

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GESTIÓN FINANCIERA

TEMA:

**“LA COLOCACIÓN DEL CRÉDITO HIPOTECARIO Y SU
INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DEL BANCO
BOLIVARIANO C.A. SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE
MAGISTER EN GESTIÓN FINANCIERA**

Autor: Ing. Rosa Aracelly Soto Mecías

Director: Dr. Mg. Marco Antonio Espinoza Galora

Ambato – Ecuador

2013

Al Consejo de Posgrado de la UTA

El tribunal receptor de la defensa del trabajo de investigación con el tema : La colocación del crédito hipotecario y su incidencia en la rentabilidad del Banco Bolivariano C.A. Santo Domingo de los Tsáchilas, presentado por Ing. Rosa Aracelly Soto Mecías y conformado por Ing. Mg. Mario Cristóbal Rubio Sánchez, Dr. Mg. Mario Alberto Moreno Mejía y Dr. Mg. José Alfredo Villacís Yank, Miembros del Tribunal, Dr. Mg. Marco Antonio Espinoza Galora, Director del trabajo de investigación y presidido por : Dr. Mg. Guido Tobar Vasco, Presidente del Tribunal; Ing. Mg. Juan Garcés Chávez, Director del CEPOS – UTA, una vez escuchada la defensa oral el Tribunal aprueba y remite el trabajo de investigación para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.

Dr. Mg. Guido Tobar Vasco
Presidente del Tribunal de Defensa

Ing. Mg. Juan Garcés Chávez
DIRECTOR CEPOS

Dr. Mg. Marco Antonio Espinoza Galora
Director del Trabajo de Investigación

Ing. Mg. Mario Cristóbal Rubio Sánchez
Miembro del Tribunal

Dr. Mg. Mario Alberto Moreno Mejía
Miembro del Tribunal

Dr. Mg. José Alfredo Villacís Yank
Miembro del Tribunal

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el trabajo de investigación con el tema: “LA COLOCACIÓN DEL CRÉDITO HIPOTECARIO Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DEL BANCO BOLIVARIANO C.A. SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”, nos corresponde exclusivamente a: Ing. Rosa Aracelly Soto Mecías, Autor y de Dr. Mg. Marco Antonio Espinoza Galora, Director del trabajo de investigación; y el patrimonio intelectual del mismo a la Universidad Técnica de Ambato.

Ing. Rosa Aracelly Soto Mecías
Autora

Dr. Mg. Marco Antonio Espinoza Galora
Director

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo de investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta, dentro de las regulaciones de la Universidad.

Ing. Rosa Aracelly Soto Mecías

DEDICATORIA

A mi familia, por todo el apoyo y comprensión que permitieron cristalizar mi objetivo.

Ing. Rosa Aracelly Soto Mecías

AGRADECIMIENTO

Mi sincero agradecimiento a la prestigiosa Universidad Técnica de Ambato, a sus maestros y especialmente a mi director de tesis Dr. Mg. Marco Antonio Espinoza Galora por todo el apoyo recibido durante la elaboración del trabajo de investigación.

Ing. Rosa Aracelly Soto Mecías

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
Portada	0
Aprobación de tesis	ii
Autoría de investigación	iii
Derecho de autor	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice general	vii
Índice de tablas	xiii
Índice de gráficos	xiv
Resumen	xv
Summary	xvi

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	4
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
1.1 Tema	4
1.2 Planteamiento del problema.....	4
1.2.1 Contextualización	4
1.2.2 Análisis crítico	6
1.2.3 Prognosis	6
1.2.4 Formulación del problema	7
1.2.5 Preguntas directrices.....	7
1.2.6 Delimitación	7
1.3 Justificación	8
1.4 Objetivos	9
1.4.1 Objetivo general	9
1.4.2 Objetivos específicos	9
CAPÍTULO II	10
MARCO TEÓRICO	10
2.1 Antecedentes investigativos	10
2.2 Fundamentación filosófica.....	16
2.3 Fundamentación legal.....	17

2.4	Categorías fundamentales	18
2.4.1	Sistema financiero	20
2.4.2	Riesgo financiero	20
2.4.3	Productos y servicios financieros.....	21
2.4.4	Segmentación del crédito	22
2.4.5	Crédito hipotecario	26
2.4.6	Operaciones activas bancarias.....	26
2.4.7	Cartera de crédito	27
2.4.8	Administración del riesgo crediticio.....	28
2.4.9	Calificación cartera de créditos	28
2.4.10	Central de riesgos	29
2.4.11	Calidad de activos	29
2.4.12	Garantía hipotecaria.....	30
2.4.13	Bienes inmuebles	30
2.4.14	Contabilidad bancaria	30
2.4.16	Análisis estados financieros	31
2.4.17	Rentabilidad	32
2.4.18	Índices de rentabilidad	33
2.4.19	Tasa activa	34
2.5	Hipótesis	34

2.6	Señalamiento de las variables.....	34
CAPÍTULO III		35
METODOLOGÍA		35
3.1	Enfoque	35
3.2	Modalidad básica de la investigación	36
3.2.1	Investigación de campo	36
3.2.2	Investigación bibliográfica o documental	36
3.3	Nivel o tipo de investigación	36
3.3.1	Investigación descriptiva	36
3.3.2	Investigación correlacional.....	37
3.4	Población y muestra	37
3.4.1	Población	37
3.4.2	Muestra	37
3.5	Operacionalización de variables	40
3.6	Recolección de información.....	42
3.7	Procesamiento y análisis de la información	44
CAPÍTULO IV		47
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....		47
4.1	Análisis de los resultados	47
4.2	Interpretación de datos.....	47

4.3.	Verificación de la hipótesis	62
4.3.1	Formulación de la hipótesis	62
4.3.2	Elección de la prueba estadística	64
4.3.3	Definición del nivel de significación y regla de decisión.....	64
4.3.4	Cálculo de chi-cuadrado χ^2 c.....	66
CAPÍTULO V.....		69
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		69
5.1.	Conclusiones	69
5.2.	Recomendaciones	69
CAPÍTULO VI.....		71
PROPUESTA.....		68
6.1	Datos informativos	71
6.2.	Antecedentes de la propuesta	71
6.3	Justificación	72
6.4	Objetivos	73
6.4.1	Objetivo general	73
6.4.2	Objetivos específicos	73
6.5	Análisis de factibilidad.....	74
6.6	Fundamentación científico – técnica	75
6.7	MODELO OPERATIVO:.....	81

6.7.1. Ejecutar plan de marketing para promoción de créditos hipotecarios..	81
6.7.2 Simplificar los trámites y formularios que se solicitan para acceder al crédito.....	86
6.7.3 Asesorar al solicitante de una manera personalizada efectiva.....	86
6.7.4. Establecer pago de variables al personal comercial por colocación de cartera hipotecaria	90
6.8 Administración de la propuesta:.....	91
6.9. Flujo de proceso de otorgamiento de crédito.....	91
6.10 Proyección del incremento de los créditos hipotecarios.....	94
6.11 Previsión de la evaluación.....	98
BIBLIOGRAFÍA.....	100
ANEXOS	102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No.		Página No.
1	Crédito hipotecario	48
2	Medios de publicidad	49
3	Plazo crédito hipotecario	50
4	Avaluó viviendas	51
5	Aporte 30%	52
6	Tasa interés	53
7	Requisitos	54
8	Tiempo de respuesta	55
9	Conocen sobre los préstamos	56
10	Segmento económico	57
11	Criterios internos	58
12	Tasa activa del Banco	59
13	Formularios	60
14	Demanda de créditos	61
15	Plazo máximo de crédito	62
16	Porcentaje mínimo aporte del cliente	63
17	Tasa de interés que cobra el banco	63
18	Frecuencias observadas	66
19	Frecuencias esperadas	66
20	Calculo del Chi cuadrado	67
21	Diferencias entre productos y servicios	78
22	Cartera de Vivienda de Santo Dgo. de los Tsáchilas	94

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No.	Página
1 Crédito hipotecario	48
2 Medios de publicidad	49
3 Plazo crédito hipotecario	50
4 Avalúo viviendas	51
5 Aporte 30%	52
6 Tasa interés	53
7 Requisitos	54
8 Tiempo de respuesta	55
9 Conocen sobre los préstamos	56
10 Segmento económico	57
11 Criterios internos	58
12 Tasa activa del Banco	59
13 Formularios	60
14 Demanda de créditos	61
15 Verificación de hipótesis	67
16 Crecimiento Banco Guayaquil	95
17 Crecimiento Produbanco	95
18 Colocación real cartera vivienda Prov. Sto. Dgo.	96
19 Proyección colocación cartera vivienda Bco Bolivariano	96

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN FINANCIERA
“LA COLOCACIÓN DEL CRÉDITO HIPOTECARIO Y SU INCIDENCIA
EN LA RENTABILIDAD DEL BANCO BOLIVARIANO C.A., SANTO
DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”

Autor : Ing. Rosa Aracelly Soto Mecías
Tutor : Dr. Mg. Marco Antonio Espinoza Galora
Fecha : 24 de julio de 2012

RESUMEN

El crecimiento acelerado en la población urbana de la Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas, ha ocasionado alta demanda de vivienda que es menester atender y que Banco Bolivariano C.A. hasta el momento no ha demostrado mayor interés en la colocación de créditos hipotecarios, dejando por un lado de percibir importantes réditos y por otro, no atiende cabalmente las necesidades de los clientes o prospectos interesados en aplicar esta clase de financiamiento. Es por esta razón que el presente trabajo de investigación trata sobre la escasa colocación de créditos hipotecarios en Banco Bolivariano C.A. sucursal Santo Domingo.

En la investigación se establecen los problemas detectados como son principalmente la falta de promoción interna y externa del producto crédito hipotecario, la complicación en los trámites de la aplicación de la solicitud y falta de asesoría comercial personalizada. Frente a esto se propone un plan de promoción del producto, desarrollo de un solo formulario de aplicación y parámetros a considerar para personal de asesoras comerciales, estableciendo entre otros, pagos de incentivos por cartera hipotecaria colocada.

Descriptores: crédito hipotecario, riesgo de crédito, rentabilidad bancaria, garantía hipotecaria, central de riesgos, servicios y productos financieros, promoción de créditos hipotecarios, tasas activas.

Technical University of Ambato
Center of Postgraduate Studies
Master in Financial Management.

“The collection of mortgage credit and the impact on profitability for the Bolivariano C.A. Bank Santo Domingo of the Tsachilas”

Author: Ing. Rosa Aracelly Soto Mecias
Tutor: Dr. Mg. Marco Antonio Espinoza Galora
Date: July 24th 2012

Summary

The accelerated growth in urban population in the Santo Domingo Province has provoked a high demand for housing, which is necessary to address, and that the Bolivariano C.A. Bank, until now has not shown a strong collection of mortgage credits, setting this aside for more important revenue or for other things. They did not fully meet the needs of the customers or perspective clients in this class of financing. For this reason the current investigation report deals with the limited collection of the mortgage credits at Bolivariano C.A. Bank, Santo Domingo branch.

This research shows the detected problems, which firstly is the lack of internal and external mortgage credit publicity, and the complexity of the application process as well as the lack of personalized commercial advice. Given this proposed promotional plan of the product, a standardized application was developed and the limits to be considered for the commercial advice, establishing among others are incentive payments for collected mortgage portfolios.

Descriptors: mortgage credit, credit risk, bank profitability, mortgage guarantee, credit bureau, financial products and services, promotion of mortgage lending rates.

INTRODUCCIÓN

El financiamiento de viviendas constituye un importante nicho de mercado en que la mayoría de las Instituciones Financieras tienen una activa participación, por un lado, satisfacen las necesidades de sus clientes y a la vez generan rentabilidad por la colocación de este financiamiento, y por otro, brindan un significativo aporte al problema social del déficit habitacional y por ende contribuyen a importante sector productivo de la economía nacional como es el de la construcción.

La Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas es reconocida a nivel nacional por el gran crecimiento poblacional, zona de inmensa riqueza agrícola que ha generado que un alto índice de ecuatorianos y extranjeros, colombianos principalmente emigren y se radiquen en esta provincia, y en consecuencia se incrementa considerablemente la demanda de créditos para compra de viviendas.

