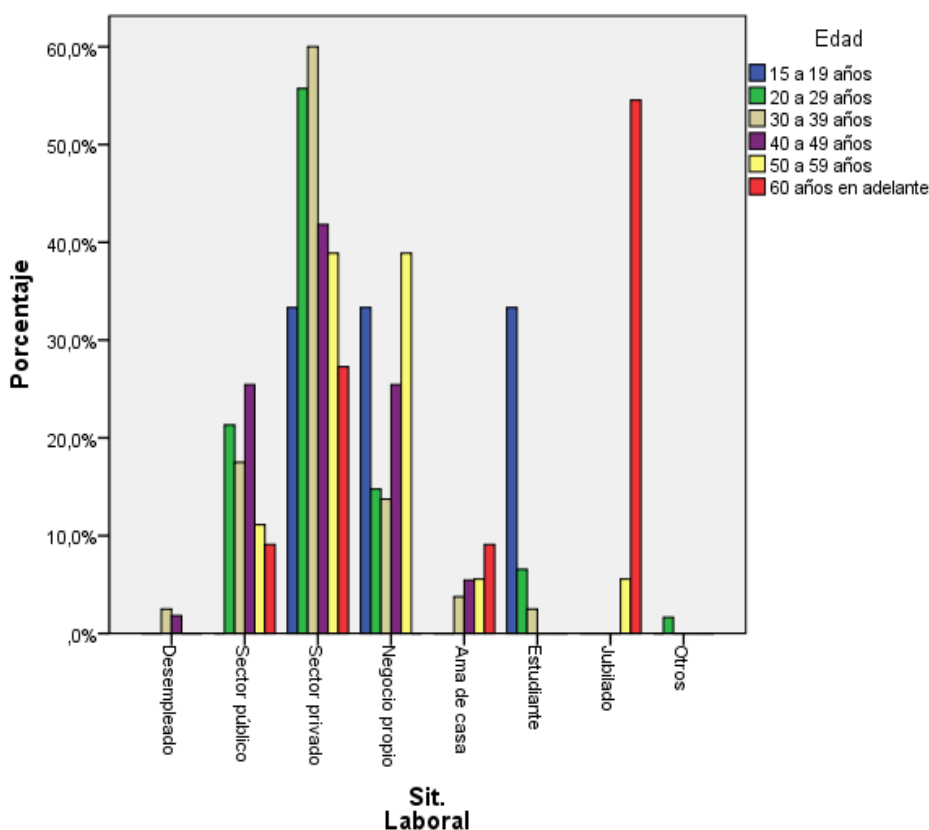
⁹PEA. Personas de 10 años y más con capacidad y voluntad para trabajar.

La distribución de edades refleja que el entorno de las instituciones financieras son personas con diferentes necesidades, es decir que estos datos deben servir de apoyo para incentivar estratificar grupos de clientes y así mejorar continuamente los servicios prestados, ya que no es lo mismo atender a personas con negocios propios que ha personas que están jubiladas pues cada una mira sus necesidades desde sus perspectivas.

- **Situación Laboral Actual**

De la muestra obtenida en cuanto a la situación laboral vemos que los clientes se concentran en tres grandes sectores de ocupación con un 50.9% en el sector privado, seguido del 19.3% del sector publico, 18.4% con negocio propio es decir que la institución financiera coloca sus productos y servicios en personas que desarrollan actividades económicas por lo que requieren interactuar de manera permanente con instituciones financieras que facilitan los procesos financieros necesarios para cada tipo actividad diaria que realice cada usuario.

Grafico No. 08



**Tabla No: 10
Sit. Laboral**

	Frecuencia	Porcentaje
Desempleado	3	1,3
Sector público	44	19,3
Sector privado	116	50,9
Negocio propio	50	22,0
Estudiante	7	3,1
Jubilado	7	3,1
Otros	1	,4
Total	228	100,0

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

Del cuadro podemos ver que como es normal el sector público y privado representan sectores importantes dentro del funcionamiento del sector financiero, pero también es importante destacar el papel de las personas con negocios propios, siendo este grupo donde se hace importante proyectos de micro finanzas pues este tipo de carteras de acuerdo a los indicadores de la Superintendencia de Bancos y Seguros, presentó una variación positiva de cerca del 38% en sus colocaciones a lo largo del 2010, tras el gran crecimiento de microempresas es necesario fijar estrategias y objetivos donde se potencie las capacidades emprendedoras de la población que realiza actividades micro empresariales, micro negocios, auto empleo, asociaciones de economía social y solidaria tanto en las áreas rurales como en la urbanas ahondando tanto esfuerzos estatales como las iniciativas del sistema financiero en conjunto.

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

Existen muchos factores que influyen en la preferencia de los clientes por los diferentes productos y servicios que se ofrecen en el mercado, tales como: solvencia, prestigio, recomendación, cobertura, ubicación, tramitología, son los determinantes al momento de decidir por una u otra entidad bancaria.

Actualmente la eficiencia es un atributo primordial en una relación que busca el bienestar de la sociedad y la escasez de recursos, precisamente una teoría que describe mejor el concepto de eficiencia es la del sociólogo, economista italiano Wilfredo Pareto, quien dice que: “la eficiencia se la alcanza únicamente si llega a una condición en la que no sea posible beneficiar a más individuos de un sistema sin perjudicar a otro. Es decir, la mejora de unos debe estar atada al mantenimiento o también mejora del otro y en ningún caso a su perjuicio” (Análisis del Sector Financiero Ecuador 2011, 2011).

Es por eso que la eficiencia se ha ido convirtiendo poco a poco en un objetivo que todos quieren alcanzar y que las instituciones del sistema financiero después de la crisis financiera invirtieron en tecnología para poder captar mayor cantidad de clientes y mejorar sus procesos administrativos implementando productos y servicios

que satisfagan sus necesidades. A pesar que Ecuador es uno de los países de la región que más ha invertido todavía tiene falencias, que posteriormente iremos analizando.

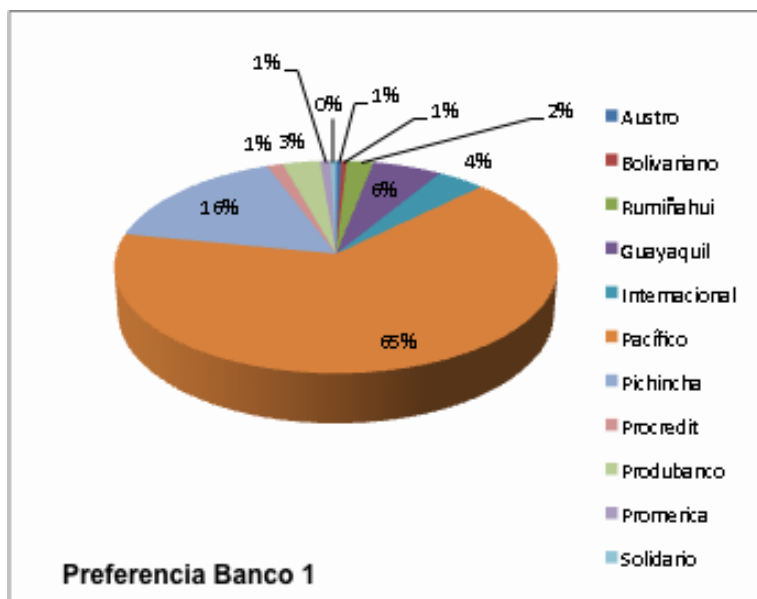
3.1.1. Estudio comparativo entre tipos de IFIS

De las 228 personas encuestadas directamente en las diferentes agencias del Banco del Pacífico, existen 149 personas que representan el 65.35%, consideran a éste banco como primera opción, es decir, prefieren a éste banco por los múltiples productos y servicios que pueden ofrecer, seguido del Banco Pichincha con el 16.22%, en tercer lugar lo ubican al Banco de Guayaquil, posteriormente se encuentran los bancos Internacional, Produbanco, Rumiñahui, que sin tener un número significativo de clientes, dentro del mercado mantienen su posición, tal como lo indican los índices que proyectamos a continuación:

Tabla No. 11

Preferencia bancos privados (Bco. Pacífico)	
Banco	No. Personas
2 Austro	1
3 Bolivariano	1
10 Rumiñahui	5
11 Guayaquil	13
12 Internacional	9
17 Pacífico	149
18 Pichincha	37
19 Procredit	3
20 Produbanco	7
21 Proamérica	2
22 Solidario	1

Gráfico No. 09



Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

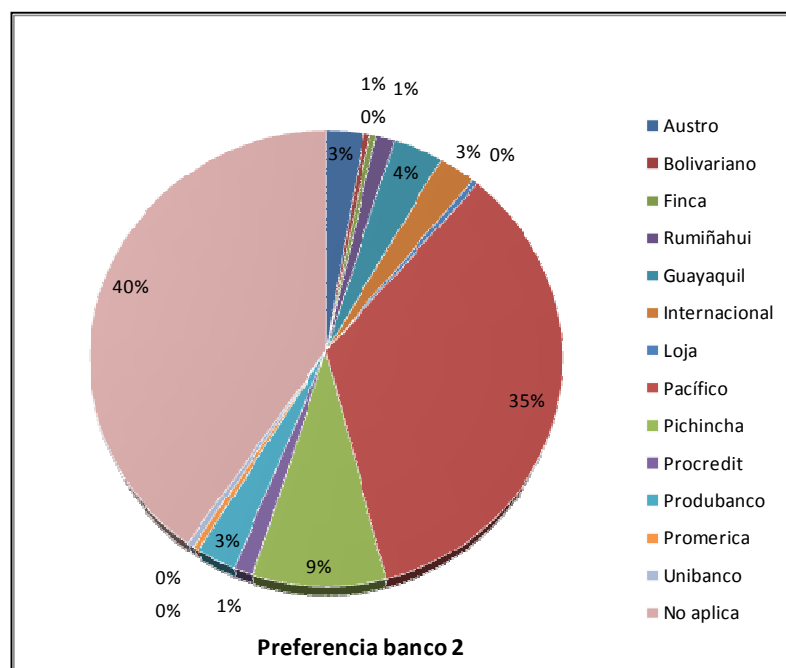
Como podemos percibir la tendencia de los clientes se mantiene para nuestra institución financiera, ya que a la pregunta de preferencia de banco como segunda opción el 34.65% de personas eligen al Banco del Pacífico, seguido igualmente por el Banco Pichincha, Guayaquil, Produbanco e Internacional. Pero sin dejar por alto

que 92 personas encuestadas, que equivale el 40.35% no tienen una segunda opción de bancos más que el Pacífico.

Tabla No. 12

Preferencia bancos privados (2da. Opción)		
Banco	No. personas	Porcentaje
2 Austro	6	2.63%
3 Bolivariano	1	0.44%
9 Finca	1	0.44%
10 Rumiñahui	3	1.32%
11 Guayaquil	8	3.51%
12 Internacional	6	2.63%
15 Loja	1	0.44%
17 Pacífico	79	34.65%
18 Pichincha	20	8.77%
19 Procredit	3	1.32%
20 Produbanco	6	2.63%
21 Proamérica	1	0.44%
24 Unibanco	1	0.44%
99 No aplica	92	40.35%

Gráfico No. 10

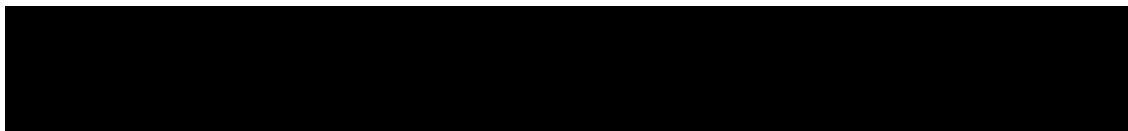


Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

A fin de poder realizar un estudio comparativo de las tendencias del público hacia las diferentes instituciones financieras, se consultó que si eran clientes de cooperativas, mutualistas, banca pública, sociedades financieras y/o instituciones financieras no reguladas, obteniendo los resultados que determinamos a continuación, en los cuales influye la confianza que pueden tener en un banco o en los otros

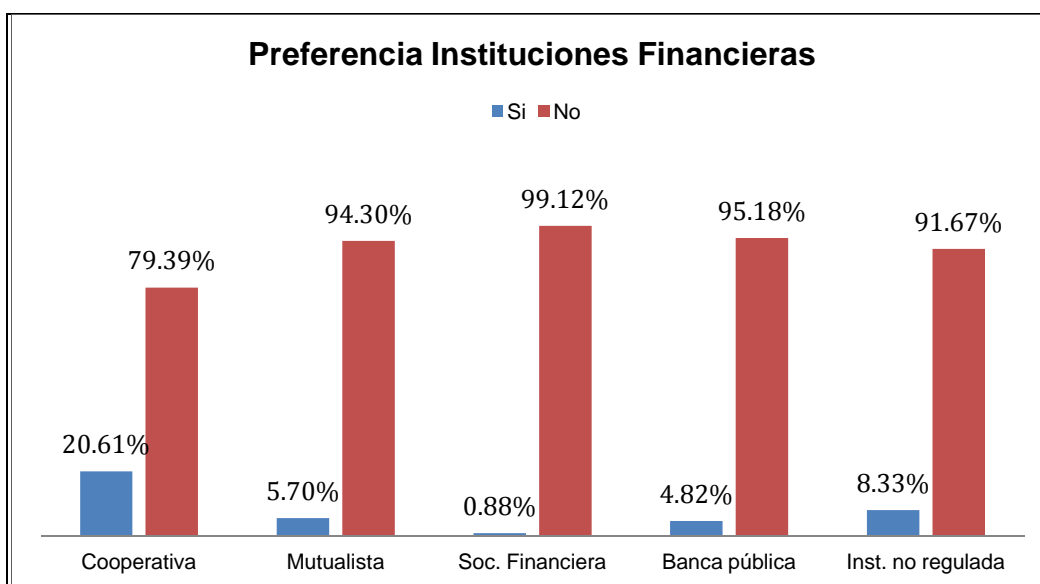
intermediarios financieros, o en las facilidades que presentan al momento de requerir un producto o servicio que necesiten.

Tabla No. 13
Preferencia Instituciones Financieras



Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

Gráfico No. 11



Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

Con estos índices podemos deducir que un segmento de las personas encuestadas son también clientes de otras instituciones financieras y la variación se encuentra entre el 0.88% y el 20.61%, sin dejar de tomar en cuenta que un 8.33% mantienen relación con cooperativas que no se están reguladas por la Superintendencia de Bancos, siendo este porcentaje mayor que ser cliente de una mutualista, sociedad financiera y más aún de la banca pública, lo que denota que tienen mayor confianza en estas cooperativas que en los otros intermediarios financieros, sin tomar en cuenta los riesgos que pueden tener.

En la última década a raíz de la crisis bancaria, las cooperativas han tenido un crecimiento significativo no solo en el país sino también a nivel de Latinoamérica, lo

cual se debe a un trabajo en conjunto de las cooperativas por ofrecer mejores servicios, facilitando al cliente en la realización de los diferentes trámites.

Entre las diversas cooperativas que existen, 4 de cada 100 personas encuestadas optan por la “Cooperativa 29 de Octubre”, seguido por las cooperativas Alianza del Valle y Andalucía entre las que más se destacan que poseen el 3.07%, sin dejar de señalar que el 79.39% no tienen relación alguna con el sistema cooperativo.

Tabla No. 14
Cooperativas preferencia – 1era. Opción

Cooperativa	Frecuencia	Porcentaje
29 Coop. 29 de Octubre	10	4.39%
31 Coop. Alianza del Valle	7	3.07%
32 Coop. Andalucía	7	3.07%
37 Coop. Cámara Comercio de Ambato	1	0.44%
38 Coop. CODESARROLLO	1	0.44%
40 Coop. COOPAD	1	0.44%
42 Coop. Cooprogreso	5	2.19%
43 Coop. Cotocollao	3	1.32%
44 Coop. El Sagrario	1	0.44%
47 Coop. Juventud Ecuatoriana Progresista	1	0.44%
50 Coop. Oscus	2	0.88%
51 Coop. Pablo Muñoz Vega	4	1.75%
55 Coop. San Francisco de Asís	1	0.44%
58 Coop. Tulcán	3	1.32%
99 No Aplica	181	79.39%

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

Tabla No. 15
Cooperativas preferencias – 2da. Opción

Cooperativa	Frecuencia	Porcentaje
37 Coop. Cámara Comercio de Ambato	1	0,44%
99 No Aplica	227	99,56%

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

Existe una persona que a más de ser cliente de una cooperativa, tiene una segunda opción que es la Cooperativa Cámara de Comercio de Ambato y el 99,56% no son clientes de este segmento.

En el sector asignado, hay escasamente un 5.70% (tabla 7) que son clientes de alguna mutualista, lo cual puede estar relacionado con la poca credibilidad que tienen los clientes hacia estos intermediarios, luego de la intervención en el 2008 de la Superintendencia de Bancos a la Mutualista Benalcázar, mediante la cual garantizaba el dinero de los depositantes, pero que tomó algún tiempo su devolución y por ende la preocupación de sus clientes.

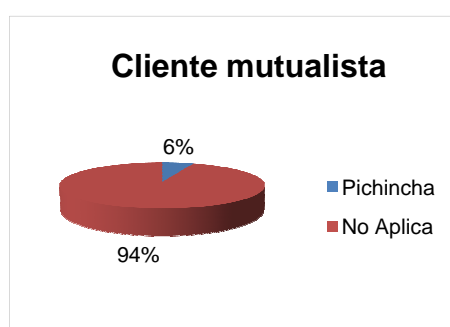
El 100% de las personas que son clientes de una mutualista, pertenecen a la Mutualista Pichincha, la misma que ofrece cobertura en algunas provincias del país y que de acuerdo a sus índices las ventas y consecuentemente sus depósitos son de emigrantes ecuatorianos en Estados Unidos y España que representan el 29%.

Tabla No. 16
Mutualistas preferencia 1era. opción

Mutualista	Frecuencia	Porcentaje
Pichincha	13	5,70%
No Aplica	215	94,30%

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

Gráfico No. 12



Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

Las sociedades financieras con el 0.88% es el indicador más bajo entre las entidades financieras reguladas, pese a que algunas de éstas pertenecen a grandes grupos económicos como es el caso de Diners Club que es de propiedad del Banco Pichincha no ha tenido la misma acogida como financiera, pero si como una de las grandes emisoras de tarjeta de crédito. Unifinsa es otra de las sociedades

financieras que las personas las prefieren al momento elegir una compañía que invierta su dinero.

Dentro de las instituciones reguladas por la Superintendencia de Bancos, tenemos el último grupo pero no menos importante que es la banca pública la cual ha tenido un crecimiento del 162.71% en activos, mientras que su cartera bruta de crédito lo hizo en 212.72% durante los últimos cinco años, según datos presentados por la Asociación de bancos Privados del Ecuador, debido a la creación del Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social con la finalidad de realizar préstamos hipotecarios en su gran mayoría, lo que ha influido para su crecimiento.

El Banco Nacional de Fomento y la Corporación Financiera Nacional, son también parte de este sistema, los cuales otorgan microcréditos para pymes y créditos para la adquisición de automóviles principalmente, con un 3,95% y 0,88% respectivamente se encuentran en nuestro estudio, a pesar del crecimiento gracias al otorgamiento de créditos para vivienda, el BIESS no puntúa en nuestra muestra.

Tabla No. 17
Preferencia - Banca Pública

Institución	Frecuencia	Porcentaje
Banco Nacional de Fomento	9	3,95%
Corp. Financiera Nacional	2	0,88%
No Aplica	217	95,18%

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

Existe otro grupo que poco a poco ha ido tomando importancia que son las instituciones no reguladas por la Superintendencia de Bancos, pero que se encuentran bajo la supervisión del Ministerio de Inclusión Social. Existe un 8,33% (tabla No. 18) que son clientes de este sector, lo cual indica que las personas tienen más accesibilidad a este segmento, debido a la falta de servicios ofrecidos por parte de los intermediarios financieros, la tramitación engorrosa, la exigencia de garantías para los créditos, problemas legales por la falta de personería jurídica de las asociaciones informales, entre otros.

Los clientes de éstas instituciones, corren cierto peligro que sus depósitos no se encuentren bien protegidos, ya que otorgan préstamos sin mayor documentación o lo hacen sin tener precaución de mantener una reserva como lo están obligadas las instituciones financieras reguladas, pudiendo llegar a formar una pirámide que si la base no se encuentra bien cimentada se debilita y se destruye.

Tabla No. 18
Preferencia –Instituciones no reguladas

Cliente	Frecuencia	Porcentaje
SI	19	8,33%
NO	209	91,67%

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

3.1.2. Estudio comparativo entre productos y servicios

Podemos ver que la banca ha desarrollado una serie de productos y servicios con el objetivo de satisfacer las necesidades del público lo cual han influido para que obtengan mayores índices de rendimiento y cooperando en la labor de consumo de la población mediante préstamos dirigidos a estas actividades, cuentas de ahorro y corriente, tarjetas, depósitos a plazos, banca electrónica, pago de impuestos, servicios básicos a través de su intermedio.

Los principales productos que los intermediarios financieros ponen a nuestra disposición son:

Cuenta de Ahorro

La cuenta de ahorro es un depósito ordinario a la vista, que tiene como principal uso los fondos o dinero personal, que tienen disponibilidad inmediata y que pueden generar cierta rentabilidad dependiendo del tiempo y del monto. También a través de esta cuenta se pueden realizar transacciones electrónicas como transferencias, pagos, el derecho a obtener tarjeta de débito que puede ser utilizada en cajeros automáticos dentro y fuera del país si la entidad financiera tiene convenio en el exterior.

Cuenta Corriente

La cuenta corriente se define como un contrato entre el banco y el titular, en la cual se efectúan ingresos de fondos y brinda la posibilidad de utilizar chequeras para girar contra sus recursos, previamente depositados en el banco. Tiene la posibilidad de realizar igualmente transacciones tal como la cuenta de ahorro.

Depósitos a plazos

Los depósitos a plazos son los cuales se obtienen una rentabilidad fija o variable por inmovilizar un monto de dinero por un periodo determinado y que el titular no podrá retirar el capital antes del tiempo estipulado, existe la posibilidad de capitalizar los intereses devengados e incrementar la inversión y que pueden servir como garantía para el otorgamiento de un préstamo.

Tarjetas de Crédito

Las tarjetas de crédito tienen la posibilidad de disponer de crédito y cubrir las necesidades de forma inmediata para cualquier tipo de compra hasta el monto autorizado por el banco emisor.

Tarjetas de Débito

Las tarjetas de débito son las que se pueden utilizar en cajeros automáticos para realizar transacciones de forma ágil, las cuales actualmente sirven para realizar los pagos directamente en los establecimientos donde hace la compra o consumo.

Préstamos

Préstamo es la cantidad determinada que el banco entrega al cliente durante un plazo de tiempo prefijado y que a cambio el prestatario deberá pagar un interés mensual. Los préstamos de consumo, vivienda, automotriz son lo que tienen más acogida en nuestro país.

3.1.2.1. Prioridad de Producto Financiero Banco del Pacífico

De acuerdo a nuestra encuesta realizada, obtuvimos que el 64,47% de los encuestados, prefieren tener una cuenta de ahorros, lo cual se debe a que la

mayoría son personas naturales, cuyo principal objetivo es ahorrar el dinero a corto o mediano plazo y evitar los costos que implica tener una cuenta corriente, a pesar que el interés pasivo es bajo, la gente la tiene como primera preferencia.

Con la finalidad de motivar su incremento algunos bancos ponen a disposición del público alternativas de planes de ahorro como una forma de mantener por más tiempo el dinero y a cambio de esto obtener ventajas tanto para el cuenta-ahorrista como para el banco.

Como segunda preferencia con el 22,37%, se encuentran las cuentas corrientes, que se convierten en una necesidad tenerlas, porque a través de ellas se realizan pagos más seguros que hacerlos con dinero en efectivo, se puede obtener sobregiros del banco si es necesario para cubrir algún cheque y el poseer una cuenta corriente facilita la obtención de préstamos sean éstos de consumo, vivienda o comerciales, los que igualmente figuran entre los productos que los clientes tienen en sus bancos, pero con menor proporción, lo que no significa que sean menos importantes.

En tercer lugar se encuentran las tarjetas de crédito Visa con un 7,02%, la misma que tiene algunos bancos emisores como el Pichincha, Guayaquil, Internacional, entre otros. Ahora la obtención de una tarjeta es mucho más factible porque los requisitos no son tan rígidos como lo era antes, esto se debe a que los bancos se dieron cuenta que resulta un gran negocio emitir dinero plástico al cobrar intereses si no se ha cumplido con el pago en el día y monto estipulado. Este cambio de los bancos ha resultado muy positivo para las personas, ya que gracias a esto pueden tener beneficios al utilizar la tarjeta de crédito como por ejemplo, comprar y pagar el monto después con ciertas facilidades con o sin el recargo de intereses, mayor seguridad en el pago porque no se lleva efectivo ni chequeras, el proceso de pago es fácil y rápido inclusive si se encuentra fuera del país, sin dejar de nombrar que existen tarjetas que proporcionan seguros de accidentes personales a bajo costo.

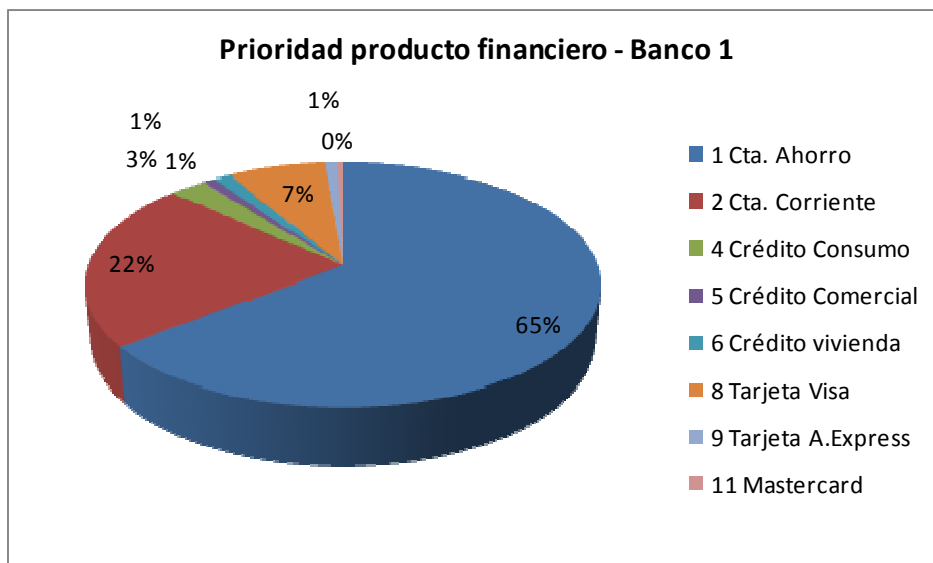
A continuación podemos revisar éstos índices de manera gráfica, para mejor comprensión:

Tabla No. 19
Prioridad producto financiero Bco. Pacífico

Producto	Frecuencia	Porcentaje
1 Cta. Ahorro	147	64,47%
2 Cta. Corriente	51	22,37%
4 Crédito Consumo	6	2,63%
5 Crédito Comercial	2	0,88%
6 Crédito vivienda	3	1,32%
8 Tarjeta Visa	16	7,02%
9 Tarjeta A.Express	2	0,88%
11 Mastercard	1	0,44%
Total	228	100%