Una de las entidades financieras afincadas en esta región es Banco Bolivariano C.A., quien se encuentra presente desde el año 1982 y goza de gran aceptación por la calidad de sus servicios, excepto en uno de ellos, en financiamientos de vivienda. De allí parte la investigación sobre la escasa colocación de créditos hipotecarios que presenta la entidad.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo plantear estrategias para incrementar financiamientos de vivienda, trabajo elaborado que comprende seis capítulos los cuales se detallan en el siguiente resumen:

En el Capítulo I, se estudia el problema en su profundidad, evidenciando su magnitud en todo su contexto, formulando su justificación y los objetivos propuestos.

El Capítulo II, contiene el marco teórico, el cual se desarrolla bajo un argumento teórico, el mismo que servirá como instrumento para poder analizar e interpretar los resultados obtenidos en la investigación y de esta manera desarrollar la propuesta bajo los parámetros normales de ejecución.

El estudio del Capítulo III, presenta la metodología de la investigación, en la cual se analiza la modalidad básica de la investigación, el nivel de investigación, operacionalización de las variables, técnicas de la investigación, y se calcula el tamaño de la muestra para poder realizar el trabajo de investigación a través de la elaboración de las respectivas encuestas

En el Capítulo IV, se centra en el análisis e interpretación de resultados , presentando los datos obtenidos luego de la tabulación de las encuestas realizadas a los clientes y personal comercial, los que se muestran en los diferentes gráficos y cuadros estadísticos, acompañados del análisis e interpretación de cada una de las preguntas, se plantea la verificación de las hipótesis, usando como herramienta estadística la prueba del chi cuadrado, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alternativa por consiguiente se acepta la aplicación del plan.

En el Capítulo V, se obtiene las que se consideran principales conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Finalmente en el Capítulo VI, se plantea la propuesta, motor fundamental del presente trabajo. Se enfoca en las estrategias que se proponen para que la entidad financiera alcance interesante nivel de colocación de créditos hipotecarios.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

La colocación del crédito hipotecario y su incidencia en la rentabilidad del Banco Bolivariano C.A. Santo Domingo de los Tsáchilas.

1.2 Planteamiento del problema

En el Banco Bolivariano C.A. sucursal Santo Domingo existe problema en la colocación de créditos hipotecarios lo que está incidiendo en la rentabilidad de este producto.

1.2.1 Contextualización

Macro:

La escasez de vivienda es un problema grave en todo el mundo, en especial en los países en vías de desarrollo. En 1930, el 30% de la población mundial vivía en zonas urbanas y en el año 2000, el 62% de la población mundial vivía en áreas urbanas. En el año 2000, se estimaba que había un déficit de 25 millones de casas en Latinoamérica, el cual tiende a aumentar permanentemente, ya que los programas de interés social suman en conjunto un poco más de 100,000 unidades por año.

La población en Latinoamérica es de 200 millones de habitantes y tiene un ritmo promedio de crecimiento de 2.5%, lo que significa que se requiere construir 2 millones de casas por año para absorber la población excedente (un millón) y eliminar el déficit en un plazo de 25 años. Según las Naciones Unidas, los países industrializados arrastran un déficit de 30 millones de viviendas, pero en los

países en desarrollo son 150 millones de familias a las que les urge contar inmediatamente con una vivienda digna.

Meso:

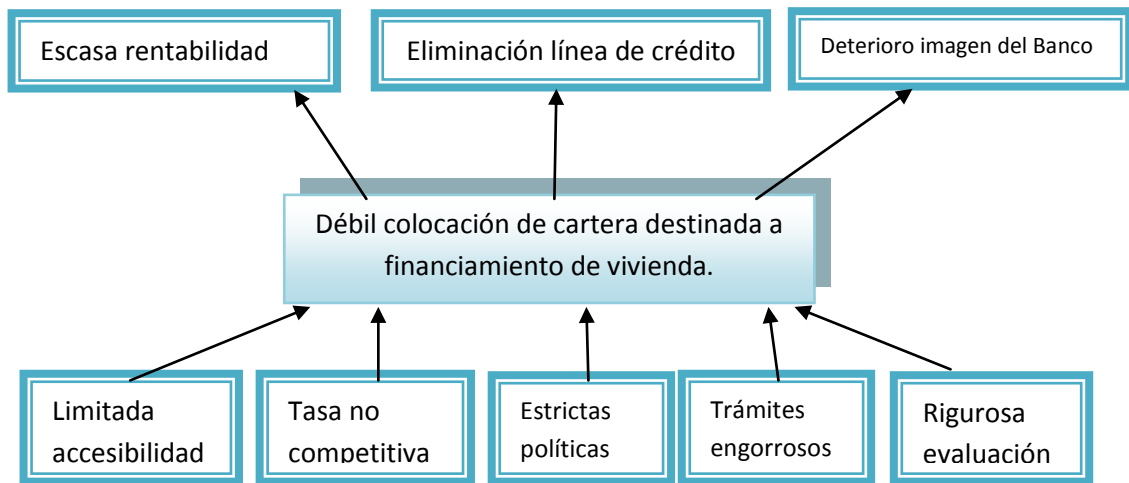
En el Ecuador el déficit habitacional calculado en el país es 1,2 millones al 2010 y sin embargo de esto la cartera hipotecaria es de menos del 1%. Eso sucede porque aún hay una gran demanda real insatisfecha, que no accede al crédito. Pese a que hoy en día comprar casa nueva es menos complicado que hace cuatro años. El bono de la vivienda y los créditos de la banca pública ampliaron la oferta inmobiliaria desde el año 2008.

Por otro lado el sector inmobiliario ha recibido una inyección importante de recursos en los últimos años, tanto entidades públicas como privadas tienen líneas de financiamiento abiertas a promotores inmobiliarios como también dirigidos al cliente final, aunque es menester señalar que el acceso a estos últimos está limitado a personas con un nivel socioeconómico medio alto y sometidos a riguroso análisis crediticio.

Micro:

La joven provincia Santo Domingo de los Tsáchilas, con su cantón Santo Domingo, ha experimentado un proceso de concentración urbana más agresivo que el resto del país, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC, al 2005 tiene una población de 287.018 habitantes y es una de las ciudades con mayor tasa de crecimiento 3.7% anual, con un alto déficit de vivienda lo que ha ocasionado un crecimiento desordenado de la urbe.

1.2.2 Análisis crítico



La débil colocación de operaciones de crédito destinadas a compra de viviendas tiene limitada accesibilidad por parte de los demandantes, en razón de la rigurosa evaluación a la que se someten para ser aceptados como sujetos de crédito. Por otro lado la tasa no competitiva, las selectivas políticas del banco sumado a los trámites engorrosos no hacen de este producto atractivo a los ojos del interesado.

Precisamente por la escasa colocación de esta línea de financiamiento, la rentabilidad de este producto en el Banco Bolivariano C.A. Sucursal Santo Domingo es de niveles que merecen ser analizados, en razón incluso por afectación de imagen de la Institución y para continuar además con esta importante línea de financiamiento.

1.2.3 Prognosis

De continuar la tendencia de escasa colocación de esta línea de financiamiento, por un lado se está dejando de aprovechar un importante nicho de negocios que podría generar un significativo nivel de rentabilidad y por otro, podría en algún momento dado, la alta administración de la Institución Bancaria

considerar eliminar esta línea de crédito para la Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas, afectando la imagen del banco a nivel de toda la provincia.

1.2.4 Formulación del problema

¿Cómo incide la escasa colocación de créditos hipotecarios en la rentabilidad del Banco Bolivariano C.A. Sucursal Santo Domingo?

1.2.5 Preguntas directrices

¿Cómo se aplican los procedimientos de evaluación del sujeto de crédito para colocación de créditos hipotecarios?

¿Qué procedimientos permitirán mejorar la colocación de créditos hipotecarios?

¿Qué ventajas y desventajas podría tener como consecuencia el aplicar nuevas herramientas para otorgamiento de créditos hipotecarios?

¿Se podría incrementar el otorgamiento de créditos hipotecarios en el Banco Bolivariano Sucursal Santo Domingo?

¿La rentabilidad del banco se incrementaría si se aumenta la colocación de créditos hipotecarios?

1.2.6 Delimitación

1.2.6.1. Conceptual:

Campo	:	Financiero
Área	:	Crédito
Aspecto	:	Colocación de crédito de vivienda

1.2.6.2. Temporal

La presente investigación se realizará de Abril 9 a Diciembre 30 del 2011.

1.2.6.3. Espacial

El Banco Bolivariano C.A. Sucursal Santo Domingo, se encuentra ubicado en la Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas, cantón Santo Domingo, sector Centro. Av. Quito No. 520 y Chorreras del Napa.

1.3 Justificación

Este proyecto de investigación se justifica por las siguientes razones:

Al existir, en nuestro país políticas económicas que están incentivando al sector inmobiliario, la demanda y por ende la oferta de viviendas se ha incrementado en los últimos años, lo que ha impulsado y motivado a las instituciones financieras privadas a lanzar al mercado líneas de financiamiento para compra de viviendas con plazos y tasas competitivas.

La provincia Santo Domingo de los Tsáchilas, es reconocida a nivel nacional por ser la de mayor crecimiento poblacional a nivel de todo el país, generando un alto déficit habitacional que no puede ser atendido por organismos como el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda MIDUVI, Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social BIESS o proyectos de vivienda del Gobierno Municipal, fue oportuna y necesaria la oferta de financiamiento por parte de entidades financieras privadas a fin de tratar de satisfacer la necesidad existente.

Sin embargo Banco Bolivariano C.A. no ha llegado a consolidarse en esta línea de crédito hipotecario, y es en este punto en donde el proyecto de investigación profundizará para analizar pormenorizadamente las causas que originan esta

situación así como presentar una propuesta de solución de tal manera que la institución forme parte protagónica en el desarrollo de la provincia a través del buen otorgamiento de esta facilidad crediticia lo que obviamente repercutirá en el incremento de sus índices de rentabilidad.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Determinar la incidencia de la escasa colocación de créditos hipotecarios en la rentabilidad del Banco Bolivariano C.A. Sucursal Santo Domingo.

1.4.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual de colocación de créditos hipotecarios en Banco Bolivariano Sucursal Santo Domingo a fin de incrementar la colocación de cartera hipotecaria.
- Analizar comparativo de colocación de cartera hipotecaria de otras entidades financieras para establecer metas de incremento de créditos hipotecarios, los cuales permitirán acrecentar la rentabilidad de la entidad en este producto.
- Proponer plan de promoción, procedimientos y rediseño de formularios solicitudes de crédito a fin de mejorar el otorgamiento de créditos hipotecarios en el Banco Bolivariano Sucursal Santo Domingo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes investigativos

De las revisiones realizadas sobre el problema a investigar, se ha encontrado lo siguiente:

Tesis: “POLÍTICAS DE VIVIENDA EN ECUADOR DESDE LA DÉCADA DE LOS 70 ANÁLISIS, BALANCE Y APRENDIZAJES” María Elena Acosta M. 2009, trabajo que aporta en breve resumen con las siguientes conclusiones:

El acceso a la vivienda adecuada como parte de la construcción de asentamientos humanos sostenibles, es un reto que debe ser una responsabilidad compartida, un compromiso de varios actores, para que se concreten las políticas de estado a favor de la gente de menores ingresos. Procurar programas privados y públicos que planteen viviendas de calidad a bajo costo y no viviendas baratas, de baja calidad para la gente pobre.

Es importante mejorar los actuales sistemas e instrumentos de intervención pública en vivienda, en cuanto a la vivienda en alquiler, haciendo esfuerzos para generar una oferta atractiva en cuanto a los precios de la renta, la estabilidad de los inquilinos y la protección a los propietarios, esto permitirá movilizar vivienda vacía y apoyar el alquiler social como fórmula de acceso inmediato a una vivienda.

Es importante “aprovechar” positivamente la coyuntura política, sin embargo debemos romper la idea de que la vivienda es un tema político y más bien responde a un ejercicio de un derecho universal individual y colectivo, que no debe depender de la voluntad política del gobierno de turno. Debe ser una política de estado sostenible que garantice las condiciones económicas y legales para el

acceso a la vivienda, y la construcción de asentamientos humanos sostenibles, en donde se considere la diversidad de la población políticas de estado a favor de la gente de menores ingresos. Procurar programas privados y públicos que planteen viviendas de calidad a bajo costo y no viviendas baratas, de baja calidad para la gente pobre.

Tesis: “ INCIDENCIA SOCIO – ECONÓMICA DE LOS PRÉSTAMOS HIPOTECARIOS OTORGADOS POR EL IESE EN LA CIUDAD DE LOJA PERIODO NOVIEMBRE 2008- MAYO 2009” Vanesa Beltrán Cabrera y Dolores Moreno Moreno. 2009, el cual aporta las siguientes conclusiones y recomendaciones.

Conclusiones:

1. El proceso operativo de los préstamos hipotecarios otorgados por el IESE no permite que se realicen de una manera más eficiente en vista de que son extensos trámites y pasan por varios procedimientos, hasta poder llegar a su etapa final durando mínimo 48 días y máximo 60 días, lo cual representa un periodo muy largo, pudiendo optimizar el proceso en relación al tiempo y trasposos del trámite de un funcionario a otro.
2. A través de los Préstamos Hipotecarios se puede llegar a la conclusión que son una excelente fuente de financiamiento que permiten mejorar la calidad de vida de los pensionistas y en si genera un bienestar social, pero que necesitan mejorar sus procesos en el otorgamiento del préstamo, realizando una mejor gestión en los procesos operativos.
3. Los préstamos hipotecarios han demostrado ser una herramienta muy importante en la economía de nuestra ciudad ya que estos generan una gran cantidad de movimiento en los diferentes sectores, tales como crear mayores fuentes de empleo en el sector de la construcción así como también a empleados de diferentes fábricas y distribuidoras de materiales de construcción, etc.

4. Los inconvenientes que ha tenido el IESS ha generado que varios de sus afiliados opten por recurrir a otros tipos de financiamiento de vivienda, como la banca privada que en algunas ocasiones ofrecen prestamos con mayor facilidad y rapidez que e IESS.

5. La creación del Banco del Afiliado permitirá que exista la concesión de operaciones bancarias, como créditos hipotecarios, prendarios y quirografarios, siendo beneficiarios únicos los afiliados del IESS.

6. El banco del afiliado funcionara como una Institución privada porque los recursos del afiliado no son del estado y el IESS solo será un ente administrador.

7. La compra de cartera se convertirá para el IESS en una mejor inversión que colocar sus recursos -por ejemplo- bonos del estado que gana un 6 y 6.75 %, mientras que en la inversión hipotecaria gana el 9.35% .

Recomendaciones:

1. Es conveniente realizar una reingeniería de procesos en cuanto al otorgamiento de préstamos hipotecarios en el IESS. Estos son extensos y en algunos casos confusos, por lo que los afiliados optan por la banca privada.

2. Se debe fomentar la planificación de programas de interés social. Estos planes deben ser elaborados de manera conjunta con los constructores, el municipio, IESS, para así obtener programas habitacionales para los afiliados y jubilados que puedan ser financiados a través de los préstamos hipotecarios del IESS.

3. En cuanto al Banco del Afiliado, para su implementación deben existir manuales técnicos y operativos bien elaborados para un correcto servicio, los cuales eviten la pérdida de tiempo para los pensionistas, evitando trámites burocráticos.

4. Realizar un seguimiento de las empresas que no cancelan los aportes patronales de sus empleados, puesto que la carencia de estos para los afiliados que han trabajado años les impide ser sujetos del préstamo hipotecario en el IESS, lo que impide que accedan a la adquisición de vivienda.

Tesis: “ESTUDIO COMPARATIVO DE LOS CRÉDITOS HIPOTECARIOS EN EL ECUADOR. CASOS: INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL – BANCA PRIVADA. DURANTE EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2010” Universidad Técnica Particular de Loja, autora: Miriam Castillo Coloma, cuyas conclusiones y recomendaciones se detallan:

Conclusiones :

1. El presente estudio comparativo implica un esfuerzo sistematizado para comparar elementos e identificarlos en común, utiliza dos en el mundo de los negocios, a través del proceso de comparar cada faceta se permite desarrollar herramientas poderosas que pueden incorporarse en las estrategias de marketing corporativas que aplicadas en el presente estudio se conocerá las diferentes ofertas hipotecarias.

2. Las diferentes instituciones financieras, motivo de la presente investigación, dan diversas opciones de créditos hipotecarios, como: compra de vivienda, construcción y ampliación o remodelación, siendo opciones para clientes y no clientes de las instituciones, esta oferta ayuda al mercado habitacional a tomar decisiones sobre la gran oferta existente y contribuye a la disminución del déficit de vivienda.

3. La Mutualista Pichincha, ofrece proyectos inmobiliarios exclusivos a nivel nacional para sus prestamistas, con las mismas tasas de interés. Además ofrece: créditos para compra, construcción, ampliación y mejora de vivienda, con una tasa de interés del 11,33%.

4. El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, tiene una oferta hipotecaria para: vivienda terminada, construcción de vivienda y remodelación de vivienda, cuya tasa de interés es del 8.23%.

5. Actualmente el crédito estatal para compra de vivienda obligó a la reducción de las tasas de intereses del mercado, la banca pública en general fluctúa según el plazo entre el 7,9% y 8,56%, mientras que la tasa privada está en el 9%.

6. El IESS como institución de servicio social ofrece, como otro producto hipotecario, la sustitución de hipoteca, es decir la cancelación de obligaciones con garantías hipotecarias en cualquiera de las entidades financieras del país reguladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, reflejándose en la compra de cartera hipotecaria. Busca siempre satisfacer el déficit de vivienda, a través de diferentes productos y plazos. Su interés promedio es del 9,43% y tiende a la baja y sus intereses se elevan cuando el plazo es mayor (máximo 25 años).

7. Respecto a los tiempos que se maneja en los créditos hipotecarios, estos oscilan dependiendo: El IESS hasta 25 años plazo, cabe señalar que según estadísticas del IESS el tiempo promedio de los créditos hipotecarios es de 18 años¹⁵. El Banco del Pichincha hasta 20 años plazo, el Banco de la Producción, con la Mutualista Pichincha ofrecen un plazo máximo de 15 años y el Banco del Pacífico tiene una menor oferta en tiempo de 12 años.

8. El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, concedió a 14.841 afiliados/as y jubilados/as Préstamos Hipotecarios para compra, construcción, remodelación de vivienda y sustitución de hipoteca, un monto de 591 millones de dólares, desde junio del 2008 hasta mayo de 2010, con un monto promedio de 35 mil dólares, con un plazo promedio ponderado de 18 años.

9. El Instituto de Seguridad Social, a partir del año 2011 trabajará a través del Banco del IESS –BIESS- y se proyecta con una oferta de 845 millones de dólares.

10. El BIESS, muestra una meta de los servicios que ofrecerá con calidad y eficiencia bajo el lema "Hacer siempre bien las cosas y cumplir con los afiliados, jubilados y ciudadanía en general, con honestidad y transparencia".

11. El Banco del Pacífico por ser una institución mixta, muestra una gran oferta, el crédito – Mi primera casa – con un porcentajes del 5% anual, a doce años plazo.

12. Las instituciones financieras privadas, a la fecha de la investigación, ofrecen créditos hipotecarios al 11.33%, siendo tasas de interés regulables a la tasa activa efectiva referencial del segmento de vivienda publicada por el Banco Central del Ecuador.

13. Un crédito a mayor plazo, tiene menores cuotas, lo que facilita la capacidad de pago de cada uno de los deudores, pero a la vez se debe precisar que los clientes tendrán mayor tiempo de pago con intereses mayores.

14. La investigación permitió conocer que existen otras alternativas de financiamiento directo, como constructores (compra en planos) que paulatinamente han ido incidiendo en el comportamiento de los clientes.

Recomendaciones :

Al estado :

1. El déficit de viviendas es un problema nacional, que involucra a la sociedad y al Estado, con una cooperación de lo público y lo privado, debe constituirse en una política territorial, social y económica, es un componente esencial del desarrollo económico y social, urbano y rural del país.

2. Mantener las diferentes alternativas de créditos hipotecarios, siendo un componente esencial del desarrollo económico y social, urbano y rural del país.

A la banca pública y privada :

1. Considerar que los diferentes agentes involucrados en la oferta del mercado hipotecario cuenten con una rentabilidad y a la vez garantías, en la recuperación de los créditos, de tal forma que se pueda evitar la descapitalización de los intermediarios, lo que asegurará una permanencia de los créditos hipotecarios.
2. Para desarrollar el mercado de financiamiento habitacional, con el fin de mejorar su impacto sobre el acceso a la vivienda, se debería crear un mercado secundario de hipotecas, para lo cual se debe fortalecer la titularización de cartera hipotecaria. Este proceso permitiría a las instituciones prestamistas conseguir una rotación más rápida de los recursos que manejan, para nuevas colocaciones de créditos hipotecarios y dotaría de recursos de largo plazo al mercado hipotecario.
3. Promocionar en mayor cantidad la oferta del Banco del Pacífico, ya que esta refleja los mejores beneficios en créditos hipotecarios y podría llegar con una mayor cobertura en aquellos sectores con mayores déficits de vivienda.
4. Realizar un análisis a las tasas de interés vigentes, considerándose que los créditos benefician en el déficit de vivienda pero el beneficiario adquiere un compromiso de valores elevados respecto a intereses.
5. Precisar que al momento de realizar los créditos hipotecarios, el beneficiario adquiere también compromisos de gastos administrativos, los cuales en ningún momento de la oferta se los muestra.

2.2 Fundamentación filosófica

La presente investigación está dentro del paradigma crítico propositivo, ya que los objetivos y procedimientos van a ser identificados por quien va a analizar el problema basándose en los hechos suscitados en la Institución bancaria, los cuales permitirán tomar las decisiones necesarias para ponerlas en ejecución.

Como fundamentación ontológica destacamos que este problema es tangible, existe y es motivo de investigación y está abierto a nuevas comprensiones.

Como fundamentación epistemológica los datos obtenidos fuera del objeto de estudio servirán como base para llegar a la solución adecuada.

Dentro del contexto axiológico se observará que para realizar esta investigación se empleará mucha veracidad al momento de obtener y evaluar la información.

2.3 Fundamentación legal

La presente investigación tendrá como fundamento legal la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, en la cual se destaca los siguientes artículos:

Art. 51 Operaciones permitidas a los bancos.

Art. 68 Calificación de activos.

Art. 69 Cuenta de provisión.

Art. 70 Castigo por mora.

Art. 71 Rango de prudencia sobre operaciones

Art. 72 Límite de créditos y demás operaciones

Art. 73 Límite de operaciones con entes vinculados.

Art. 74 Personas naturales o jurídicas vinculadas.

Art. 75 Límite para operaciones de un grupo financiero.

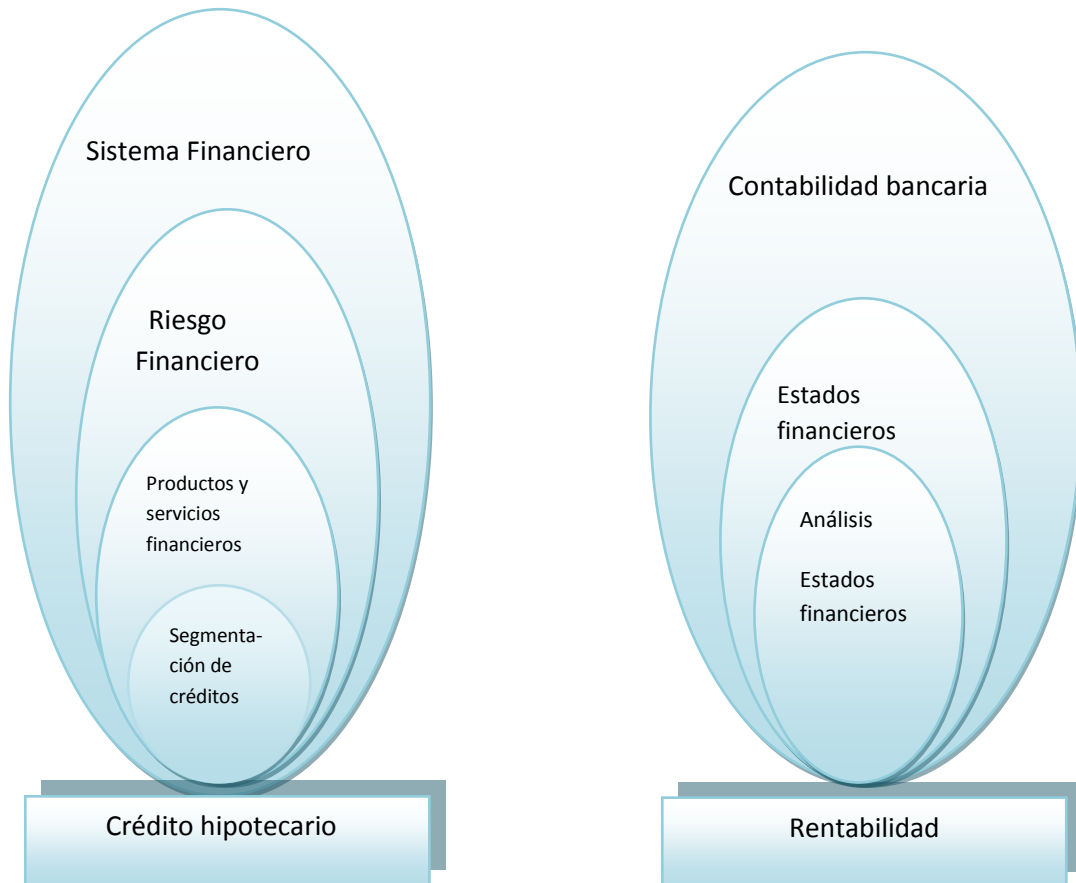
Art. 76 Presunción de un sujeto de crédito.