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

Gráfico No. 13



Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

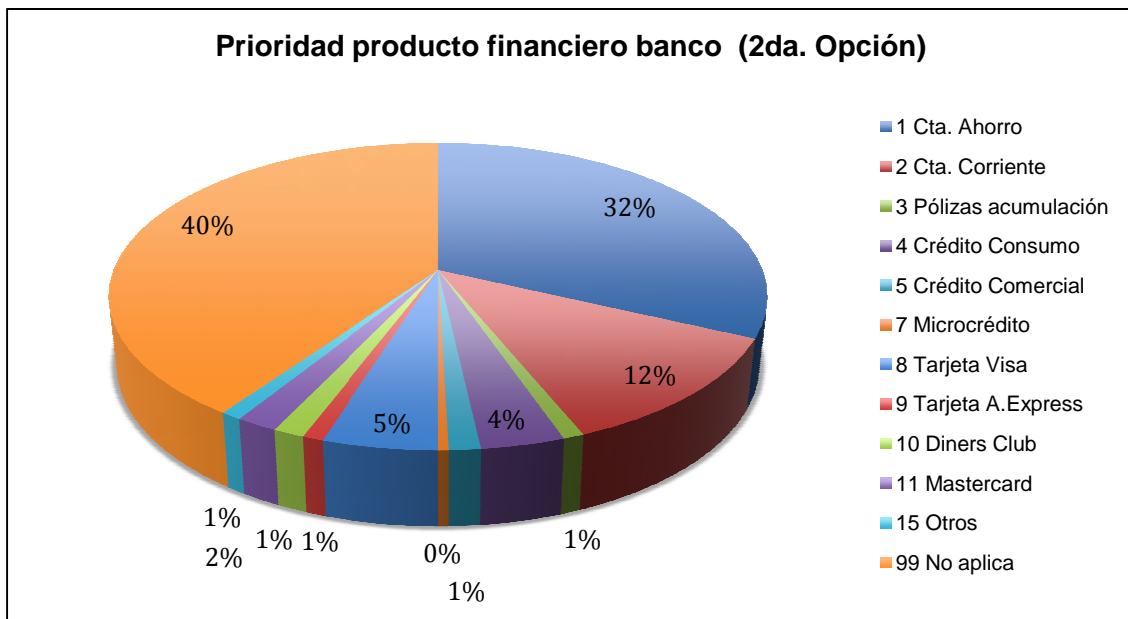
3.1.2.2. Prioridad de Producto Financiero 2da. Opción

Nos corresponde revisar la tendencia de los clientes al escoger los productos del banco que tienen como segunda alternativa, los indicadores son los que mostramos en la tabla No. 20.

Tabla No. 20

PRIORIDAD PRODUCTO FINANCIERO (2da. Opción)		
Producto	Frecuencia	Porcentaje
1 Cta. Ahorro	73	32,02%
2 Cta. Corriente	27	11,84%
3 Pólizas acumulación	2	0,88%
4 Crédito Consumo	8	3,51%
5 Crédito Comercial	3	1,32%
7 Microcrédito	1	0,44%
8 Tarjeta Visa	11	4,82%
9 Tarjeta A.Express	2	0,88%
10 Diners Club	3	1,32%
11 Mastercard	4	1,75%
15 Otros	2	0,88%
99 No aplica	92	40,35%
Total	228	100,00%

Gráfico No. 14



Para este análisis, las personas encuestadas tienen como prioridad de producto en la segunda alternativa de banco, a las cuentas de ahorro con un 32,02%, seguidas por las cuentas corrientes con 11,84%, las tarjetas de crédito con un 8,77%, los créditos o préstamos de consumo, vivienda y microcréditos con un 5,26%, considerando que el 40,35% no tienen otra alternativa de banco.

Las tendencias se mantienen al igual que las preferencias de los productos en el banco 1, las cuales se deben a factores como cultura, edad, grado de educación, facilidades que presentan éstas entidades para tomar una u otra alternativa que

ofertan, así como los costos, a pesar que éstos se encuentran regulados por la Superintendencia de Bancos y la Junta Monetaria con montos máximos, pero por captar clientes pueden reducir sus costos y dar un valor agregado a sus productos.

Podemos, deducir que casi no existe una predisposición de tener pólizas de acumulación, ya que apenas el 0.88% tienen este producto, lo cual se debe a la falta de información, de dinero disponible y la reducida confianza en los bancos por experiencias anteriores. Ahora existen aseguradoras que ofrecen alternativas similares a la de los bancos con diferentes beneficios con el respaldo de sus casas matrices en el exterior y por supuesto con la vigilancia de las entidades de control ecuatorianas.

3.1.2.3. Prioridad de productos – Cooperativa

Para analizar las prioridades que tiene los usuarios de las cooperativas de ahorro y crédito, solo existen tres alternativas en las que pueden operar aprobadas por la Superintendencia de Bancos que son las cuentas de ahorro, depósitos a plazos y diferentes tipos de crédito. Precisamente, las cuentas de ahorro tienen una importante participación del 10.53%, seguida de los créditos de consumo, vivienda, automotriz y productividad con el 9.65%, que nos demuestra que los clientes tienen mayor accesibilidad a obtener un préstamo, quizás con menos requisitos que los que exigen en un banco.

Es por esta razón que poco a poco las cooperativas, han tenido un mejor desempeño y un rápido despunte en la economía de nuestro país, con resultados positivos y alentadores.

Tabla No. 21

PRIORIDAD PRODUCTO COOPERATIVA		
Producto	Frecuencia	Porcentaje
Cuentas de ahorro	24	10,53%
Cuentas corrientes	1	0,44%
Depósitos a plazo	10	4,39%
Créditos vivienda	3	1,32%
Créditos consumo	8	3,51%
Créditos productivos	1	0,44%
No aplica	181	79,39%
Total	228	100,00%

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

3.1.2.4. Prioridad de productos – Mutualistas

Como la misión de las mutualistas es de carácter social, orientada al financiamiento de vivienda, construcción y el bienestar de sus asociados, precisamente sus productos también están destinados para este objetivo. A través de las cuentas de ahorro pueden acceder a créditos hipotecarios de planes habitacionales masivos creados por éstas entidades, prestándoles facilidades para su obtención bajo condiciones pactadas con anterioridad como por ejemplo, tener un monto mínimo para poder calificar para el préstamo.

Es así, que tenemos que en las mutualistas el 84.62% de los encuestados tienen cuentas de ahorro tradicional y programado, como otra alternativa para conservar sus ahorros, tal vez con miras para obtener un préstamo.

Tabla No. 22

PRIORIDAD PRODUCTO MUTUALISTA		
Producto	Frecuencia	Porcentaje
Cuenta de ahorro tradicional	10	4,39%
Cuenta de ahorro programado	1	0,44%
Crédito hipotecario	2	0,88%
No aplica	215	94,30%
Total	228	100,00%

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

3.2.2. Prioridad en Servicios Financieros

Así como los productos existen diversos servicios financieros, los cuales proporcionan satisfacción al cliente porque a través de ellos se pueden realizar transacciones bancarias en un solo lugar, con mayor seguridad y optimizando el tiempo, entre las que podemos destacar las siguientes:

Transferencias

Transferencia es una operación mediante la cual como dueños de una cuenta bancaria se ordena a la entidad financiera proceda a retirar el monto determinado con cargo a la misma, para que sean acreditados a la cuenta de un tercero en esa o en otra entidad y en otra plaza distinta utilizando canales electrónicos. La principal ventaja en relación al cheque que se lo hace con rapidez y efectividad.

Giros

Giros son las remesas que se envían desde y hacia nuestro país a través de empresas remesadoras alrededor de todo el mundo afiliadas a los bancos, que una vez transmitida toda la información, el beneficiario puede disponer del dinero de forma inmediata. Si el giro es mayor de USD. 1.000 hacia el exterior se deberá pagar el 2% por salida de capitales, según lo dispone el Servicio de Rentas Internas.

Casilleros de Seguridad

Son cajas de seguridad en donde pueden guardar joyas, documentos, acciones, bonos y valores, que es de uso exclusivo del cliente siendo el único responsable.

Pago de Impuestos, servicios básicos

A través de un convenio con el SRI se solicita el debito de la cuenta para el pago de las obligaciones fiscales. Para el caso de servicios básicos se realizará la transacción mes a mes o en su defecto efectuar directamente en la ventanilla.

De acuerdo a nuestras encuestas, el 52,19% realizan transferencias bancarias y el 12,72% transferencias interbancarias, lo cual significa que utilizan este servicio para realizar sus transacciones con la finalidad de optimizar tiempo y tener mayor seguridad, aunque ahora se debe tomar en cuenta que existen piratas electrónicos que pueden ingresar a las cuentas y sustraer el dinero, por lo que se debe tomar las medidas de seguridad indicadas por las entidades financieras.

Los intermediarios financieros poco a poco están difundiendo e incentivando al uso electrónico del manejo de sus cuentas, lo que beneficia radicalmente al cliente para lo cual la banca ha invertido en la implementación de estos canales y se encuentra en constante crecimiento para estar acorde con el mercado y por consiguiente tener un mayor rendimiento como institución.

Con esta información podemos desprender que en nuestro país el uso de la tecnología se está incrementando, lo que podría derivar posteriormente en un mejor servicio al cliente.

Otro de los servicios más utilizados con un 10,96% es el pago de servicios básicos, a través de las entidades financieras, a pesar que se debe cancelar una pequeña comisión por esta transacción.

Las tarjetas de débito, nexos o bancomáticos, es uno más de los servicios que los clientes tienen como prioridad con el 8,33%, porque facilitan la obtención de su dinero a cualquier hora del día, sin la necesidad de hacer largas filas.

Con menor porcentaje se encuentran los giros nacionales e internacionales con el 0,88 y 1,75% respectivamente, seguido cercanamente del pago de matrículas, aportes patronales, pago de impuestos, arrendamiento de casilleros de seguridad, bono de desarrollo humano, referencias bancarias, entre otros que sumados tenemos un 7,02%.

Lo que se debe recalcar es que el 5,70% de las personas no contestan, lo que podríamos suponer que no conocen todos los servicios que ofrecen las entidades bancarias, para lo cual éstas deberían promover una mayor información para que sus clientes puedan aprovechar de los beneficios que ofertan.

Tabla No. 23

PRIORIDAD SERVICIO FINANCIERO (Bco. Pacífico)		
Producto	Frecuencia	Porcentaje
No contesta	13	5,70%
Trans. Bancarias	119	52,19%
Trans. Interbancarias	29	12,72%
Giros nacionales	2	0,88%
Giros internacionales	4	1,75%
Servicios básicos	25	10,96%
Pago matrícula	2	0,88%
Aportes patronales	1	0,44%
Impuestos SRI	3	1,32%
Bono desarrollo humano	1	0,44%
Referencias bancarias	2	0,88%
Casilleros seguridad	4	1,75%
Nexo	19	8,33%
Otros	3	1,32%
No aplica	1	0,44%
TOTAL	228	100,00%

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

En el caso de las prioridades de servicio para la segunda opción de entidad bancaria, predominan las transferencias bancarias con el 19.30%, lo cual podemos advertir que se ha convertido en una acción cotidiana, fácil de realizar y con resultados positivos. En segundo lugar se encuentra la inclinación hacia la utilización de tarjetas de débito con un 10.96%, porque solucionan inmediatamente los requerimientos de los clientes.

El pago de los servicios básicos está en tercer lugar con el 6.58%, lo que ratifica que su utilización obedece a una comodidad de parte de los clientes para realizar estas operaciones. En las encuestas hay un indicador del 0.88% correspondiente al pago de matrícula vehicular, que tal vez por omisión los clientes no lo nombran pero es una obligatoriedad hacerlo a través de las instituciones financieras y que debería tener un índice mayor al que presenta. Al igual que en la opción de banco 1, existe un porcentaje considerable en cuanto al desconocimiento de las personas en la utilización de los servicios que proponen los bancos.

Tabla No. 24

PRIORIDAD SERVICIO FINANCIERO (2da.Opción)		
Producto	No. Personas	Porcentaje
No contesta	25	10,96%
Trans. Bancarias	44	19,30%
Trans. Interbancarias	13	5,70%
Servicios Básicos	15	6,58%
Pago matrícula	2	0,88%
Matriculación vehicular	3	1,32%
Nexo	25	10,96%
Otros	9	3,95%
No aplica	92	40,35%
Total	228	100,00%

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

3.2.2.1. Prioridad de servicios en cooperativas y mutualistas

En el caso de las cooperativas y mutualistas, los servicios todavía son un poco restringidos ya que les falta infraestructura física y tecnológica en los que deberán invertir, para dar más alternativas de servicio a sus clientes. Por estas restricciones los clientes acceden únicamente a servicios como la utilización de tarjetas de débito con el 8.77% en el caso de las cooperativas y en una menor proporción al pago de servicios básicos, transferencias y giros nacionales.

Cabe aclarar, que no tenemos una referencia exacta de los servicios que disponen de las mutualistas, ya que sus usuarios no especificaron sus tendencias, como podemos verificar en los tablas de datos que están descritas a continuación.

Tabla No. 25

PRIORIDAD SERVICIO COOPERATIVA		
Servicio	Frecuencia	Porcentaje
No contesta	8	3,51%
Transferencias	1	0,44%
Giros nacionales	2	0,88%
Pago Servicios básicos	3	1,32%
Pago matrícula centros educativos	1	0,44%
Tarjetas de débito	20	8,77%
Referencias financieras	4	1,75%
Otros	8	3,51%
No aplica	181	79,39%
Total	228	100,00%

Tabla No. 26

PRIORIDAD SERVICIO MUTUALISTA		
Servicio	Frecuencia	Porcentaje
No contesta	5	2,19%
Transferencias bancarias	1	0,44%
Otros	7	3,07%
No aplica	215	94,30%
Total	228	100,00%

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

3.2 La comunicación con el cliente y servicio al cliente.

Teniendo en claro que cuando nos comunicamos con alguien no solamente emitimos un mensaje, también recibimos una respuesta y así viceversa, dentro de este proceso vamos estableciendo distintos canales de comunicación que comprende el conjunto de actividades que se desarrollan con el propósito de informar y persuadir, en este caso a los clientes de las instituciones financieras, la misma que puede ser de manera verbal y no verbal, para medir los distintos canales de comunicación se ha tratado de obtener información resumiendo en orden de

preferencia los tres canales por los cuales el cliente se comunica con la institución financiera para lo cual se establecieron las siguientes alternativas:

- 1 De manera Física (va a la sociedad financiera)
- 2 Funcionario de sociedad finan. Visita al cliente
- 3 A través del teléfono
- 4 A través de medios virtuales
- 5 A través de la web 2.0
- 6 A través de medios impresos
- 7 Otros

Dentro del servicio al Cliente veremos cómo califican los clientes la calidad del servicio que va desde muy bueno a muy malo. Para una institución financiera es un punto estratégico enfocarse en la atención eficaz de sus clientes, especializarse y servirlo mejor que los demás, creando una relación a largo plazo y de mutuo beneficio.

Por otro lado los clientes consideran uno de los factores de mayor importancia la confianza que le genera, pues le va a confiar el manejo de su dinero, para invertirlo, para que así lo requiera se lo devuelvan. Adicionalmente, se tendrán en cuenta otros factores como el servicio, la tecnología, la cercanía, la relación, la amistad, la tradición, los productos y servicios, la agilidad, la rentabilidad, la economía, la facilidad, el valor agregado, la diferenciación, la marca.

Para nuestro estudio hemos tratado de establecer las tres mejoras más importantes que los clientes del Banco del Pacífico les gustaría recibir, agrupándolas en mejoras relativas a:

1. Productos y servicios financieros.
2. Imagen institucional
3. Servicio al cliente.
4. Recurso humano.
5. Tecnología.
6. Tramitología.
7. Costos

Tanto la comunicación como el servicio al cliente han sido modificada en gran magnitud debido a la evolución de las tecnologías y comunicaciones los cuales producen enormes cambios sociales, económicos y políticos. La información electrónica permite distribuir datos de manera inmediata a cualquier parte del mundo. La competencia se aumenta, el volumen de información se incrementa, se facilita la comercialización y difusión de productos, se generan nuevas oportunidades de servicios, se aumentan y mejoran los canales de distribución y contacto de clientes, se mejora la asesoría al cliente, se desarrollan nuevas alianzas y consorcios empresariales para beneficiar al cliente, se incrementan las transacciones comerciales, y se hace la vida más fácil y ágil al cliente. Hoy en día se puede abrir una cuenta bancaria, solicitar un servicio, pagar una cuenta, cambiar datos, comprar, capacitarse, informarse y comunicarse, todo en cuestión de minutos.

3.2.1 Comunicación con el cliente

Dentro de la comunicación hacia los clientes se observa hoy más que nunca las instituciones financieras han comenzado a incluir “los social media en su estrategia de comunicación y marketing para aumentar su notoriedad y llegar a los consumidores multimedia”¹⁰, este proceso se lo desarrolla tanto en países europeos como latinoamericanos. Para nuestro caso el Ecuador y dentro de nuestra plaza Quito de la información levantada vemos que más del 80% de la población en estudio utiliza medios multimedia como es cuentas de correo electrónico y más del 50% utiliza redes sociales como por ejemplo facebook y twitter, hi5 entre otras, estableciéndose cada vez más la necesidad de pertenecer a grupos sociales en línea por el marcado crecimiento y avance tecnológico al que nos enfrentamos cada día.

Tabla No: 27

¿Posee cuenta de correo electrónico?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	186	81,6
No	42	18,4
Total	228	100,0

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

Tabla No: 28

¿Posee cuenta en una red social?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	126	55,3
No	102	44,7
Total	228	100

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

¹⁰Unidad Editorial, (2011, diciembre). SOCIAL MEDIA EN ENTIDADES FINANCIERAS. Extraído el 15 de diciembre de 2011 desde: www.conferenciasyformacion.com/conferencias/descargar_pdf/730

A pesar de poseer herramientas de accesos a nuevas tecnología se observa que dentro de las principales causas para mantener una cuenta de correo electrónica y/o cuenta en redes sociales la primera razón es la comunicación con familia y amigos, seguida por trabajo, moda, educación, siendo importante observar que solo a nivel de cuenta de correo electrónico se menciona la utilidad de hacer transacciones bancarias por ser esta una cuenta personal a la que consideran de mayor seguridad, aunque a nivel de redes sociales solo se la está tomando como una manera de marketing hace falta crear mecanismos que impulsen y a la vez garanticen el acceso de los usuarios por cualquier medio digital y así disminuir tiempos y mejorar la calidad del servicio de las diferentes instituciones financieras.

Tabla No: 29
¿Cuál es la razón principal para tener una cuenta electrónica?

	Frecuencia	Porcentaje
Comunicarse con familia y amigos	71	38,2
Por trabajo	74	39,8
Por negocios	11	5,9
Para hacer transacciones bancarias	5	2,7
Por estudios	18	9,7
Por moda	3	1,6
Otros	4	2,2
Total	186	100

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)

Tabla No: 30
¿Cuál es la razón principal para tener red social?

	Frecuencia	Porcentaje
Comunicarse con familia y amigos	91	72,2
Por trabajo	9	7,1
Para hacer negocios	3	2,4
Por moda	11	8,7
Para conocer personas	7	5,6
Otros	5	4,0
Total	126	100,0

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
 Elaborada por: Las autoras

De lo expuesto vemos que existe un reto a nivel de instituciones financieras ya que deben ampliar sus canales de comunicación corporativas y una de las maneras actuales es recurriendo a medios sociales siendo esta una forma para captar clientes, aumentar su prestigio y presencia local mediante la generación de transparencia y confianza logrando así estabilizarse y mantenerse en el mercado a pesar de las distintas crisis financieras por la que han atravesado. A pesar de esto

cada institución debe tener en cuenta que para estar presente en los medios sociales no es suficiente con abrir o crear una cuenta en twitter o un perfil en Facebook, pues lo más esencial es establecer un diálogo con contenidos de valor para cada uno de los usuarios es decir que se deben buscar estrategias de comunicación bien definidas.

El fenómeno de las redes sociales representa una gran estrategia para las instituciones financieras ya que existen millones de personas opinando sobre las distintas marcas de productos y servicios, dando claras pistas de lo que les gusta y lo que no, aportando información sobre las distintas instituciones, compartiendo datos y fuentes de información, y lo que es más importante segmentándose, ya que están en constante busca de servicios y productos diferenciados que sean oportunos y eficaces para cada necesidad de su entorno.

3.2.1.1 Principales canales de comunicación

Banca Privada

En el levantamiento de la información se trató de priorizar la información mediante la determinación de al menos tres canales de comunicación para cada uno de los subsistemas financieros, cabe mencionar que para los principales subsistemas como lo son la Banca privada y el subsistema de Cooperativas se optó por tomar información de al menos dos instituciones ya que los clientes pueden tener dos o más cuentas en cualquiera de las instituciones financieras, siendo así que en lo referente a la banca privada los clientes establecieron entre los tres principales canales de comunicación; la visita física al banco con un 84.3%, seguidos a través del teléfono con un 39.3 %, y la banca virtual con un 37.2%, los datos demuestran, las preferencias de los clientes para establecer contacto con la banca privada siendo necesario buscar mecanismos que permitan al cliente confiar en las nuevas aplicaciones de comunicación ya que estas le ahorran sobre todo tiempo.

Tabla No.: 31
PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN BANCA PRIVADA

Alternativas	Primer canal		Segundo canal		Tercer canal	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Físico (va al banco)	306	84,3	19	7,7	0	0
Funcionario del banco me visita	2	,6	13	5,3	0	0
A través del teléfono	11	3,0	97	39,3	3	4,6
A través de la banca virtual	37	10,2	92	37,2	21	32,3
A través de la Web 2.0	4	1,1	7	2,8	14	21,5
A través de medios impresos	0	,0	16	6,5	21	32,3
Otros	3	,8	3	1,2	6	9,2
Total	363	100,0	247	100,0	65	100,0

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

- **Cooperativas**

Para el caso de las Cooperativas el 100% utiliza la forma más común que es la visita física a la institución esto para el caso de los que poseen cuenta en una sola cooperativa, de aquellos clientes que poseen cuenta en dos cooperativas un 10.4% ha sido visitado por un funcionario de la cooperativa y solo un 6.3% utiliza sistemas virtuales, se observa que en comparación a la banca privada los clientes del subsistema cooperativo, los clientes o no utilizan o no existen medios virtuales generalizados dentro de cada cooperativa siendo aun más importante que este subsistema mejore o incremente nuevos y mejorados canales de comunicación con el cliente.

Tabla No: 32
PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN COOPERATIVAS

Alternativas	Primer canal		Segundo canal		Tercer canal	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Físico (va al banco)	48	100,0	0	,0	0	0
Funcionario de la cooperativa me visita	0	,0	5	10,4	0	0
A través del teléfono	0	,0	2	4,2		,0
A través de la banca virtual	0	,0	3	6,3	1	2,1
A través de la Web 2.0	0	,0	0	,0	0	,0
A través de medios impresos	0	,0	1	2,1	1	2,1
No contesta	0	,0	37	77,1	45	93,8
Otros	0	,0	0	,0	1	2,1
Total	48	100,0	48	100,0	48	100,0

- **Mutualistas**

Para el caso de las mutualistas más del 60% de clientes va directamente a las instituciones, recurriendo también en un 15.8% al teléfono y medios virtuales para realizar sus transacciones principales, El ambiente que existe entre los diferentes subsistemas financieros es altamente competitivo, por tal razón están obligados a buscar mecanismos adecuados para acercarse a los clientes y generar en ellos la confianza requerida en cualquiera de los servicios que las instituciones ofrezcan.

Tabla No: 33

**PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN
MUTUALISTAS**

	Frecuencia	Porcentaje
Físico (va a la Mutualista)	13	68,4
A través del teléfono	3	15,8
A través de medios virtuales	3	15,8
Total	19	100,0

**Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras**

La Banca pública a diferencia de los demás subsistemas, utiliza la visita oficial al banco en un 84.6% junto con los medios impresos lo que refleja la sistematización o la manera tan notoria de aplicar mecanismos similares al del resto de instituciones públicas, siendo necesario incorporar de manera efectiva o de buscar nuevos mecanismos tecnológicos que disminuyan trámites que pueden ser superados por otros medios de comunicación con el cliente.

Tabla No: 34

**PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN
BANCA PÚBLICA**

	Frecuencia	Porcentaje
Físico (va al banco)	11	84,6
A través de medios impresos	2	15,4
Total	13,0	100

**Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras**

Actualmente el gobierno dentro de sus políticas de desarrollo busca integrar el sistema bancario público en una sola red con el objetivo de aumentar la inclusión financiera en áreas rurales, dentro de este proceso se tomara en cuenta al Banco nacional de Fomento, Corporación Financiera, Banco de Desarrollo, Banco de la Vivienda, y el Banco del Pacífico que aunque este se encuentre formando parte de la banca privada posee una parte accionaria importante perteneciente al sector público, razón por la cual que se lo vincula a todo proyecto estatal, con esto se intenta que se beneficie a los clientes de áreas rurales para que puedan realizar todo tipo de transacción en cualquier sucursal de las mencionadas instituciones, es un desafío crear un sistema financiero público competitivo y eficiente que enfrente los nuevos desafíos de la banca moderna.

Instituciones Financieras no Reguladas

En el caso de las instituciones financieras no reguladas el 63.3% de sus clientes realizan visitas físicas, seguidos de un 13.3% por medio telefónico y un 10% utilizan medios web 2.0 que son aplicaciones que generan colaboración y servicios que reemplacen las aplicaciones de escritorio, dentro de sus canales de comunicación utilizan funcionarios que realizan visitas a sus clientes aunque este medio sirve para captar clientes y estas visitas son referentes a la ampliación de la cartera de créditos de tales instituciones.

Tabla No. 35

PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN IFIS NO REGULADAS

	Frecuencia	Porcentaje
Físico (va a la IFI no regulada)	19	63,3
Funcionario de la IFI no regulada me visita	2	6,7
A través del teléfono	4	13,3
A través de la Web 2.0	3	10,0
A través de medios impresos	2	6,7
<i>Total</i>	<i>30</i>	<i>100,0</i>

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

De los resultados se determina que aun existen clientes que no poseen la confianza suficiente como para pasar de canales de comunicación tradicionales como lo es la

visita personal del cliente a la institución financiera hacia canales más tecnológicos como por ejemplo la banca virtual y otros medios digitales o por el contrario existen instituciones que aún no han adoptado medios que vayan a la par con el avance tecnológico de la era, recalcando nuevamente la necesidad de escuchar a sus clientes para así mejorar y evolucionar los servicios digitales, cabe mencionar que existen instituciones extranjeras que han desarrollado de mejor manera este proceso como por ejemplo el “Banco de Sabadell ubicado en Barcelona - España” el cual se ha sumado a las iniciativas tecnológicas, incorporando las redes sociales en su modelo de interacción digital con sus clientes, utilizando las redes sociales evolucionando su modelo de relación pasando de las transacciones **bancarias en línea a las redes sociales con la banca.**

A pesar de poseer modelos a seguir la banca ecuatoriana se enfrenta a grandes desafíos a los cuales debe enfrentarse y así lograr que le permitan generar confianza y seguridad en cada canal de comunicación incorporado, además de estar sujeto a regulaciones y exigencias de los distintos entes que la rigen.