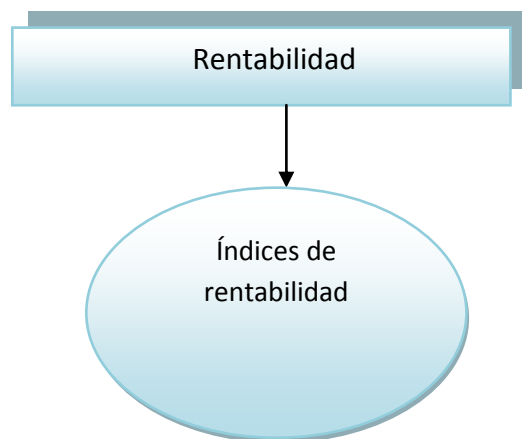
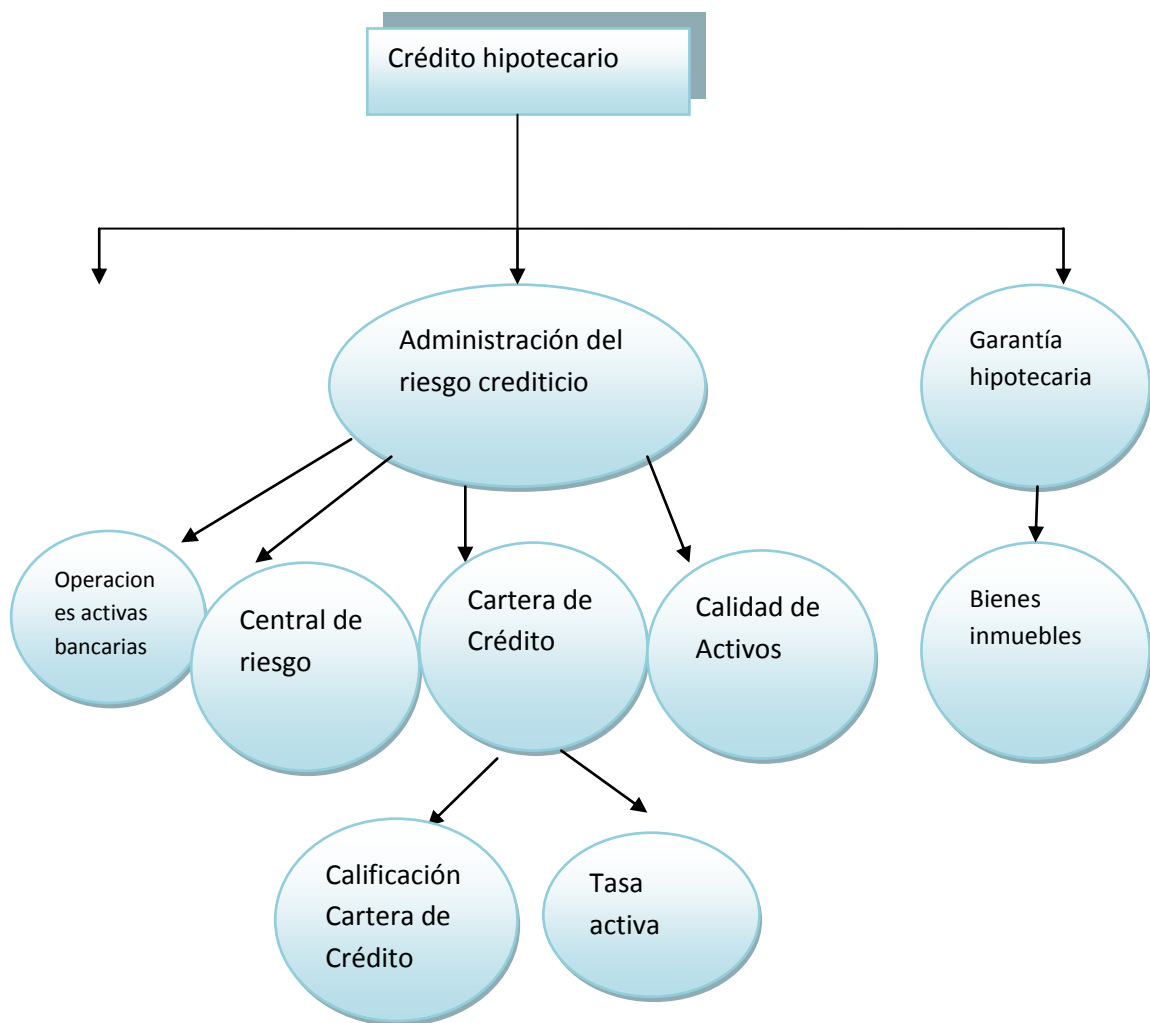
Art. 95 Información sobre deudores principales.

Art. 96 Datos central de riesgos.

Art. 97 Información a Superintendencia de Bancos.

2.4 Categorías fundamentales





2.4.1 Sistema financiero

Martínez (2008) define como un conjunto de instituciones financieras públicas y privadas existentes en un país que intermedian o proporcionan los medios de financiación al sistema económico (oferentes y demandantes) para el desarrollo y cumplimiento de sus actividades.

Chiriboga (2005) define al sistema financiero como un conjunto de instituciones, instrumentos y mercados donde se va a canalizar el ahorro hacia la inversión.

Estupiñan Gaitán 2006 menciona que es un conjunto de instituciones encargadas de promover, administrar y dirigir el ahorro hacia la inversión .Mercado donde se ponen en contacto los demandantes de recursos con los ahorradores u oferentes de recursos.

2.4.2 Riesgo financiero

Pérez (2002), menciona que existe un conjunto de riesgos asociados con la actividad bancaria, cuyo conocimiento y adecuada evaluación determinará, en buena medida, el objetivo de imagen fiel requerido en la información económico financiera. Estos riesgos están relacionados con las posibilidades de sufrir pérdidas en los diferentes mercados financieros en que operan las entidades de crédito.

Las principales fuentes de los riesgos bancarios son: los cambios en los niveles de solvencia de los titulares de préstamos, los movimientos en los precios de mercado (tipos de interés, de cambio, los precios de los bonos y las acciones etc.) y, en general, todo aquello que provoca variaciones, en el tiempo o en la forma, de los flujos netos de fondos esperados. La gestión de estos riesgos consiste en reducirlos a aquellos niveles que la entidad desee alcanzar en cada uno de ellos, teniendo siempre presente que mayores riesgos significan mayores expectativas de beneficios, y a la inversa.

Chiriboga (2007), menciona que el riesgo financiero puede ser definido como la volatilidad de los resultados esperados, generalmente el valor de activos o pasivos de interés. Como consecuencia, en teoría financiera se define al riesgo como la dispersión esperada de los resultados debido a los movimientos de variables financieras.

2.4.3 Productos y servicios financieros

Productos financieros:

Ámez (2000) Conjunto de documentos que se negocian en los mercados financieros representativos de operaciones de crédito, endeudamiento, préstamo etc. Y que vienen instrumentados a través de obligaciones. Bonos, deuda pública, efectos comerciales etc.

Se puede definir producto bancario como aquel que conlleva una transacción de dinero, percibiendo a cambio normalmente un tipo de interés.

Las entidades financieras ofrecen a sus clientes estos productos. Entre los más destacados se encuentran los siguientes:

- Depósitos bancarios: en ellos los clientes depositan una cantidad de dinero durante un tiempo fijado de antemano y con un interés que les reportará un beneficio al finalizar el plazo del depósito.
- Crédito: el cliente recibe una cantidad de dinero por parte del banco, con la obligación de devolverlo en un plazo determinado y con unas condiciones fijadas de antemano.

Aparte de estos productos, existen otros que se utilizan muy a menudo dentro de la operativa bancaria. Las hipotecas, las tarjetas de débito o de crédito, los planes de pensiones o los fondos de inversión son algunos de ellos.

Servicios financieros:

Witzel (1999) menciona que es el término genérico para las compañías que suministran servicios relativos a las finanzas, como los bancos y las compañías financieras.

Martínez (2007) Servicios gratuitos o pagados que las entidades bancarias ofrecen en diferentes operaciones a sus clientes cuando lo solicitan, por ejemplo: la captación de recursos, concesión de créditos, asesoramiento financiero, garantías, provisión de fondos a través de los cajeros automáticos, tramites de importación y exportación, mandato, etc.

Estos servicios apoyan y suelen acompañar a los productos, y afectan claramente a los clientes. El objetivo de los servicios financieros debe ser facilitar las operaciones bancarias entre el banco y el usuario.

Uno de los servicios más importantes que debe poseer una entidad bancaria es la opción de banca online. Así, los clientes podrán efectuar todas sus operaciones desde casa por medio de internet.

El servicio de ayuda telefónica es vital, ya que cuando un cliente tenga alguna duda, simplemente llamando por teléfono, se le ayudará. Es importante que el banco cuente con un óptimo servicio de asesoramiento tanto en las oficinas físicas como por vía telemática.

Por último, el banco debe garantizar la seguridad de sus operaciones. Hoy en día, esto es algo que preocupa a los clientes. La entidad financiera debe contar con los servicios adecuados para considerarse segura.

2.4.4 Segmentación de créditos

De acuerdo a resolución No. JB-2011-1897 de Junta Bancaria del Ecuador, para los efectos de la clasificación de la cartera de las instituciones del sistema

financiero privado, los créditos se dividirán en cuatro segmentos: comercial, consumo, vivienda y microcrédito.

- CRÉDITOS COMERCIALES

Se entiende por créditos comerciales todos aquellos otorgados a personas naturales o jurídicas destinados al financiamiento de actividades de producción y comercialización de bienes y servicios en sus diferentes fases, cuya fuente de pago constituyen los ingresos por ventas u otros conceptos redituables, directamente relacionados con la actividad financiada. Asimismo, se incluirán los créditos concedidos a gobiernos seccionales y otras entidades del sector público.

Además, son las operaciones otorgadas a través de tarjetas de crédito con destino comercial, los créditos entre instituciones del sistema financiero y las operaciones de arrendamiento mercantil.

Los créditos comerciales se dividen en tres subsegmentos: corporativos, empresariales y a pequeñas y medianas empresas, cuyas características cualitativas y cuantitativas se detallan a continuación:

Comerciales corporativo.- Son créditos directos y/o contingentes otorgados a personas jurídicas, destinados a financiar diversas actividades productivas y de comercialización a gran escala, con ingresos por ventas u otros conceptos redituables anuales, directamente relacionados con la actividad productiva y/o de comercialización, que en conjunto sean iguales o superiores a cinco millones de dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 5.000.000,00) y cuya fuente de pago provenga de dicha actividad.

Comerciales empresariales.- Son créditos directos y/o contingentes otorgados a personas naturales o jurídicas, destinados a financiar diversas actividades productivas y de comercialización a una menor escala que las empresas corporativas, con ingresos por ventas u otros conceptos redituables anuales,

directamente relacionados con la actividad productiva y/o de comercialización, que en conjunto sean mayor o igual a un millón de dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 1.000.000,00) y menores a cinco millones de dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 5.000.000,00) y cuya fuente de pago provenga de dicha actividad.