Aun así como formas de generar confianza en sus clientes en el Ecuador se han desarrollado prácticas donde a parte de mejorar su imagen, ofrecen servicios probados con nuevas y mejoradas tecnologías que incrementan en los usuarios la confianza y seguridad necesaria, estos son los ejemplos más notables de acuerdo al boletín informativo No 28 de abril 2011, emitido por BANRED donde se mencionan a las siguientes instituciones:

Banco Pichincha; sistema que se denomina biométrico

Esto significa la aplicación de un sistema biométrico que incluye el reconocimiento de huellas digitales o la pupila del ojo, en este caso todo se hace por claves desde las computadoras o celulares, dentro de este proceso es necesario poseer una cuenta de correo electrónico y número celular además de responder a preguntas personales para mayor seguridad.

Produbanco; seguridades con imágenes y coordenadas

La institución informó a sus clientes que desde el 1 de marzo, para realizar transacciones por la internet, el cliente debe solicitar su tarjeta de coordenadas **Llave en línea**, similar a la e-key utilizada por el Banco del Pichincha, la novedad de

este sistema es que las transacciones de los clientes sólo podrán realizarse únicamente desde el lugar definido previamente por el cliente, es decir no podrá hacerlo a través de cualquier computadora, si así lo hiciera el banco emitirá una alerta vía correo electrónico personal, solo si el cliente acepta se podrá continuar con la transacción.

Banco de Guayaquil; mecanismo de control

El Banco de Guayaquil tiene en operación su banca virtual, donde la comunicación con el cliente es mediante una capa de conexión segura, para lo cual el banco entregará una tarjeta de coordenadas que será activada y al momento de cada acceso el sistema le solicitará coordenadas aleatorias ya dadas en su tarjeta.

Banco del Pacífico; sistema intermático.

Este sistema antes de cualquier ingreso por el usuario el sistema le solicita que verifique que la dirección electrónica coincida con la que tiene desplegada en la página, luego le solicita que verifique que en la página de ingreso conste el sello representado por un candado denominado veri sing.

3.3. Servicio al cliente

“Los clientes constituyen el elemento vital de cualquier organización. Sin embargo, son pocas las organizaciones que consiguen adaptarse a las necesidades de sus clientes ya sea en cuanto a calidad, eficiencia o servicio personal. Es por ello que los directivos deben mejorar la calidad del servicio que ofrecen a sus clientes, ya que no es cuestión de elección: la vida de la organización depende de ello”¹¹.

Es normal ser testigos de la insatisfacción o el descontento que los clientes muestran antes los servicios brindados por los diferentes subsistemas financieros, sea a nivel de grandes y reconocidas instituciones como a nivel de instituciones de menores niveles de captaciones y colocaciones, la principal queja que es normal escuchar es el tiempo invertido en hacer una simple transacción bancario como depósitos o retiros, los usuarios siempre tratan de manifestar su insatisfacción ya sea porque no se sienten identificados o por el descuido al ser atendidos, lo que

¹¹DESATRICK, R. (1990). Cómo conservar su Clientela. El Secreto del Servicio. Editorial Legis IESA. Caracas.

conlleva a que el cliente no se sienta vinculado con su banco y sin dudarlo cambia de institución si le ofrecen una mejor prestación de servicios o incluso es común ver que los clientes poseen varias cuentas en las diferentes instituciones financieras.

Es importante tomar en cuenta que el sector de los servicios financieros está en constante evolución lo que significa que es altamente competitivo, la mayor parte de instituciones financieras buscan de alguna manera proteger su base de clientes, o buscar nuevas formas de negocios que sean atractivos para sus clientes. Es decir la mayoría de las instituciones ofrecen a la par una mezcla de productos y servicios con distintas características entre las que se destacan¹²:

- Intangibilidad: Boyes, Stone (2003) los define aquello que no puede ser tocado, probado, fundido o visto.
- Heterogeneidad: Los servicios son variados y se ajustan a la necesidad de cada cliente.
- Inseparabilidad: El servicio es inseparable de la fuente que lo provee en otras palabras producción y consumo ocurren simultáneamente con el servicio.
- Perecederidad: Los servicios financieros no pueden ser producidos antes de ser requeridos es decir que “cuando un servicio no es utilizado cuando está disponible entonces la capacidad del servicio se desperdicia.” Siendo importante igualar la oferta con la demanda para prestar los servicios financieros a través de todos los canales de comunicación.

Bajo este panorama es innegable que para permanecer en el mercado financiero se requiere en esencia proveer el mejor servicio y al mejor costo además de ofrecer confiabilidad, disponibilidad, agilidad y calidad de la información para lo cual se requiere tecnologías eficientes y capaces de evolucionar de manera rápida y flexible siendo tales inversiones gradualmente financiable.

¹²Nueva economía, internet y tecnología, (2007, julio). Aplicación de herramientas tecnológicas a los servicios financieros. Extraído el 01 de diciembre de 2011 desde: www.conferenciasyformacion.com/conferencias/descargar_pdf/730

3.3.1. Calidad del Servicio al Cliente

- **Banca Privada**

A pesar de que la Banca privada es uno de los grupos de mayor importancia, se observa que los clientes consideran en un 52.2% como bueno, y un 45.4% dentro de la frecuencia de muy bueno, debido a que muchas veces como clientes valoramos la calidad de los servicios en función de sus costos, porque si evaluáramos de manera más profunda y enfocada a las distintas formas de atención seguramente que nuestras valoraciones serían mucho más desfavorables, siendo necesario crear vínculos que relacionen la incorporación de nuevas tecnologías y la satisfacción de los clientes para los cuales cada institución debe segmentarlos para así brindar y determinar la mejor forma de atención al cliente.

Tabla No: 36

¿Cómo valora servicio cliente Banca Privada?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Bueno	167	45,4
Bueno	192	52,2
Malo	4	1,1
Muy Malo	5	1,4
Total	368	100,0

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

- **Cooperativas**

Las cooperativas han ido ganando mercado en nuestro país sobre todo en lugares donde buscan el desarrollo de microempresas, se observa un mayor porcentaje dentro de la categoría muy buena que es del 51% y 47% como calificación bueno, valoraciones que indican que este subsistema busca a su manera mejorar el servicio hacia sus clientes aunque dentro de sus fortalezas para atraer a sus clientes están sus costos y tramites a realizar para obtener sobre todo prestamos, razón por la cual muchos de sus clientes prefieren en su mayor optar por los productos que ofrecen este subsistema de cooperativas.

Tabla No: 37
¿Cómo valora servicio cliente
Cooperativa?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Bueno	26	51,0
Bueno	24	47,1
Malo	1	2,0
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
 Elaborada por: Las autoras

- **Mutualistas**

Para los clientes de Mutualistas el 61.5% considera la calidad de los servicios como muy bueno, y el 38.5% como bueno, dentro de este subsistema existen menores instituciones que la conforman a nivel de plaza Quito, y sus productos se enfocan más hacia el sector inmobiliario, generando confianza entre sus clientes.

Tabla No: 38
¿Cómo valora servicio cliente
Mutualista?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Bueno	8	61,5
Bueno	5	38,5
Total	13	100,0

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
 Elaborada por: Las autoras

- **Banca pública**

La banca pública posee mayores retos hacia sus clientes pues se muestra que su valoración solo alcanzó a niveles de bueno con un 90.1%, lo que evidencia la necesidad de transformar la banca pública y de ser más competitiva a nivel de todo el sistema financiero necesita una reestructuración que agilite y propenda a servicios financieros de mejor calidad.

Tabla No: 39

¿Cómo valora servicio cliente Banca Pública?

	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	10	90,9
Malo	1	9,1
Total	11	100,0

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

- **Instituciones financieras no reguladas**

Las Instituciones financieras no reguladas no pueden ser dejadas de lado puesto que constituyen un intento de fortalecer las economías sobre todo rurales para garantizar el desarrollo de las poblaciones carentes de servicios eficientes y adecuados a su realidad, por lo su prevalencia hace que los clientes de este subsistema lo califica en un 76.2% como muy bueno, debido en sí a los mecanismos utilizados para atraer clientes, junto con un alto grado de vinculación social que a pesar de no tener legalizado sus operaciones como el resto de subsistemas apoya e intenta generar confianza a cada sector de la población que atienden es decir que se debe fomentar y también establecer políticas de gobierno que controlen permanentemente a este subsistema ya que existen instituciones que operan de manera clandestina y muchas veces representan un perjuicio. Pero de otro lado existen instituciones no reguladas que han permanecido en el mercado y se han ganado la base de clientes que poseen.

Tabla No: 40

¿Cómo valora servicio cliente en IFI no regulada?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Bueno	16	76,2
Bueno	5	23,8
Total	21	100,0

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)
Elaborada por: Las autoras

3.3.2. Mejoras que los clientes consideran que le gustaría recibir

Para el punto de las mejoras que los clientes consideran que se deben realizar en las instituciones financieras, la pregunta ¿Cómo cliente de la institución financiera que mejoras le gustaría recibir? fue dirigida solamente hacia los clientes del Banco del Pacífico plaza Quito y dentro de este marco es importante señalar que el mencionando banco a pesar de tener como principal accionista al Banco Central del Ecuador forma parte de la banca privada, actualmente dentro de su enfoque transaccional prestan sus servicios a la empresa pública lo que representa un volumen operacional considerable dentro de sus actividades.

El Banco del Pacífico al igual que otras instituciones financieras privadas posee un nuevo modelo de banca, presentando un cambio significativo en la imagen institucional y el capital humano con el que cuentan. Dentro de este punto se intentó indagar dentro de las siguientes categorías las cuales toman en cuenta las mejoras dentro de los productos financieros, la imagen institucional, el servicio al cliente, recurso humano, tecnología, tramitología, costos, de estas opciones se ha clasificado tres de las más importantes siendo que como primera mejora los clientes consideran en un 34% que se debe mejorar la atención al cliente, dentro de este punto es necesario entender que las necesidades de cada cliente son diferentes ya que éstas vienen determinadas en su mayoría por condicionantes personales, siendo así que por ello no existen soluciones estándar lo que hace que las instituciones financieras busquen necesariamente una relación personalizada y de acuerdo a cada objetivo de los clientes de la banca privada. La segunda mejora en importancia es la tramitología con un 31.2% sobre todo al momento de acceder hacia algún crédito sobretodo en reunir todo el papeleo aunque las instituciones para disminuir la brecha de acceso a créditos han implementado mecanismo de crédito por medio de tarjetas donde el trámite es mínimo, pero los montos son los que difieren entre créditos comunes y el servicio de tarjetas de crédito. La tercera mejora que perciben los clientes en un 60.5% está relacionada con los costos, dentro de este punto es inminente que no existe una verdadera atención hacia los clientes y cada vez son más los clientes que no logran diferenciar un banco de otro, y que eligen los productos exclusivamente por los costos; siendo importante crear métodos de diferenciación muy atractivos que logren optimizar la atención al cliente.

Tabla No: 41
Tres principales mejoras que los clientes quisieran recibir:

BANCA PRIVADA Categorías	Primera Mejora		Segunda Mejora		Tercera Mejora	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Mejoras en los productos y ss. Financieros	90	31,3	7	3,0	2	1,1
Mejorar imagen institucional	9	3,1	9	3,8	3	1,7
Mejorar servicio al cliente	98	34,0	45	19,0	11	6,2
Mejorar recurso humano	10	3,5	21	8,9	15	8,5
Mejorar tecnología	13	4,5	42	17,7	3	1,7
Mejorar tramitología	23	8,0	74	31,2	36	20,3
Costos	16	5,6	39	16,5	107	60,5
Todo bien	29	10,1	0	0	0	0
Total	288	100,0	237	100,0	175	98,9

Fuente: Encuesta diseñada para el proyecto (U.T.P.L. 2011.)

De lo expuesto es claro considerar que independientemente de los canales de comunicación que cada institución financiera utilice se debe siempre lograr que los usuarios puedan satisfacer sus dudas o consultas, siendo las respuestas entregadas integrales y las mismas así sean por teléfono o por cualquier otro medio, de todo este proceso cada institución puede determinar sus debilidades a mejorar, siendo clave que se busque un proceso de confianza y fidelidad en cada cliente, pues es normal que las personas manifiesten una tendencia a refugiarse en instituciones de marcas reconocidas pues ellas les transmiten más solidez a la hora de cualquier problema en el entorno económico, y siempre son las instituciones financieras grandes las que logran generar dicha confianza.

CONCLUSIONES

- El sistema Financiero como tal es el encargado de facilitar la intermediación financiera entre el público y la propia entidad, siendo su objetivo fundamental canalizar el ahorro hacia la inversión favoreciendo a las personas que cumplan los requisitos pedidos por la entidad financiera.
- La influencia del desarrollo tecnológico sobre todo a nivel de comunicación entre banca y cliente está alcanzando niveles sorprendentes, pero aún así es notoria la falta de comunicación a nivel de banca privada, siendo necesario e indispensable nuevos medios de comunicación virtuales como por ejemplo twitter, facebook, entre otros, sin olvidar los códigos de seguridad que garanticen los fondos de cada cliente lo que les otorgaría a dicho subsistema fidelidad y confianza.
- Un gran porcentaje de clientes del Banco del Pacífico utilizan la forma más común de acercamiento que es la visita física, los usuarios no utilizan y tampoco existen medios virtuales generalizados dentro de cada entidad, siendo aún más importante que el banco mejore o incremente nuevos y eficientes canales de comunicación con el cliente.
- El sistema financiero en su mayoría solo utiliza a las redes sociales como una manera de marketing, hace falta crear mecanismos que impulsen y a la vez garanticen el acceso de los usuarios por cualquier medio digital y así disminuir tiempos y mejorar la calidad del servicio de las diferentes instituciones financieras.