Comerciales PYMES - Pequeñas y medianas empresas.- Son créditos directos y/o contingentes otorgados a personas naturales o jurídicas, destinados a financiar diversas actividades productivas y de comercialización a una menor escala que el segmento empresarial, con ingresos por ventas u otros conceptos redituables anuales, directamente relacionados con la actividad productiva y/o de comercialización, que en conjunto sean mayor o igual a cien mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 100.000,00) y menor a un millón de dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 1.000.000,00) y cuya fuente de pago provenga de dicha actividad.

- **CRÉDITOS DE CONSUMO**

Son créditos otorgados a personas naturales destinados al pago de bienes, servicios o gastos no relacionados con una actividad productiva, cuya fuente de pago es el ingreso neto mensual promedio del deudor, entendiéndose por éste el promedio de los ingresos brutos mensuales del núcleo familiar menos los gastos familiares estimados mensuales obtenidos de fuentes estables como: sueldos, salarios, honorarios, remesas y/o rentas promedios.

Generalmente se amortizan en función de un sistema de cuotas periódicas.

Todas las operaciones efectuadas a través del sistema de tarjetas de crédito a personas naturales, se considerarán créditos de consumo, siempre y cuando el destino del crédito sea el pago de bienes, servicios o gastos no relacionados con una actividad productiva. En el proceso de administración de créditos de consumo se deberá dar especial importancia a la política que la institución del sistema financiero aplique para la selección de los sujetos de crédito, a la determinación

de la capacidad de pago del deudor y a la estabilidad de la fuente de sus recursos, provenientes de sueldos, salarios, honorarios, remesas, rentas promedios u otras fuentes de ingresos redituables, adecuadamente verificados por la institución del sistema financiero prestamista.

- CRÉDITOS PARA LA VIVIENDA

Son los créditos otorgados a personas naturales para la adquisición, construcción, reparación, remodelación y mejoramiento de la vivienda propia, siempre que se encuentren amparados con garantía hipotecaria, que abarca a la hipoteca directa a favor de una institución del sistema financiero y a los fideicomisos mercantiles de garantía de vivienda propia; y, que hayan sido otorgados al usuario final del inmueble, independientemente de la fuente de pago del deudor; caso contrario, se considerarán como créditos comerciales, consumo o microcrédito, según las características del sujeto y su actividad.

También se incluyen en este grupo los créditos otorgados para la adquisición de terrenos, siempre y cuando sea para la construcción de vivienda propia y para el usuario final del inmueble.

- MICROCRÉDITOS

Es todo crédito concedido a un prestatario, sea persona natural, jurídica o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria, destinado a financiar actividades en pequeña escala de producción, comercialización o servicios, cuya fuente principal de pago, adecuadamente verificada por la institución del sistema financiero, provenga de los ingresos relacionados con la actividad productiva y/o de comercialización, o de otros conceptos redituables anuales que, de manera individual o respecto del núcleo familiar, sean menores a los cien mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 100.000,00), y cuyo monto de endeudamiento total no supere los veinte mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 20.000,00), sin incluir los créditos para la vivienda.

Si el endeudamiento supera los veinte mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 20.000,00), las operaciones deberán clasificarse como comerciales en el subsegmento de créditos PYMES.

2.4.5 Crédito hipotecario

Martínez (2007) Son aquellas operaciones con garantía hipotecaria que asegura el cumplimiento de una operación crediticia por medio de un derecho directo e inmediato sobre un inmueble. El acreedor, puede en caso de incumplimiento de la obligación a proceder a enajenar el inmueble hipotecado para con el producto de la venta poder resarcirse de la cantidad que le adeude el prestatario.

Un crédito Hipotecario es aquel que se otorga para la compra de una vivienda, terreno, construcción o ampliación de una propiedad ya existente, a cambio de una hipoteca sobre el bien que se está adquiriendo o refaccionando.
<http://www.dolareuros.com/finanzas/hipotecas.php>

Crédito de largo plazo, que generalmente se utiliza en la compra de un bien raíz sobre el cual se establece la cláusula de hipoteca a favor del prestatario
<http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/...>

2.4.6 Operaciones activas bancarias

Chiriboga (2007) menciona que es la emisión de instrumentos financieros para satisfacer la necesidad de dinero o recursos a unas unidades económicas que lo necesitan o encaminadas a satisfacer las necesidades de financiamiento.

Operaciones de inversión en diferentes productos (avales, fianzas, aceptaciones, créditos, adquisición de valores inmobiliarios, etc.) que efectúan las instituciones financieras con los fondos propios que dispone y el que recibe de terceros. Los

Bancos se constituyen en acreedores de los beneficiarios del crédito. Martínez (2008).

2.4.7 Cartera de crédito

Chiriboga (2005) en su libro “diccionario técnico financiero ecuatoriano” indica que la cartera de créditos constituye una de las funciones básicas en la intermediación financiera y representan los préstamos otorgados por la institución, bajo distintas modalidades autorizadas y en función al giro especializado que le corresponde a cada una de ellas, con recursos propios o con fuentes de financiamiento interno o externo. El interés que generan estas operaciones es la base para la rentabilidad de la entidad y el grado de recuperación de los créditos servirán para efectuar nuevos préstamos a los clientes. La documentación básica que deben exigir las entidades serán todos los documentos necesarios para efectuar un análisis técnico de la situación del deudor que asegure la recuperación de los fondos prestados. Entre esta información se encuentran: estados financieros. Garantías, certificación de bienes, referencias bancarias y comerciales y otras.

Ortiz (1997) menciona que la cartera de una empresa es el resultado del otorgamiento de un crédito a otras firmas o individuos y constituye un activo valioso que requiere ser estudiado con cuidado, a la luz de las herramientas que pueden implementarse para que las cuentas por cobrar se administren eficientemente, de manera que su nivel óptimo se determine una vez evaluadas las siguientes variables: los elementos que intervienen en la formulación de la política, las condiciones generales que regulan el otorgamiento del crédito, las decisiones de tipo financiero que debe analizar la gerencia de créditos y los objetivos perseguidos por el hecho de conceder crédito.

2.4.8 Administración del riesgo crediticio

Almeida y Chiriboga (2002) en su libro “Métodos de análisis y Normas de Supervisión Bancaria” menciona que las actividades de préstamos e inversiones deberían basarse en estándares prudenciales suscritos y aprobados por el consejo de administración del banco y deben ser comunicados de manera clara a los funcionarios del banco que otorgan préstamos y su equipo. También es clave para los supervisores bancarios determinar en qué medida la institución toma sus decisiones crediticias libre de conflictos de interés y de presiones inapropiadas de partes externas.

Los Bancos también deben tener un procedimiento bien desarrollado para la vigilancia continua de las relaciones crediticias, incluyendo la condición financiera de los deudores. Un elemento clave de cualquier sistema de información gerencial debe ser una base de datos que provea e detalles esenciales de la condición del portafolio de préstamos incluyendo clasificaciones y calificaciones internas de los préstamos.

2.4.9 Calificación cartera de créditos

Martínez (2008) en su libro diccionario práctico de términos económicos financieros indica que la calificación de las deudas bancarias son instrumentos de que se sirven los bancos para calificar a sus clientes el cumplimiento de sus obligaciones dentro de los plazos convenidos. Según su comportamiento de pagos las entidades financieras califican a sus clientes en una especie de gran archivo denominada central de Riesgos que se expresan mediante el uso de letras que van desde la “A” hasta la letra “E” e incluyen entre otras informaciones los datos personales del cliente, reporte de créditos realizados con su oportunidad de pago, direcciones registradas, referencias laborales, etc.

Cartera A: cliente que tiene suficientes ingresos para pagar a tiempo sus deudas (capital e intereses). Suministra garantías reales y tiene buen flujo de dinero.

Cartera B: el flujo de caja del deudor tiene problemas para cubrir sus deudas en las condiciones pactadas. Pueden atender sus obligaciones pero no lo hacen a su debido tiempo, se retrasa en los pagos que tienen vencimiento entre 30 y 60 días.

Cartera C: La situación del deudor es mas critica y los vencimientos superar los 60 días.

Cartera D: Es cartera de difícil cobro. El deudor se declara en mora.

Cartera E: el deudor no puede pagar, no tiene medios para cancelar su deuda. El crédito se considera incobrable. El banco registra esta cartera como pérdida.

2.4.10 Central de Riesgos

Martínez (2004) y Chiriboga (2005), menciona que la Central de Riesgos es un órgano dependiente de la Superintendencia de Bancos (Ecuador) donde se clasifican y acumulan todos los riesgos bancarios (créditos, avales, quiebra, suspensión de pagos, moratoria o insolvencia, etc.) que puedan originar problemas o situaciones anormales de pago con personas o empresas en sus operaciones de crédito.

2.4.11 Calidad de activos

Almeida – Herrera (2002) en su libro “metodologías off site de análisis y supervisión financiera”, manifiesta que la calidad de los activos muestra la capacidad de un banco en conceder y recuperar préstamos. En cambios casos la condición económica del mercado pone y se reflejan las habilidades del prestamista. Del interés de la calidad del activo se tasó el factor más importante en evaluar los bancos en seguridad y solvencia.

2.4.12 Garantía hipotecaria

Una hipoteca es un derecho real que se constituye mediante contrato y que sirve para garantizar una deuda u obligación y por tanto es un contrato accesorio a otro que es el principal. De este modo, la hipoteca garantiza al acreditante (banco o entidad crediticia) el pago del crédito mediante el remate judicial del bien, previa demanda y sentencia condenatoria en contra del acreditado (solicitante). Aunque el bien hipotecado suele ser el inmueble objeto del crédito o bien un inmueble distinto de propiedad del acreditado o de un tercero que hubiere aceptado constituir la hipoteca sobre su bien, en muy determinadas ocasiones suelen incluirse otro tipo de bienes no inmuebles.

2.4.13 Bienes inmuebles

Bienes que por su naturaleza y por sus especiales características no son susceptibles de transporte de un sitio a otro, en razón de que con un movimiento o traslado se ocasiona su destrucción o deterioro. Usualmente está constituido por la tierra y sus obras civiles. Martínez (2007).

2.4.14 Contabilidad bancaria

Es aquella que tiene relación con la prestación de servicios monetarios y registra todas las operaciones de cuentas en depósitos o retiros de dinero que realizan los clientes. Ya sea de cuentas corrientes o ahorros, también registran los créditos, giros tanto al interior o exterior, así como otros servicios bancarios.
<http://www.monografias.com/trabajos13/conta/conta.shtml>

Los Bancos privados para registrar sus transacciones se rigen al catalogo único de cuentas diseñado por la Superintendencia de bancos y seguros, en donde se observa las reglas impuestas por el Derecho, la Jurisprudencia, los principios de

contabilidad generalmente aceptados y las practicas de la actividad bancaria en el país. Chiriboga (2007).

2.4.15 Estados financieros

Para los autores Berk y Marzo (2008) son reportes de contabilidad que emite en forma periódica (por lo general trimestral y anual) una empresa y que contienen información sobre su desempeño en el pasado. A toda compañía pública se le pide que realice sus estados financieros: Balance General, Estado de Resultados, Estado de Flujo de efectivo y Estado de cambios en la inversión de los accionistas.

Sarmiento (2006) son informes que se elaboran al finalizar un período contable, con el propósito de conocer la real situación financiera de la empresa.

2.4.16 Análisis estados financieros

Zapata (2002) análisis e interpretación de estados financieros.- El análisis de estados financieros es el conjunto de procedimientos que permite evaluar e interpretar objetivamente la información contable que constan en los estados financieros, cuyos resultados facilitaran la toma de decisiones futuras.

Navarro (2009) el análisis de los Estados Financieros de la empresa, forma parte de un proceso de información cuyo objetivo fundamental, es la de aportar datos para la toma de decisiones. Los usuarios de esta información, son muchos y variados, desde los gerentes de empresa interesados en la evaluación de la misma, directores financieros acerca de la viabilidad de nuevas inversiones, nuevos proyectos y cuál es la mejor vía de financiación, hasta entidades financieras externas sobre si es conveniente o no conceder créditos para llevar a cabo dichas inversiones.

Gamboa (1997) menciona que consiste en determinar la situación financiera de una empresa o de un sector específico de ella, mediante la interpretación de la información contable y demás información cuantitativa y cualitativa disponible.

2.4.17 Rentabilidad

La rentabilidad de una entidad financiera mide el grado de retorno de la inversión de los accionistas, obtenido de la relación del resultando del ejercicio para el patrimonio promedio y el activo promedio, de igual manera mide los resultados obtenidos por la gestión operativa del negocio de intermediación financiera para el patrimonio promedio y el activo promedio. Chiriboga (2007).

Una definición más precisa de la rentabilidad es la de que la rentabilidad es un índice que mide la relación entre utilidades o beneficios, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerlos. Para hallar esta rentabilidad, simplemente debemos determinar la tasa de variación o crecimiento que ha tenido el monto inicial (inversión), al convertirse en el monto final (utilidades).

<http://www.crecenegocios.com/definicion-de-rentabilidad/>

La rentabilidad bancaria de una oficina será la suma de los ingresos que genere por el volumen y naturaleza del negocio captado y gestionado por la oficina, menos los gastos en los que incurra para ello. De manera muy esquemática, la actuación de una oficina bancaria, desde al punto de vista de la rentabilidad será:

Captar dinero (recursos) de sus clientes, por el que paga un precio (rentabilidad para el cliente)

Prestar dinero (inversión) a sus clientes, por los que cobra un precio (coste para el cliente)

Cobrar comisiones por los servicios que presta (cheques, recibos, transferencias, etc.)

Pagar el coste de los recursos y medios que necesita para desarrollar su actividad bancaria (local, personal, material, y servicios)

El resultado neto de la actividad anterior será la rentabilidad de la oficina:

INGRESOS (inversión) – COSTES (recursos) + COMISIONES – GASTOS = BENEFICIO.

www.asba-supervision.org/index

2.4.18 Índices de rentabilidad

Los autores Navarro (2010) y Chiriboga (2005) concuerdan en que los indicadores de rendimiento, denominados también de rentabilidad o lucratividad, sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y los gastos y, de esta manera, convertir las ventas en utilidades.

Desde el punto de vista del inversionista, lo más importante de analizar con la aplicación de estos indicadores es la manera como se produce el retorno de los valores invertidos en la empresa (rentabilidad del patrimonio y rentabilidad del activo total).

Par los autores Estupiñan y Estupiñan (2006) dicen que se mide a través de las siguientes relaciones:

Margen bruto de utilidad: Utilidad bruta/ventas netas

Indica el porcentaje de las ventas disponibles para cubrir otros gastos operacionales. Mide la eficiencia del ente económico en los procesos productivos

Margen de utilidad operativa: Utilidad neta/ventas Netas

Da la eficiencia de la empresa a nivel más general, ya que no sólo incluye costos de ventas o de producción, gastos operacionales, sino también involucra otros

gastos e impuestos de renta. Se puede ver la calidad de inversiones con los excedentes de liquides y el manejo de las políticas tributarias

Rendimientos de los activos: Utilidad Neta/Activo total

Indica el rendimiento de los activos totales en relación con la utilidad final del período.

2.4.19 Tasa activa

Valor porcentual que gana un Banco o institución financiera por las sumas concedidas en préstamos a sus clientes o como contraprestación de un servicio. Martínez (2008).

Relación porcentual a pagarse por el uso del capital prestado en un tiempo determinado. Representa el costo financiero. Chiriboga (2005)

2.5 Hipótesis

La colocación de créditos hipotecarios incide en la rentabilidad de la oficina de Banco Bolivariano C.A. Sucursal Santo Domingo.

2.6 Señalamiento de las variables

Variable Independiente	:	Crédito hipotecario
Variable Dependiente	:	Rentabilidad

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Enfoque

La investigación se realizó con un enfoque cualitativo y cuantitativo. Cuyas características de estos dos enfoques se describen en el siguiente cuadro:

ENFOQUE CUANTITATIVO	ENFOQUE CUALITATIVO
<ul style="list-style-type: none">• Utiliza técnicas cuantitativas• Orienta hacia la identificación de las causas y explicación del problema.• Orienta hacia una medición controlada.• Es universalista• Su perspectiva es desde afuera• Orienta a la comprobación de la hipótesis.• Enfatiza el resultado• Es generalizable, investiga el problema independientemente del contexto al que se pertenece• Es fragmentario• Asume posición estática	<ul style="list-style-type: none">• Utiliza técnicas cualitativas• Orienta hacia la comprensión del problema.• Orienta hacia una observación naturalista.• Es contextualizado• Su perspectiva es desde adentro.• Orienta al descubrimiento de la hipótesis.• Enfatiza el proceso• No es generalizable, investiga el problema dentro del contexto al que se pertenece.• Es holístico• Asume posición dinámica

Adaptado de Briones, G. (1997)

3.2 Modalidad básica de la investigación

3.2.1 Investigación de campo

Se aplicó la modalidad de Investigación de Campo ya que se realizó un estudio de los hechos suscitados en el lugar donde se lleva a cabo el problema, y es factible entrevistar a los actores que han intervenido en este problema, tal como son los clientes y sus respectivas reacciones, al personal involucrado, es decir la información es obtenida directamente de la realidad.

3.2.2 investigación bibliográfica o documental

También se aplicó la modalidad Bibliográfica o Documental mediante investigaciones realizadas, las cuales sirvieron para enriquecer este trabajo y dar una guía para su ejecución; obteniendo información en libros, revistas y folletos.

3.3 Nivel o tipo de investigación

3.3.1 Investigación descriptiva

Es descriptiva porque detalla la situación actual de la empresa permitiendo identificar todo lo relacionado con el área de colocación de cartera hipotecaria. Por medio de la recolección de datos utilizando: la observación y la encuesta para luego ser sometidos a un proceso de tabulación y análisis estadístico.

3.3.2 Investigación correlacional

Este tipo de investigación permite determinar las características del problema a investigar estableciendo la relación que existe entre las variables Independiente y Dependiente.

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

Es el conjunto de todos los individuos (objetos, personas, eventos, etc.) en los que se desea estudiar el fenómeno. Éstos deben reunir las características de lo que es objeto de estudio.

El Banco Bolivariano Suc. Santo Domingo cuenta con un total de 7.085 clientes entre ahorristas y cuenta correntistas. Para este estudio se ha considerado a clientes cuyo saldo promedio mensual sea superior a USD 5.000. La población de estudio será:

Cientes Ahorristas:	318
Cientes Cuenta Correntistas	104
TOTAL CLIENTES	422

3.4.2 Muestra

El tipo de muestreo que se utilizó es el probabilístico en razón que todos los integrantes de la población tienen la misma probabilidad de ser parte de la muestra.

Es importante determinar el tamaño adecuado de una muestra y no se debe actuar con ligereza, por cuanto si se toma una muestra más grande es un desperdicio de recursos, y muestras muy pequeñas a menudo llevan a tener resultados sin usos

prácticos nada confiable. Para determinar el tamaño de la muestra se debe tener en cuenta lo siguiente:

- El objeto y el objetivo de la investigación
- El nivel de confiabilidad con el que se desea trabajar (se recomienda entre el 95% y el 99%)
- Las probabilidades reales de que ciertas características a investigarse estén presentes (P) en la población, frente a las probabilidades de que no lo estén (Q)

$$P = 0.5$$

$$Q = 1 - 0.5 = 0.5$$

$$P + Q = 1$$

- El error de muestreo puede fluctuar, según criterio de algunos investigadores, entre el 1% y el 8% como máximo; lo aconsejable es entre el 1% y el 5%. Este error determina la diferencia que puede haber entre los resultados de una muestra con los de la población

Para aplicar la fórmula en el presente trabajo se utilizará un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%

$$n = \frac{z^2 \times P \times Q \times N}{z^2 \times P \times Q + Ne^2}$$

n = Tamaño de la muestra

N = Población 422

Z = Nivel de confianza 95% \longrightarrow 1,96

P = Probabilidad de ocurrencia 0,5

Q = Probabilidad de no ocurrencia $1 - 0,5 = 0,5$

e = Error de muestreo 5%

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 422}{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 + 422 \times 0,05^2}$$

$$n = \frac{405,29}{2,0154}$$

$$n = 201,09$$

3.5. Operacionalización de variables

Variable Independiente: Crédito hipotecario

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Son aquellas operaciones con garantía hipotecaria que aseguran el cumplimiento de una operación crediticia por medio de un derecho directo e inmediato sobre un inmueble.	Garantía hipotecaria	Financiamiento de largo plazo. Valor de Avalúo de la propiedad Años de construcción del inmueble. Ubicación de la vivienda Porcentaje de cobertura	¿Es adecuado el plazo de los créditos hipotecarios? ¿El avalúo de viviendas usadas está acorde al precio comercial del mercado? ¿Hasta cuántos años de construcción de la vivienda se acepta como garantía?	Encuestas a clientes a través de cuestionarios
	Operación crediticia	Cumplimiento de Requisitos Evaluación del sujeto de crédito	¿Es una limitante la ubicación de la vivienda a adquirir? ¿El porcentaje de	

Variable Dependiente: Rentabilidad

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA E INSTRUMENTO
La rentabilidad de la actividad bancaria es el resultado de los intereses ganados en los financiamientos otorgados mas las comisiones ganadas, menos los intereses pagados en la captación de depósitos y los costos de recursos y medios para el desarrollo de la actividad.	Intereses ganados	Tasa de interés activa	¿La tasa de interés de los préstamos hipotecarios es competitiva?	Encuestas a clientes a través de cuestionarios
	Intereses pagados	Tasa de interés pasiva	¿La tasa de interés que la entidad financiera paga por los recursos captados está dentro del parámetro del mercado?	
	Costos de recursos y medios	Gastos operativos	¿Posee la entidad políticas de control de gastos?	Encuestas a empleados de la entidad bancaria.

3.6 Recolección de información

En el proceso de investigación es necesario desarrollar un intenso trabajo bibliográfico de búsqueda, recolección y procesamiento de información que permita interpretar, comprender y explicar con profundidad el problema en estudio, para finalmente proponer la mejor alternativa de solución.

Antes de tratar el tema relacionado con las técnicas de investigación, es pertinente manifestar que, en primer término conviene determinar qué tipo de información se necesita recolectar.

3.6.1 Información secundaria

Es aquella que el investigador recolecta de estudios realizados anteriormente y que se encuentra registrada en documentos y material impreso, tales como:

Tesis de Grado

Libros

Revistas especializadas

Internet

Informes técnicos

Informes de investigación, etc.

3.6.2 Información primaria

Es aquella que el investigador recolecta directamente a través del contacto directo con el objeto de estudio, con la realidad de los hechos.

3.6.3 Técnicas de investigación

Las técnicas de investigación son las formas, los medios y los procedimientos disponibles para recolectar, conversar, organizar, analizar y cuantificar los datos del problema que se investiga, es decir, para acceder a los hechos que permita llegar a conclusiones y toma de decisiones.

3.6.4 Tipos de técnicas de investigación

3.6.4.1 Técnicas de investigación documental

Son aquellas que nos permiten recolectar información secundaria, que otros han escrito relacionada con el problema:

El análisis documentos (tesis)

Libros

Revistas especializadas

Internet

Informes técnicos, etc.

3.6.4.2 Técnicas de investigación de campo

Son aquellas que permite recolectar información primaria, es decir, de los individuos que conocen el problema de estudio. Entre ellas citamos:

- La observación
- La entrevista
- La encuesta
- El experimento
- Las escales de actitudes y opiniones (de Thurstone, Lickert, Guttman)

Para seleccionar las técnicas a utilizar en la investigación, es necesario tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Objetivos de la investigación
- Recursos económicos disponibles
- Equipo humano que realizó la investigación
- Cooperación que se espera lograr de las unidades de observación

3.6.5 Instrumentos de recolección de información

Una vez que se han seleccionado las técnicas de investigación, es necesario diseñar los instrumentos para recolectar la información.

La técnica que se utilizó para desarrollar la presente investigación fue el cuestionario. El cuestionario sirve de enlace entre los objetivos de la investigación y la realidad estudiada. La finalidad del cuestionario es obtener, de manera sistemática, información de la población investigada, sobre las variables que interesan estudiar.

3.7 Procesamiento y análisis de la información

Es el proceso que permite analizar la información con el fin de obtener de ella las respuestas a las preguntas que se formularon en los instrumentos y presentar los resultados. Comprende:

- Revisión de la información
- Categorización y tabulación de la información
- Análisis de los datos
- Interpretación de los resultados

3.7.1 Revisión de la información

Luego de aplicados los instrumentos para la recolección de datos, es necesario, proceder a la revisión de la información para detectar errores u omisiones, eliminar respuestas contradictorias y organizarla de la forma más clara posible para facilitar su tabulación.