- Es un factor importante para los clientes del Banco del Pacífico la atención oportuna y eficaz ya que actualmente se caracteriza por la lentitud y caos a la hora de realizar trámites simples de ventanilla y servicios comunes, esto nos invita a reflexionar que hoy en día para el cliente no sólo es importante el prestigio el tamaño o trayectoria de la entidad financiera, sino más bien la facilidad y ventajas obtenidas por el cliente al momento de realizar todo tipo de requerimiento bancario.
- Los clientes del Banco Pacífico consideran como segunda mejora necesaria la tramitología al momento de acceder a alguna transacción bancaria, especialmente para la obtención de un crédito, ya que los trámites son bastantes largos y muchas veces no se logra el objetivo, por lo que es más viable y fácil endeudarse en tarjetas de créditos que momentáneamente solucionan la falta de liquidez, pero que a la larga perjudican al cliente ya que aumentan sus deudas dejando de lado el ahorro, lo que confirma que gran parte de la población ecuatoriana está sobre endeudada.
- Después de la crisis financiera que afectó al país en el año 99, la Superintendencia de Bancos y Seguros ha mejorado su labor como ente regulador de la banca ecuatoriana, lo cual ha influido positivamente entre los clientes de las instituciones financieras que tienen mayor confianza en las mismas, ya que sienten estar respaldados por parte del estado, obteniendo como resultado el fomento del ahorro y la inversión.
- El sector productivo considerado uno de los mayores generadores de empleo necesita siempre de nuevos recursos, los que se consiguen en el mercado

financiero, que a la vez es alimentado por los ahorradores que se motivarán por mejores tasas de interés y por la seguridad que la banca ofrezca, he aquí la necesidad de generar un círculo virtuoso donde se combinen tanto la fuerza del sistema financiero como de la de sus clientes en general.

- Si el cliente mira mayor diversidad de productos y servicios en el Banco del Pacífico, le resultará más difícil el romper completamente sus relaciones financieras con dicha entidad creándose eminentemente una barrera de salida, pues al tener varias opciones influirá al momento de pretender trasladar todas sus transacciones a otra entidad.
- La mayoría de los clientes del Banco Pacífico se han visto en la necesidad de manejar sus cuentas en dicha entidad debido a que al tener relación de dependencia, sus empleadores realizan la acreditación de sus sueldos y salarios obligatoriamente en esta entidad como las personas que laboran en la Policía Nacional y en distintos ministerios públicos, por lo que es necesario conservar a estos segmentos de clientes y ofrecer servicios y productos acordes a las necesidades de los mismos.
- Entre las principales iniciativas del Banco Pacífico tenemos la opción de realizar créditos hipotecarios con el fin de acceder a planes de vivienda coherentes con la capacidad adquisitiva de sus clientes siendo una de las posibilidades de captar nuevos nichos de clientes creándose así una verdadera identidad entre banco y cliente.

- En lo que se refiere a la comunicación del Banco del Pacífico con sus clientes sobre todo a nivel de cobertura mínima, se requieren mejoras pues de acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta, la visita física al banco es la preferencia, por lo que se debe insistir en ampliar nuevas y mejoradas formas de comunicación con el cliente.

RECOMENDACIONES

- Es necesario mejorar el acercamiento hacia el cliente, renovando e implementando la eficacia de los medios digitales y propiciar campañas de uso y adaptación para estas nuevas tecnologías, a través de medios escritos y la transmisión de manuales a los clientes por correo electrónico o su publicación en las redes sociales, en los que se garantice el acceso seguro de los usuarios para realizar transacciones en el menor tiempo posible y con mayor calidad en los servicios.
- Es importante viabilizar la utilidad las redes sociales como un medio de contacto eficaz con el cliente en páginas más dinámicas con enlaces directos a los diferentes portales de servicios que faciliten el uso, con mayores alternativas para el usuario.
- El Banco del Pacífico debe trabajar por minimizar el tiempo y mejorar la calidad de atención al cliente en los trámites bancarios y ventanillas con la implementación de portales de servicios que permitan mayor satisfacción a los clientes y la adecuada orientación en las necesidades que se presenten de acuerdo a los requerimientos de cada cliente.
- La Superintendencia de Bancos, la Junta Monetaria y el Banco Central, si bien han mejorado su misión creando un ámbito financiero favorable para el país, falta que estudien un aumento de las tasas pasivas y una reducción de las tasas activas, motivando al ahorro que es importante para financiar el

crecimiento del producto interno bruto, aunque también depende de un incremento de los ingresos y el cambio de una cultura consumista.

- Todo el sistema financiero debe mejorar los canales de información hacia el cliente, para educar y a la vez motivarlos a utilizar los productos y servicios que ofertan y tener un alto grado de satisfacción.
- Es necesario que el Banco Pacífico amplíe las sucursales de atención y el horario dentro de los fines de semana y feriados ya que actualmente solo funciona en agencias de centros comerciales de turno lo que ocasiona descontento en el cliente que necesita de dichos servicios sobre todo en los fines de semana.
- El sistema financiero debe percibir que la atención y el servicio al cliente, es lo que marcará definitivamente al momento de elegir una institución financiera.
- Dentro de los nuevos paradigmas a los que debe enfrentarse el Banco del Pacífico es buscar los medios para convertirse en parte de la banca privada con conciencia social, enfocada a las necesidades financieras de sus clientes siendo las principales la vivienda, vestido y alimentación, asumiendo el reto de convertirse en un sistema de desarrollo social mediante productos competitivos que vayan acompañados de nuevas e innovadas tecnologías, sin dejar de lado la seguridad y el respaldo que deben ofrecer a todos los segmentos a los cuales están prestando sus servicios.

BIBLIOGRAFÍA

- ASBP, (2011, julio). El financiamiento bancario genera desarrollo productivo. Boletín informativo de la asociación de bancos privados del Ecuador No 012.
- Barrutia J.M., (2002). Marketing bancario en la era de la información Madrid-España. ESIC
- CHIRIBOGA ROSALES, Luis Alberto. “Sistema Financiero” primera edición, 2007. Quito –Ecuador.
- Decreto No. 194 – Reglamento que rige la constitución, organización, funcionamiento y liquidación de las cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público y las cooperativas de segundo piso sujetas al control de la Superintendencia de Bancos y Seguros.
- GONZÁLEZ A., LÓPEZ Pascual J. (2001) Gestión Bancaria, España, Mc Graw Hill
- Investigación Ekos; Econestad. (2011). Análisis del sector financiero Ecuador 2011. Revista Ekos 204 (1), 28-62.
- Investigación Ekos. Ranking Sistema Financiero a julio 2007. Revista Ekos de Oro - 2007
- Ley General de Instituciones del Sistema Financiero Ecuatoriano, art. 2
LKS Consultores
- MUÑOZ BERMEO, Roberto. Publicación en la Superintendencia de Bancos del Desarrollo financiero a 2010
- DESATRICK, R. (1990). Cómo conservar su Clientela. El Secreto del Servicio. Editorial Legis IESA. Caracas.
- PALADINES, Salvador. “ Legislación Monetaria y Bancaria”, 2003, pág. 69
Revista Líderes
- TOBAR MARURI, Paulina. Publicación del Desarrollo financiero de diciembre 2005 a junio 2010 en la Superintendencia de Bancos y Seguros
- TOBAR MARURI, Paulina. Influencia de los sistemas controlados en el incremento o decrecimiento de la profundización de servicios financieros. Período junio 2007 – junio 2008.

NETGRAFÍA

- SALGADO, Wilma (noviembre de 2010). "Banca de desarrollo en el Ecuador". Impreso en Naciones Unidas, Santiago de Chile: Consulta 05- 09-2011] Disponible en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/0/41500/lcl3260pe.pdf>.
- Prensa Presidencial, El Ciudadano, (2010) Gobierno presentó medidas económicas para incentivar la producción y el empleo. Disponible en: http://www.elciudadano.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=5181:gobierno-presento-medidas-economicas-para-la-produccion-y-el-empleo&catid=3:economi. Consulta 05- 09-2011]
- Unidad Editorial, (2011, diciembre). SOCIAL MEDIA EN ENTIDADES FINANCIERAS. Extraído el 15 de diciembre de 2011 desde: www.conferenciasyformacion.com/conferencias/descargar_pdf/730.
- Nueva economía, internet y tecnología, (2007, julio). Aplicación de herramientas tecnológicas a los servicios financieros. Extraído el 01 de diciembre de 2011 desde: www.conferenciasyformacion.com/conferencias/descargar_pdf/730.
- Superintendencia de Bancos
www.sbs.gob.ec
- Banco del Pacífico
www.bp.fin.ec
- Banco Pichincha
www.pichincha.com
- Produbanco
www.produbanco.com
- Universidad Técnica Particular de Loja
www.utpl.edu.ec/consultoriojuridico/index.php?option=com_content&view
- Federación Latinoamericana de Bancos
www.felaban.com/pdf/servicios_financieros.pdf

ANEXOS

ANEXO 01: Comparativo de Captaciones Dic 2008 – Dic 2010 SISTEMA FINANCIERO

CAPTACIONES	DIC. 2008	DIC.2009	DIC. 2010
BANCA PRIVADA	5.749.349,71	6.236.688.187	7.109.319.517,22
COOPERATIVAS	114.003,35	243.181.120	329.322.345,18
MUTUALISTAS	167.382,32	164.805.659	199.470.485,15
BANCA PUBLICA	183.571,61	1.029.725.027	1.129.536.433,83
SOCIEDADES FINANCIERAS	291.312,25	263.148.608	366.713.296,73
TOTAL CAPTACIONES.	6.823.721,69	7.937.548.601	9.134.362.078,11

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros – DNE / Subdirección de Estadísticas

Comparativo de Colocaciones Dic 2008 – Dic 2010

COLOCACIONES	DIC. 2008	DIC.2009	DIC. 2010
COMERCIAL	2.161.117,99	2.152.841,46	2.526.298,6
CARTERA DE CONSUMO	1.943.998,73	1.884.519,58	2.336.563,47
CARTERA VIVIENDA	815.761,05	668.914,52	744.137,77
CARTERA MICROEMPRESA	451.927,47	764.402,79	388.203,00
TOTAL COLOCACIONES	5.372.805,24	5.470.678,35	5.995.202,84

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros – DNE / Subdirección de Estadísticas

ANEXO 02:

SISTEMA FINANCIERO NACIONAL PROFUNDIZACION FINANCIERA DE DEPÓSITOS					
	dic-07	dic-08	dic-09	dic-10	Variación
BANCA PUBLICA	0.69%	0.83%	2.54%	2.57%	0.02
BANCOS PRIVADOS	22.51%	23.55%	26.28%	27.93%	1.65
COOPERATIVAS	2.04%	2.09%	2.65%	3.21%	0.56
MUTUALISTAS	0.95%	0.58%	0.61%	0.67%	0.06
SOCIEDADES FINANCIERAS	0.76%	0.96%	0.88%	1.09%	0.21
Total General	26.94%	28.02%	32.97%	35.47%	2.49

ANEXO 03.**Evolutivo de Captaciones 2008-2010 - BANCA PRIVADA**

BANCA PRIVADA			
NOMBRE DE LA CUENTA	2008	2009	2010
DEPOSITOS A PLAZO	2.210.674,48	2.108.809,51	2.086.340,61
DEPOSITOS MONETARIOS	2.318.939,72	2.628.214,48	3.120.502,32
DEPOSITOS DE AHORRO	1.145.052,06	1.376.382,89	1.740.394,86
OTROS DEPOSITOS	74.683,46	123.281,29	162.081,75
TOTAL	5.674.666,25	6.236.688,18	7.109.319,52

Evolutivo de Captaciones 2008-2010 - BANCA PUBLICA

BANCA PUBLICA			
NOMBRE DE LA CUENTA	2008	2009	2010
DEPOSITOS A PLAZO	102.374,50	950.534,70	1.009.074,14
DEPOSITOS MONETARIOS	19.467,09	15.850,22	39.567,78
DEPOSITOS DE AHORRO	27.567,41	22.843,85	40.064,56
OTROS DEPOSITOS	34.162,60	40.496,26	40.829,95
TOTAL	183.571,61	1.029.725,02	1.129.536,43

Evolutivo de Captaciones 2008-2010 - COOPERATIVAS

COOPERATIVAS			
NOMBRE DE LA CUENTA	2008	2009	2010
DEPOSITOS A PLAZO	75.004,48	107.468,27	159.733,51
DEPOSITOS DE AHORRO	101.909,35	122.282,36	149.838,91
OTROS DEPOSITOS	16.261,91	13.430,49	12.463,22
TOTAL	193.175,74	243.181,12	322.035,63

Evolutivo de Captaciones 2008-2010 - MUTUALISTAS

MUTUALISTAS			
NOMBRE DE LA CUENTA	2008	2009	2010
DEPOSITOS A PLAZO	86.845,18	80.990,71	98.537,77
DEPOSITOS DE AHORRO	79.633,25	82.717,80	99.688,72
OTROS DEPOSITOS	903.888,92	1.097.145,25	1.244.002,75
TOTAL	167.382.311,71	164.805.659	199.470.485

Evolutivo de Captaciones 2008-2010 SOCIEDADES FINANCIERAS

SOCIEDADES FINANCIERAS			
NOMBRE DE LA CUENTA	2008	2009	2010
DEPOSITOS A PLAZO	291.312,25	263.148,61	364.094,99
OTROS DEPOSITOS	-	-	2.618.29,91
TOTAL	291.312,25	263.148,61	366.713.297

ANEXO 04:

TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS

Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual			Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento	% anual		
	2008	2009	2010		2008	2009	2010
Productivo Corporativo	9.14	9.19	8.68	Productivo Corporativo	9.33	9.33	9.33
Productivo Empresarial	11.13	9.90	9.54	Productivo Empresarial	11.83	10.21	10.21
Productivo PYMES	15.76	11.28	11.30	Productivo PYMES	16.30	11.83	11.83
Consumo	18.55	17.24	15.94	Consumo	21.24	18.92	16.30
Vivienda	10.87	11.15	10.58	Vivienda	11.33	11.33	11.83
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.91	23.29	23.11	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50	25.50	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	29.16	27.78	25.57	Microcrédito Acumulación Simple	33.30	33.30	27.50
Microcrédito Minorista	31.84	30.54	29.04	Microcrédito Minorista	33.90	33.90	30.50

TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO

Tasas Referenciales	% anual			Tasas Referenciales	% anual		
	2008	2009	2010		2008	2009	2010
Depósitos a plazo	5.09	5.24	4.28	Depósitos de Ahorro	0.61	1.37	1.41
Depósitos monetarios	2.03	1.51	0.85	Depósitos de Tarjetahabientes	1.57	1.33	0.58
Operaciones de Reporto	1.62	1.16	0.32				

TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO

Tasas Referenciales	% anual			Tasas Referenciales	% anual		
	2008	2009	2010		2008	2009	2010
Plazo 30-60	4.44	4.61	3.41	Plazo 121-180	6.1	5.95	5.17
Plazo 61-90	4.63	5.11	3.69	Plazo 181-360	6.05	6.58	5.74
Plazo 91-120	5.64	5.66	4.44	Plazo 361 y más	6.18	7.32	6.48

OTRAS TASAS REFERENCIALES

	% anual				% anual		
	2008	2009	2010		2008	2009	2010
Tasa Pasiva Referencial	5.09	5.24	4.28	Tasa Legal	9.14	9.19	8.68
Tasa Activa Referencial	9.14	9.19	8.68	Tasa Máxima Convencional	9.33	9.33	9.33

ANEXO 05: PLANTILLA DE LA ENCUESTA

CUESTIONARIO
"Preferencias en el uso de productos y servicios financieros que ofrece en 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 e) Ninguno

1.4 Disponibilidad de correo electrónico a) SI b) No

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

1.6 Dispone actualmente de una cuenta de correo electrónico?
 a) SI b) No

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

1.7 Dispone actualmente de una cuenta en una red social como facebook, his u otras?
 a) SI b) No

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

II. Acceso y preferencia de productos y servicios financieros

2.1 Es cliente de alguna institución financiera?
 SI No

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

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

c) En el corto plazo le interesaría ser cliente de una institución financiera. De cuál?
 SI No

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

2.1.1 Indique ¿en qué tipo de institución financiera es cliente? y ¿qué producto (s) mantiene?

Detalle de instituciones financieras		Productos Financieros												Servicios Financieros																									
N°	Codigo	Nombre IFIS	Captación				Creditos				Colocación				Bancarias	Interbancarias	Nacionales	Internacionales	Servicios Básicos	Centros educativos	Pagos	Interbancarios	Aportes patronales	Aportes	MIPES	Maticulación	Vehicular	Bono de desarrollo humano	Cheques exterior	Cheques interna	Cheques certificados	Referencia bancaria	Castros de seguridad	Bloques temporal de cuentas	Tarjetas Mexico	Otro	Especifique		
			Cuenta de ahorro	Cuenta corriente	Plazo	Otras Especificaciones	Consumo	Comercial	Vivienda	Microcredito	Ciudad	Vista	American Express	Dinners Club																								Mastercard	Master Y Visa
Subtotal																																							
I. BANCOS																																							
N°	Codigo	Nombre IFIS																																					
II. COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO																																							
N°	Codigo	Nombre IFIS																																					
III. MUTUALISTAS																																							
N°	Codigo	Nombre IFIS																																					
IV. SOCIEDADES FINANCIERAS																																							
N°	Codigo	Nombre IFIS																																					
V. BANCA PUBLICA																																							
N°	Codigo	Nombre IFIS																																					
VI. COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO NO REGULADAS																																							
N°	Codigo	Nombre																																					
VII. CAJA DE AHORRO Y CREDITO																																							
N°	Codigo	Nombre																																					
		Total																																					

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					Inst. financ. No reg.
	Bancos	Cooperativas	Mutualistas	Sociedades financ.	Banca pública	
I Solidez						
II Tradición						
III Prestigio						
IV Recomendación						
V Cobertura						
Productos y serv.						
VI Financieros						
VII Costos						
VIII Servicio al cliente						
IX Ubicación						
X Trámiteología						
XI Otros (especifique)						1
XII No contesta						2

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

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

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

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

Especifique _____

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS BANCOS PRIVADOS

SERVICIOS	BCE - TARIFAS MAXIMAS	BANCOS PRIVADOS GRANDES			
		PACIFICO	PICHINCHA	PRODUBANCO	GUAYAQUIL
Servicios con cuentas corrientes					
Costo por un cheque	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Cheque devuelto nacional	2,79	2,79	2,79	2,79	2,79
Cheque devuelto del exterior	3,24	3,24	3,24	3,24	3,24
Cheque certificado	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Cheque de gerencia	2,50	2,5	2,50	2,5	2,50
Cheques consideración cámara de compensación	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Oposición al pago de cheques	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Abstención de pago de cheques	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Revocatoria de cheques	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Servicios de retiros					
Retiro cajero automático clientes de la propia entidad en cajero de otra entidad	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Retiro cajero automático clientes de otra entidad en cajero de la entidad	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Retiro de efectivo en corresponsales no bancarios de la propia entidad	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35
Servicios de consultas					
Consultas impresas en cajeros automáticos	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35
Servicios de referencias					
Emisión y entrega de referencias bancarias	2,65	2,65	2,65	2,65	2,65
Cortes de estados de cuentas	1,83	1,83	1,83	1,83	1,83
Servicios de entrega					
Entrega de estado de cuenta a domicilio	1,66	1,66	1,66	1,66	1,66
Entrega de estado de cuenta en oficina de la entidad	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Servicios de copias					
Copias de voucher / vale nacional de consumos con tarjetas de crédito y/o tarjetas de débito	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Copias de voucher / vale del exterior de consumos con tarjetas de crédito y/o tarjetas de débito	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Copia de estados de cuenta de tarjetas de crédito	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Servicios de transferencias					
Transferencias interbancarias SPI recibidas	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Transferencias interbancarias SPI enviadas por internet	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Transferencias interbancarias SPI enviadas en oficina de la entidad	2,15	2,15	2,15	2,15	2,15
Transferencias interbancarias SCI enviadas por internet	0,28				
Transferencias interbancarias SCI enviadas en oficina de la entidad	1,93				
Transferencias enviadas al exterior en oficina de la entidad	55,49	55,49	55,49	55,49	55,49
Transferencias enviadas al exterior (América)	55,49	55,49	45,00		55,49
Transferencias enviadas al exterior (Perú)	55,49	55,49	30,00		55,49
Transferencias enviadas al exterior (BP España)	55,49	55,49	14,00		55,49
Transferencias enviadas al exterior (Bpopular España y Francia)	55,49	55,49	30,00		55,49
Transferencias recibidas desde el exterior	10,00	10,00	8,00	10,00	10,00
Transferencias nacionales otras entidades oficina	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Servicios de consumos nacionales					
Consumos en gasolineras con tarjetas de crédito y/o tarjeta de débito	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26
Servicios de reposición					
Reposición de libreta/cartola/estado de cuenta por pérdida, robo o deterioro	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Reposición de tarjetas de débito	4,94	4,94	4,94	4,94	4,94
Servicios de emisión					
Emisión de tarjetas de débito	5,15	5,15	5,15	5,15	5,15
Servicios de renovación					
Renovación de tarjetas de débito	1,85	1,85	1,85	1,85	1,85

SERVICIOS	BCE TARIFAS MAXIMAS	BANCOS PRIVADOS MEDIANOS					
		AUSTRO	BOLIVARIANO	RUMIÑAHUI	INTERNACIONAL	MACHALA	PROMERICA
Depósitos a cuentas							
Cuenta de ahorros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuenta corriente	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuenta básica	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depósitos a plazos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inversiones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Administración, mantenimiento, mantención y manejo de cuentas							
Cuenta de ahorros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuenta corriente	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuenta básica	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depósitos a plazos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inversiones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Consulta de cuentas							
Consulta, Oficina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Consulta visual, Cajero automático	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Consulta, Internet	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Consulta, Banca Telefonica	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Retiros de dinero							
Retiro de dinero por ventanilla de la propia entidad	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Retiro de dinero por cajero automático clientes propia entidad	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Transferencia dentro de la misma entidad							
Transferencias, medios físicos (ventanilla)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Transferencias, medios electrónicos (cajero automático, internet, telefono, celular y otros)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cancelación o cierre de cuentas							
Cuenta de ahorros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuenta corriente	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuenta básica	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Activación de cuentas							
Activación de Cuenta de ahorros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Activación de Cuenta corriente	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Activación de Cuenta básica	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Activación de Tarjeta de Crédito	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Activación de Tarjeta de Débito y/o Pago	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento de Tarjeta de Crédito							
Mantenimiento de Tarjeta de Crédito	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento pago mínimo de T. Crédito	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento pago total de T. Crédito	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pagos a Tarjetas de Crédito							
Pagos a T. Crédito, por los diferentes canales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Bloqueo, anulación o cancelación							
Bloqueo, anulación o cancelación de Tarjeta de Débito y/o Pago	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Bloqueo, anulación o cancelación de Tarjeta electrónica de Cuenta Básica	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Bloqueo, anulación o cancelación de Tarjeta de Crédito	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Emisión de Tabla de Amortización							
Emisión de T. Amortización, primera impresión	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Transacciones fallidas en cajeros automáticos							
Transacciones fallidas en cajeros automáticos, todos los casos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Reclamos de clientes							
Reclamos justificados	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Reclamos injustificados	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Frecuencia de transacciones							
Cuenta de ahorros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuenta corriente	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuenta básica	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Tarjeta de crédito	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Reposición libreta/ cartola/ estado de cuenta por actualización							
Reposición libreta/ cartola/ estado de cuenta por actualización	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

SERVICIOS	BCE - TARIFAS	BANCOS PRIVADOS MEDIANOS					
		AUSTRO	BOLIVARIANO	RUMIÑAHUJ	INTERNACIONAL	MACHALA	PROMERICA
Servicios con cuentas corrientes							
Costo por un cheque	0,30	0,30	0,30	0,10 y 0,30	0,30	0,30	0,30
Cheque devuelto nacional	2,79	2,79	2,79	2,79	2,79	2,79	2,79
Cheque devuelto del exterior	3,24	3,24	3,24	3,24	3,24	3,24	3,24
Cheque certificado	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Cheque de gerencia	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Cheques consideración cámara de compensación	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Oposición al pago de cheques	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Abstención de pago de cheques	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Revocatoria de cheques	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Servicios de retiros							
Retiro cajero automático clientes de la propia entidad en cajero de otra entidad	0,50	0,50	0,50	0,30		0,50	0,50
Retiro cajero automático clientes de otra entidad en cajero de la entidad	0,50	0,50	0,50	0,50		0,50	no aplica
Retiro de efectivo en corresponsales no bancarios de la propia entidad	0,35	0,35	0,35	0,35		0,35	
Servicios de consultas							
Consultas impresas en cajeros automáticos	0,35	0,35	0,35	0,25 - 0,30	0,35	0,00	0,35
Servicios de referencias							
Emisión y entrega de referencias bancarias	2,65	2,65	2,65	2,65	2,65	2,65	2,65
Cortes de estados de cuentas	1,83	1,83	1,83	1,83	1,83	1,83	1,83
Servicios de entrega							
Entrega de estado de cuenta a domicilio	1,66	1,66	1,66	1,66	1,66	1,66	1,66
Entrega de estado de cuenta en oficina de la entidad	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Servicios de copias							
Copias de voucher / vale nacional de consumos con tarjetas de crédito y/o tarjetas de débito	2,00						
Copias de voucher / vale del exterior de consumos con tarjetas de crédito y/o tarjetas de débito	10,00						
Copia de estados de cuenta de tarjetas de crédito	0,50						
Servicios de transferencias							
Transferencias interbancarias SPI recibidas	0,30	0,30	0,30			0,30	0,00
Transferencias interbancarias SPI enviadas por internet	0,50					0,50	0,50
Transferencias interbancarias SPI enviadas en oficina de la entidad	2,15			2,15		2,15	2,15
Transferencias interbancarias SCI enviadas por internet	0,28					0,28	
Transferencias interbancarias SCI enviadas en oficina de la entidad	1,93				1,93	1,93	
Transferencias enviadas al exterior en oficina de la entidad	55,49	55,49	55,49	45,00	55,49	55,49	55,00
Transferencias recibidas desde el exterior	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Transferencias nacionales otras entidades oficina	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Servicios de consumos nacionales							
Consumos en gasolineras con tarjetas de crédito y/o tarjeta de débito	0,26	0,26	0,26				
Servicios de reposición							
Reposición de libreta/cartola/estado de cuenta por pérdida, robo o deterioro	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Reposición de tarjetas de débito	4,94	4,94	4,94	4,94	4,94	4,94	4,94
Servicios de emisión							
Emisión de tarjetas de débito	5,15	5,15	5,15	5,15	5,15	5,15	5,15
Servicios de renovación							
Renovación de tarjetas de débito	1,85	1,85	1,85	1,85	1,85	1,85	1,85

SERVICIOS	BCE TARIFAS MAXIMAS	BANCOS PRIVADOS PEQUEÑOS								
		AMAZONAS	COFIEC	COMERCIAL DE MANABI	LITORAL	LOJA	SOLIDARIO	TERRITORIAL	UNIBANCO	DEL BANK
Depósitos a cuentas										
Cuenta de ahorros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuenta corriente	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuenta básica	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depósitos a plazos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inversiones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Administración, mantenimiento, mantención y manejo de cuentas										
Cuenta de ahorros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuenta corriente	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuenta básica	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depósitos a plazos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inversiones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Consulta de cuentas										
Consulta, Oficina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Consulta visual, Cajero automático	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Consulta, Internet	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Consulta, Banca Telefonica	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Retiros de dinero										
Retiro de dinero por ventanilla de la propia entidad	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Retiro de dinero por cajero automático clientes propia entidad	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Transferencia dentro de la misma entidad										
Transferencias, medios físicos (ventanilla)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Transferencias, medios electrónicos (cajero automático, internet, teléfono, celular y otros)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cancelación o cierre de cuentas										
Cuenta de ahorros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuenta corriente	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuenta básica	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Activación de cuentas										
Activación de Cuenta de ahorros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Activación de Cuenta corriente	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Activación de Cuenta básica	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Activación de Tarjeta de Crédito	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Activación de Tarjeta de Débito y/o Pago	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento de Tarjeta de Crédito										
Mantenimiento de Tarjeta de Crédito	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento pago mínimo de T. Crédito	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento pago total de T. Crédito	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pagos a Tarjetas de Crédito										
Pagos a T. Crédito, por los diferentes canales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Bloqueo, anulación o cancelación										
Bloqueo, anulación o cancelación de Tarjeta de Débito y/o Pago	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Bloqueo, anulación o cancelación de Tarjeta electrónica de Cuenta Básica	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Bloqueo, anulación o cancelación de Tarjeta de Crédito	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Emisión de Tabla de Amortización										
Emisión de T. Amortización, primera impresión	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Transacciones fallidas en cajeros automáticos										
Transacciones fallidas en cajeros automáticos, todos los casos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Reclamos de clientes										
Reclamos justificados	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Reclamos injustificados	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Frecuencia de transacciones										
Cuenta de ahorros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuenta corriente	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuenta básica	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Tarjeta de crédito	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Reposición libreta/ cartola/ estado de cuenta por actualización										
Reposición libreta/ cartola/ estado de cuenta por actualización	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

SERVICIOS	BCE - TARIFAS MAXIMAS	BANCOS PRIVADOS PEQUEÑOS								
		AMAZONAS	COFIEC	COMERCIAL DE MANABI	LITORAL	LOJA	SOLIDARIO	TERRITORIAL	UNIBANCO	DEL BANK
Servicios con cuentas corrientes										
Costo por un cheque	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Cheque devuelto nacional	2,79	2,79	2,50	2,79	2,79	2,79	2,79	2,79	2,79	2,79
Cheque devuelto del exterior	3,24	3,24		3,24	3,24	3,24	3,24	3,24	3,24	3,24
Cheque certificado	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Cheque de gerencia	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Cheques consideración cámara de compensación	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Oposición al pago de cheques	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Abstención de pago de cheques	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Revocatoria de cheques	3,00	3,00	3,00	2,60	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Servicios de retiros										
Retiro cajero automático clientes de la propia entidad en cajero de otra entidad	0,50	0,50		0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Retiro cajero automático clientes de otra entidad en cajero de la entidad	0,50	0,50		0,50	0,50	0,50	0,45	0,50	0,50	0,50
Retiro de efectivo en corresponsales no bancarios de la propia entidad	0,35	0,35		0,35	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35
Servicios de consultas										
Consultas impresas en cajeros automáticos	0,35	0,30		0,35	0,00	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35
Servicios de referencias										
Emisión y entrega de referencias bancarias	2,65		2,50	2,65	2,65	2,65	2,65	2,65	2,65	2,65
Cortes de estados de cuentas	1,83	1,83	1,50	1,83	1,83	1,83	1,83	1,83	1,83	1,83
Servicios de entrega										
Entrega de estado de cuenta a domicilio	1,66	1,66	1,50	0,00	1,66	1,66	1,66	1,66	1,66	1,66
Entrega de estado de cuenta en oficina de la entidad	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Servicios de transferencias										
Transferencias interbancarias SPI recibidas	0,30	0,30	0,30		0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Transferencias interbancarias SPI enviadas por internet	0,50	0,50	no aplica		0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Transferencias interbancarias SPI enviadas en oficina de la entidad	2,15	2,15	2,15		2,15	2,15	2,15	2,15		2,15
Transferencias interbancarias SCI enviadas por internet	0,28	0,28			0,28	0,28	0,28			
Transferencias interbancarias SCI enviadas en oficina de la entidad	1,93	1,93		1,93	1,93	1,93	1,93			
Transferencias enviadas al exterior en oficina de la entidad	55,49	55,59	55,00	55,59	55,49	50,00	55,00	55,49	55,00	55,49
Transferencias recibidas desde el exterior	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Transferencias nacionales otras entidades oficina	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Servicios de consumos nacionales										
Consumos en gasolineras con tarjetas de crédito y/o tarjeta de débito	0,26							0,26		
Servicios de reposición										
Reposición de libreta/cartola/estado de cuenta por pérdida, robo o deterioro	1,00	1,00	1,00		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Reposición de tarjetas de débito	4,94	4,94			4,94	4,94	4,94	4,94	4,94	4,94
Servicios de emisión										
Emisión de tarjetas de débito	5,15	5,15			5,15	5,15	5,15	5,15	5,00	5,15
Servicios de renovación										
Renovación de tarjetas de débito	1,85	1,85			1,85	1,85	1,85	1,85	1,85	1,85

PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS COOPERATIVAS

SERVICIOS	BCE TARIFAS MAXIMAS	COOPERATIVAS						
		29 DE OCTUBRE	23 DE JULIO	ALIANZA DEL VALLE	ANDALUCIA	ATUNTAQUI	COOPROGRESO	SAN FCO. ASIS
Depósitos a cuentas								
Cuenta de ahorros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depósitos a plazos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inversiones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Administración, mantenimiento, mantención y manejo de cuentas								
Cuenta de ahorros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depósitos a plazos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inversiones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Consulta de cuentas								
Consulta, Oficina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Consulta visual, Cajero automático	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Consulta, Internet	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Retiros de dinero								
Retiro de dinero por ventanilla de la propia entidad	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Retiro de dinero por cajero automático clientes propia entidad	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Transferencia dentro de la misma entidad								
Transferencias, medios físicos (ventanilla)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Transferencias, medios electrónicos (cajero automático, internet, teléfono, celular y otros)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cancelación o cierre de cuentas								
Cuenta de ahorros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Activación de cuentas								
Activación de Cuenta de ahorros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Activación de Tarjeta de Débito y/o Pago	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Bloqueo, anulación o cancelación								
Bloqueo, anulación o cancelación de Tarjeta de Débito y/o Pago	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Emisión de Tabla de Amortización								
Emisión de T.Amortización, primera impresión	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Transacciones fallidas en cajeros automáticos								
Transacciones fallidas en cajeros automáticos, todos los casos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Reclamos de clientes								
Reclamos justificados	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Reclamos injustificados	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Frecuencia de transacciones								
Cuenta de ahorros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Reposición libreta/ cartola/ estado de cuenta por actualización	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

SERVICIOS	BCE - TARIFAS MAXIMAS	COOPERATIVA						
		29 DE OCTUBRE	23 DE JULIO	ALIANZA DEL VALLE	ANDALUCIA	ATUNTAQUI	COOPROGRESO	SAN FCO. ASIS
Costo de cheque	0,30				0,30			
Cheque de gerencia	2,50	1,00	1,00		2,50		1,00	
Cheque devuelto nacional	2,79	2,79	2,79		2,50		2,79	
Cheque devuelto del exterior	3,24	3,24	3,24				3,24	
Cheque certificado	2,00				0,00			
Servicios de retiros								
Retiro cajero automático clientes de la propia entidad en cajero de otra entidad	0,50	0,50	0,50		0,50		0,50	0,50
Retiro cajero automático clientes de otra entidad en cajero de la entidad	0,50	0,50	0,50		0,50		0,50	0,50
Retiro de efectivo en corresponsales no bancarios de la propia entidad	0,35				0,35			0,35
Servicios de consultas								
Consultas impresas en cajeros automáticos	0,35	0,35	0,35		0,30		0,35	
Servicios de referencias								
Emisión y entrega de referencias bancarias	2,65	2,00	2,00		2,00	2,00	2,00	
Cortes de estados de cuentas	1,83	1,83	1,83		1,83	1,83	1,83	1,50
Servicios de entrega								
Entrega de estado de cuenta a domicilio	1,66				0,00			
Entrega de estado de cuenta en oficina de la entidad	0,30				0,00			
Servicios de transferencias								
Transferencias interbancarias SPI recibidas	0,30	0,30			0,30	0,30	0,30	
Transferencias interbancarias SPI enviadas por internet	0,50	0,50			0,50	0,50	0,50	
Transferencias interbancarias SPI enviadas en oficina de la entidad	2,15	2,00	2,15	2,15			2,00	
Transferencias interbancarias SCI enviadas en oficina de la entidad	1,93	1,00					1,00	
Transferencias enviadas al exterior en oficina de la entidad	55,49							
Transferencias recibidas desde el exterior	10,00				10,00	0,00		
Transferencias nacionales otras entidades oficina	2,00				2,00	0,00		
Servicios de reposición								
Reposición de libreta/cartola/estado de cuenta por pérdida, robo o deterioro	1,00	1,00			0,00		1,00	
Reposición de tarjetas de débito	4,94	4,00	4,94	4,94	4,94	4,94	4,00	
Servicios de emisión								
Emisión de tarjetas de débito	5,15	4,00	5,15	5,15	5,15	5,15	4,00	
Servicios de renovación								
Renovación de tarjetas de débito	1,85	1,85	1,85	1,85	1,85	1,85	1,85	

PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS MUTUALISTAS

SERVICIOS	BCE TARIFAS MAXIMAS	MUTUALISTAS	
		PICHINCHA	IMBABURA
Depósitos a cuentas			
Cuenta de ahorros	0,00	0,00	0,00
Depósitos a plazos	0,00	0,00	0,00
Inversiones	0,00	0,00	0,00
Administración, mantenimiento, mantención y manejo de cuentas			
Cuenta de ahorros	0,00	0,00	0,00
Depósitos a plazos	0,00	0,00	0,00
Inversiones	0,00	0,00	0,00
Consulta de cuentas			
Consulta, Oficina	0,00	0,00	0,00
Consulta visual, Cajero automático	0,00	0,00	0,00
Consulta, Internet	0,00	0,00	0,00
Retiros de dinero			
Retiro de dinero por ventanilla de la propia entidad	0,00	0,00	0,00
Retiro de dinero por cajero automático clientes propia entidad	0,00	0,00	0,00
Transferencia dentro de la misma entidad			
Transferencias, medios físicos (ventanilla)	0,00	0,00	0,00
Transferencias, medios electrónicos (cajero automático, internet, teléfono, celular y otros)	0,00	0,00	0,00
Cancelación o cierre de cuentas			
Cuenta de ahorros	0,00	0,00	0,00
Activación de cuentas			
Activación de Cuenta de ahorros	0,00	0,00	0,00
Activación de Tarjeta de Débito y/o Pago	0,00	0,00	0,00
Bloqueo, anulación o cancelación			
Bloqueo, anulación o cancelación de Tarjeta de Débito y/o Pago	0,00	0,00	0,00
Emisión de Tabla de Amortización			
Emisión de T.Amortización, primera impresión	0,00	0,00	0,00
Transacciones fallidas en cajeros automáticos			
Transacciones fallidas en cajeros automáticos, todos los casos	0,00	0,00	0,00
Reclamos de clientes			
Reclamos justificados	0,00	0,00	0,00
Reclamos injustificados	0,00	0,00	0,00
Frecuencia de transacciones			
Cuenta de ahorros	0,00	0,00	0,00
Reposición libreta/ cartola/ estado de cuenta por actualización	0,00	0,00	0,00

SERVICIOS	BCE - TARIFAS MAXIMAS	MUTUALISTAS	
		PICHINCHA	IMBABURA
Cheque de gerencia	2,50	2,50	2,50
Servicios de retiros			
Retiro cajero automático clientes de la propia entidad en cajero de otra entidad	0,50	0,50	0,50
Retiro cajero automático clientes de otra entidad en cajero de la entidad	0,50	0,50	0,50
Retiro de efectivo en corresponsales no bancarios de la propia entidad	0,35	0,35	0,35
Servicios de consultas			
Consultas impresas en cajeros automáticos	0,35	0,30	0,30
Servicios de referencias			
Emisión y entrega de referencias bancarias	2,65	2,65	2,65
Cortes de estados de cuentas	1,83	1,83	1,83
Servicios de entrega			
Entrega de estado de cuenta a domicilio	1,66	1,66	1,66
Entrega de estado de cuenta en oficina de la entidad	0,30	0,30	0,30
Servicios de transferencias			
Transferencias interbancarias SPI recibidas	0,30	0,30	0,30
Transferencias interbancarias SPI enviadas por internet	0,50	0,50	0,50
Transferencias interbancarias SPI enviadas en oficina de la entidad	2,15	2,15	2,15
Transferencias interbancarias SCI enviadas en oficina de la entidad	1,93	1,93	1,93
Transferencias enviadas al exterior en oficina de la entidad	55,49	20,00	20,00
Transferencias recibidas desde el exterior	10,00	10,00	10,00
Transferencias nacionales otras entidades oficina	2,00	2,00	2,00
Servicios de reposición			
Reposición de libreta/cartola/estado de cuenta por pérdida, robo o deterioro	1,00	0,00	0,00
Reposición de tarjetas de débito	4,94	4,94	4,94
Servicios de emisión			
Emisión de tarjetas de débito	5,15	5,15	5,15
Servicios de renovación			
Renovación de tarjetas de débito	1,85	1,85	1,85

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros y páginas web bancos privados
Elaboración: María Teresa Oña / Lucía Yépez