3.7.2 Codificación de la información

La codificación consiste en asignar un código a las preguntas y a las alternativas de respuesta, a fin de que se facilite el proceso de tabulación. Lo ideal es que la codificación se realice al mismo tiempo que se diseña el instrumento de recolección de información (cédula de entrevista, cuestionario, etc.)

3.7.3 Categorización y tabulación de la información

Categorización es la determinación de categorías, grupos o clases en las que pueden ser clasificadas las respuestas.

Las categorías son diferentes valores que puede asumir la variable en estudio. Estas deben ser exclusivas, es decir, una respuesta no puede corresponder más que a una sola categoría. La tabulación es el proceso que se realiza para conocer la frecuencia con la que repiten los datos de la variable en cada categoría para presentarlos en cuadros estadísticos. Según sea el volumen de la información, la tabulación puede hacerse en forma manual o computarizada.

3.7.4 Representación gráfica

Es la forma más sintética, accesible y atractiva de presentar los datos. Tiene algunas desventajas, no se puede incluir muchos datos, no se pueden expresar valores exactos y requiere mayor tiempo para su elaboración.

3.7.5 Análisis de la información

Una vez que se ha recopilado y tabulado la información, es necesario analizarla para presentar los resultados. El análisis de los datos dependerá de la complejidad de la hipótesis y del cuidado con el que se haya elaborado el proyecto de investigación, ya que si este se diseñó en forma adecuada, los resultados de la investigación proporcionarán el análisis, casi automáticamente.

3.7.6 Interpretación de resultados

Después de haber realizado el análisis de los datos y diseñado los cuadros que resumen los resultados, el siguiente paso es interpretarlos, es decir, comprender la magnitud de los datos y el significado de los mismos. Para realizar la interpretación de los resultados se sugiere lo siguiente:

- Describir los resultados.
- Analizar la hipótesis en relación con los resultados obtenidos para verificarla.
- Estudiar cada uno de los resultados por separado y relacionarlos con el marco teórico.
- Elaborar una síntesis general de los resultados

3.7.7 Inferencia

En base a los datos obtenidos de la muestra se generalizó para toda la población.

3.7.8 Comprobación de hipótesis

Mediante fórmula del Chi cuadrado.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de los resultados

Para la presente investigación, una vez recolectada la información se procedió a la revisión y ordenamiento a través de códigos, la información se organizó de la forma más clara posible en categorías de acuerdo al interés del estudio y para su tabulación se utilizó el programa SPSS para mayor facilidad, los resultados que se obtuvieron de la tabulación de datos se presentaron de una manera gráfica, para mayor comprensión del significado de los datos, además se estudió cada uno de los resultados por separado para relacionarlos con el marco teórico; dando la pauta para verificar o rechazar la hipótesis del problema de investigación.

4.2 Interpretación de datos

ENCUESTAS REALIZADAS A CLIENTES EXTERNOS

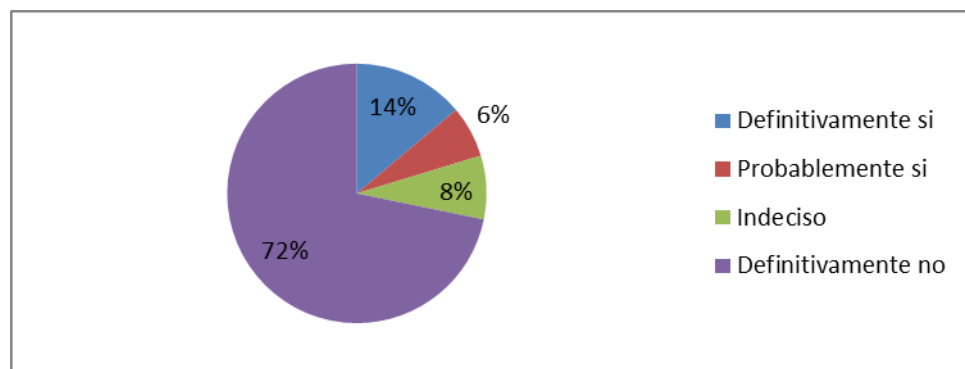
Se realizó la encuesta a 202 clientes, que corresponden a la muestra establecida. A continuación se expone resultados y comentarios.

1.- Conocimiento sobre los créditos hipotecarios para compra de vivienda a largo plazo que ofrece el Banco Bolivariano.

Tabla N°1 Conocimiento sobre créditos hipotecarios

	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente si	28	13,9%
Probablemente si	13	6,4%
Indeciso	16	7,9%
Definitivamente no	145	71,8%
Total	202	100,0%

Gráfico N°1 Conocimiento sobre créditos hipotecarios



Elaborado: SOTO, Rosa (2012)

Análisis.- Sobre el título de esta encuesta, reveló que el 72% de los clientes encuestados no conocen sobre los créditos hipotecarios que maneja el Banco Bolivariano, mientras que apenas un 14% indicó que definitivamente sí conoce, un 6% aseveró que probablemente sí conoce y un 8% indecisos.

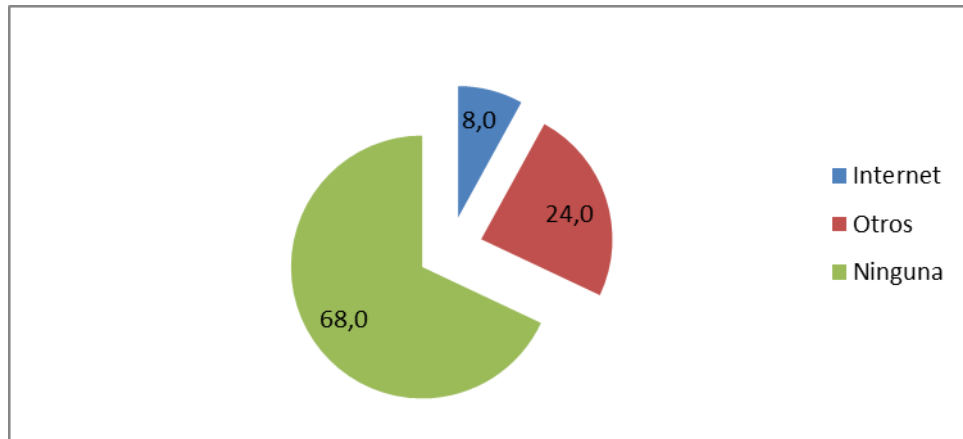
Interpretación.- Es preocupante el alto porcentaje de clientes que desconocen el producto de créditos hipotecarios, lo que demuestra que la entidad bancaria no ha realizado estrategias para colocación de este producto.

2.- Medio por el cual conoció sobre los financiamientos para compra de viviendas que otorga Banco Bolivariano.

Tabla N°2 Medio por el cual conoció financiamiento vivienda

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Internet	16	8,0	8,0
Otros	49	24,0	32,0
Ninguna	137	68,0	100,0
Total	202	100,0	

Gráfico N°2 Medio por el cual conoció financiamiento vivienda



Elaborado: SOTO, Rosa (2012)

Análisis.- El 68% de los clientes encuestados indicaron que no se enteraron a través de ningún medio sobre los créditos hipotecarios que oferta el Banco Bolivariano C.A., el 24% confirman que conocieron sobre este producto a través de otros medios y el 8% a través de Internet.

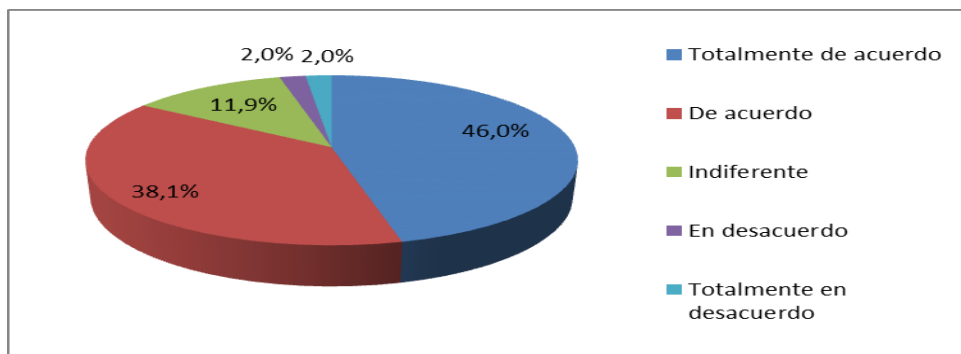
Interpretación.- El porcentaje de clientes que no conoce este producto a través de ningún medio es elevado, lo que refleja que la Institución no se ha preocupado en promocionar este importante producto, que le generaría atractiva rentabilidad para la oficina.

3.- Criterio sobre el plazo máximo de 12 años de los créditos hipotecarios

Tabla N°3 Plazo créditos hipotecarios

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	93	46,0%
De acuerdo	77	38,1%
Indiferente	24	11,9%
En desacuerdo	4	2,0%
Totalmente en desacuerdo	4	2,0%
Total	202	100,0%

Gráfico N°3 Plazo créditos hipotecarios



Elaborado: SOTO, Rosa (2012)

Análisis.- El 46% de sus clientes manifestaron estar totalmente de acuerdo con el plazo de los créditos hipotecarios, un 38.1% están de acuerdo, el 11.9 % se muestra indiferente, mientras que el 2% y de igual manera otro 2% indican estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

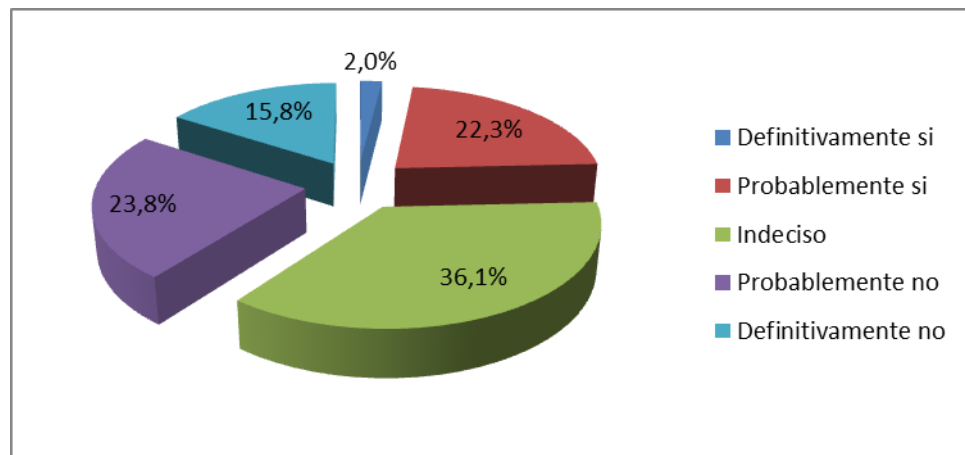
Interpretación.- Si bien es un porcentaje alto, el 46% de clientes están de acuerdo con el plazo de los créditos hipotecarios que ofrece el Banco Bolivariano, consideran que la competencia privada también maneja esos plazos, por lo que se podría interpretar que la respuesta está dada relacionando con el plazo de los créditos hipotecarios que otorga el BIESS.

4.- El avalúo que el Banco realiza de las viviendas a financiar está acorde al precio del mercado.

Tabla N°4 Avalúo viviendas

	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente si	4	2,0%
Probablemente si	45	22,3%
Indeciso	73	36,1%
Probablemente no	48	23,8%
Definitivamente no	32	15,8%
Total	202	100,0%

Gráfico N°4 Avalúo viviendas



Elaborado: SOTO, Rosa (2012)

Análisis.- Al consultar a los clientes sobre el avalúo que el Banco realiza si es acorde al precio comercial del mercado, un 36.1% respondieron como indecisos, el 23.8% indicaron que probablemente no, el 22.3% dijeron que probablemente si, el 15.8% definitivamente no y apenas el 2% definitivamente si.

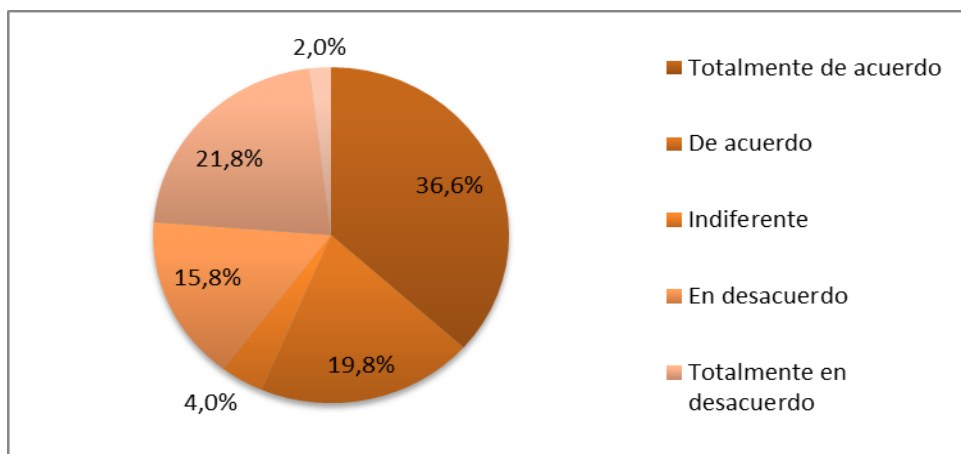
Interpretación.- Una vez más se refleja el escaso conocimiento que los clientes de la entidad bancaria tienen sobre los créditos de vivienda, apenas un 2% confirma estar de acuerdo, los avalúos que el banco considera para este tipo de operaciones es el avalúo comercial, el del mercado, sin ningún porcentaje de penalidad, a diferencia de los créditos comerciales, pero se pone de manifiesto una vez más la falta de promoción de esta facilidad crediticia y sus beneficios.

5.- Aporte del 30% mínimo que debe realizar el cliente como porcentaje de entrada para que la entidad bancaria financie la compra de su vivienda.

Tabla N°5 Aporte mínimo entrada compra vivienda

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	74	36,6%
De acuerdo	40	19,8%
Indiferente	8	4,0%
En desacuerdo	32	15,8%
Totalmente en desacuerdo	44	21,8%
Otros	4	2,0%
Total	202	100,0%

Gráfico N°5 Aporte mínimo entrada compra vivienda



Elaborado: SOTO, Rosa (2012)

Análisis.- Se presenta un 36.8% de clientes que están totalmente de acuerdo con el porcentaje de entrada, mientras que un 19.8% manifiesta estar de acuerdo, un 4% indiferente, el 15.8% en desacuerdo, y el 21.8% en total desacuerdo.

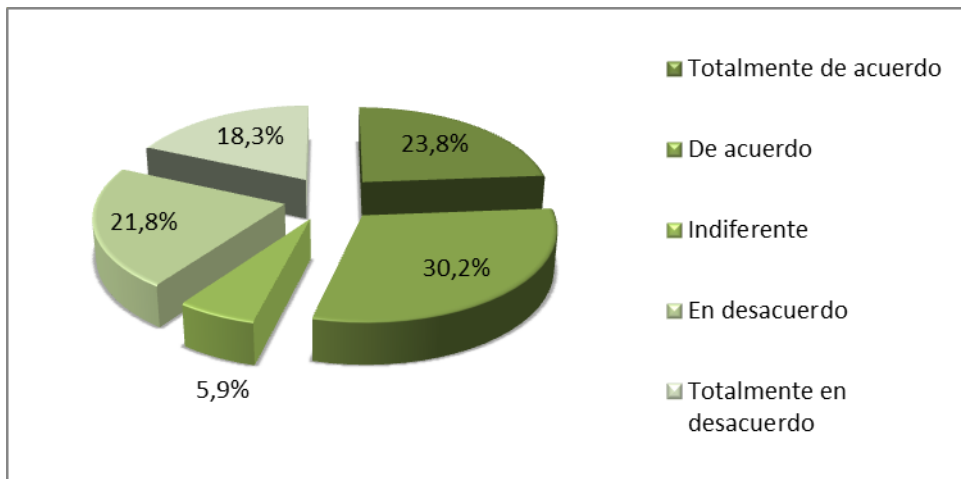
Interpretación.- Todas las entidades financieras solicitan un aporte propio por parte del cliente interesado en adquirir la propiedad, a excepción del BIESS que tiene un tope de \$70M.para financiamiento del 100% de vivienda. Este aporte o cuota de entrada básicamente se lo contempla como la contraparte para involucrar más profundamente al cliente en el fiel cumplimiento de la obligación que asumirá.

6.- Tasa de interés del 10.50% que el banco cobra en préstamos hipotecarios.

Tabla N°6 Tasa interés créditos hipotecarios

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	48	23,8%
De acuerdo	61	30,2%
Indiferente	12	5,9%
En desacuerdo	44	21,8%
Totalmente en desacuerdo	37	18,3%
Total	202	100,0%

Gráfico N°6 Tasa interés créditos hipotecarios



Elaborado: SOTO, Rosa (2012)

Análisis.- Los porcentajes obtenidos en materia de tasa activa de los créditos hipotecarios, un 23.8% manifestaron estar totalmente de acuerdo, un 30.2% de acuerdo, el 5.9% indiferente, un 21.8% en desacuerdo y en total desacuerdo un 18.3%

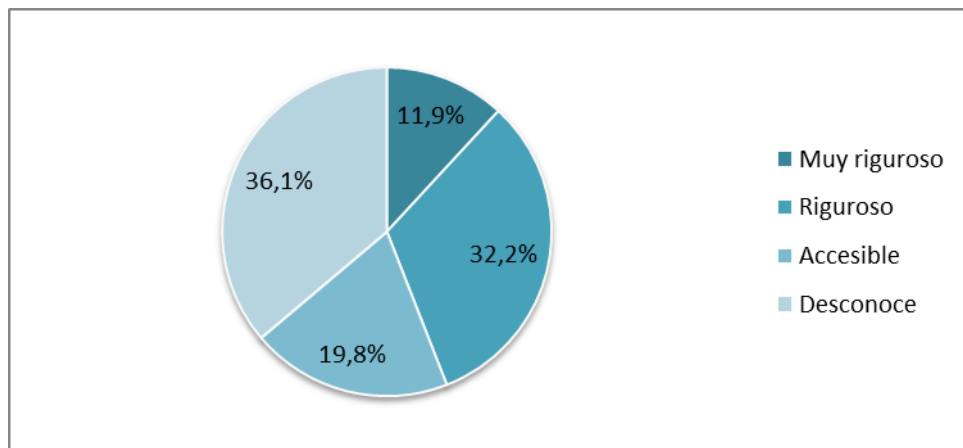
Interpretación.- Esta información, transmite que existe un 54% de clientes que están entre totalmente de acuerdo y de acuerdo, lo que indica que la mayoría acepta la tasa activa de este producto, el otro grupo de clientes se podría interpretar no estar conformes en razón de las tasas que ofrece Banco Pacífico y el BIESS que son mucho más competitivas.

7.- Requisitos para acceder a créditos para compra de vivienda

Tabla N°7 Requisitos para acceder a financiamiento vivienda

	Frecuencia	Porcentaje
Muy riguroso	24	11,9%
Riguroso	65	32,2%
Accesible	40	19,8%
Desconoce	73	36,1%
Total	202	100,0%

Gráfico N°7 Requisitos para acceder a financiamiento vivienda



Elaborado: SOTO, Rosa (2012)

Análisis.- Como se puede apreciar del gráfico, un 11.9% de clientes aseveraron que los requisitos para acceder a financiamiento de vivienda son muy rigurosos, el 32.2% indicaron que es riguroso, frente al 19.8% que manifestaron que es accesible y un índice importante de recalcar es ese 36.1% que desconoce sobre estos trámites.

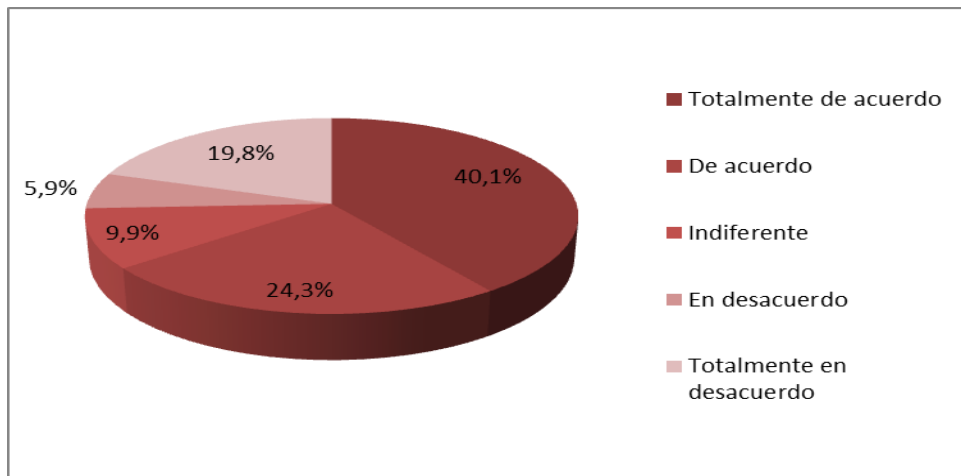
Interpretación.- Una vez más se ratifica el hecho del desconocimiento por parte de los clientes de la entidad bancaria sobre los créditos hipotecarios, a desconocer sobre la existencia de los mismos, es lógico que desconozcan sobre sus trámites, es necesario que el banco determine estrategias para dar a conocer este producto.

8.- Tiempo de respuesta (15 días) de la solicitud de crédito para compra de vivienda

Tabla N°8 Tiempo respuesta solicitud de crédito

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	81	40,1%
De acuerdo	49	24,3%
Indiferente	20	9,9%
En desacuerdo	12	5,9%
Totalmente en desacuerdo	40	19,8%
Total	202	100,0%

Gráfico N°8 Tiempo respuesta solicitud de crédito



Elaborado: SOTO, Rosa (2012)

Análisis.- La opinión sobre el porcentaje de respuesta es: un 40.1% muestra estar de acuerdo, un 24.3 % de acuerdo, un 9.9% indiferente, el 5.9% en desacuerdo y totalmente en desacuerdo el 19.8%

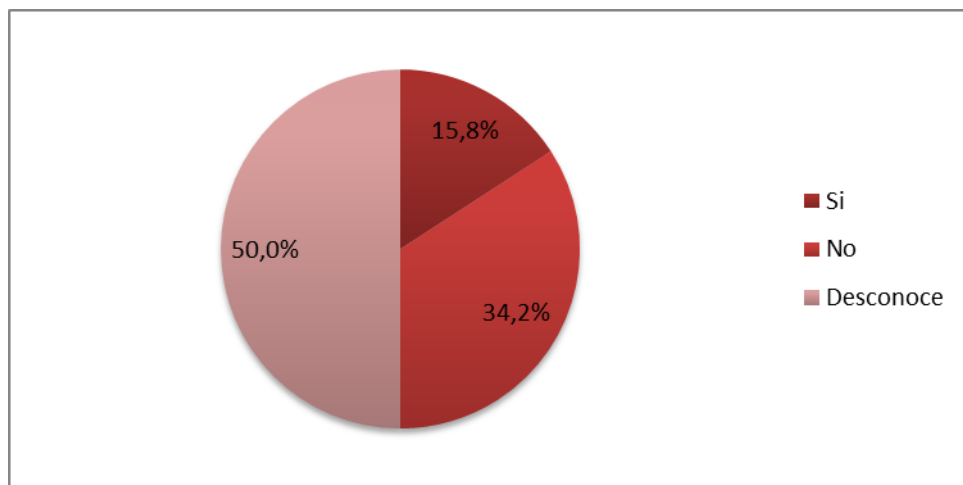
Interpretación.- En este caso una gran mayoría de clientes manifestaron estar conformes con el tiempo de respuesta que tiene el banco en las solicitudes de los créditos hipotecarios, por ser 15 días un plazo prudente, en el cual la entidad confirmaría datos del solicitante, analizaría y resolvería sobre la viabilidad o no de esta facilidad de crédito.

9.- Préstamos para construcción de viviendas

Tabla N°9 Conocimiento financiamiento vivienda

	Frecuencia	Porcentaje
Si	32	15,8%
No	69	34,2%
Desconoce	101	50,0%
Total	202	100,0%

Gráfico N°9 Conocimiento financiamiento vivienda



Elaborado: SOTO, Rosa (2012)

Análisis.- Al consultar a los clientes sobre si conocen si el banco otorga financiamientos para construcción de vivienda, un 50% indicaron que desconocen que el banco tenga esta línea de crédito, el 34% confirmó que el banco no tiene esta línea de financiamiento y apenas un 15.8% manifestó conocer que el banco sí tiene estas operaciones.

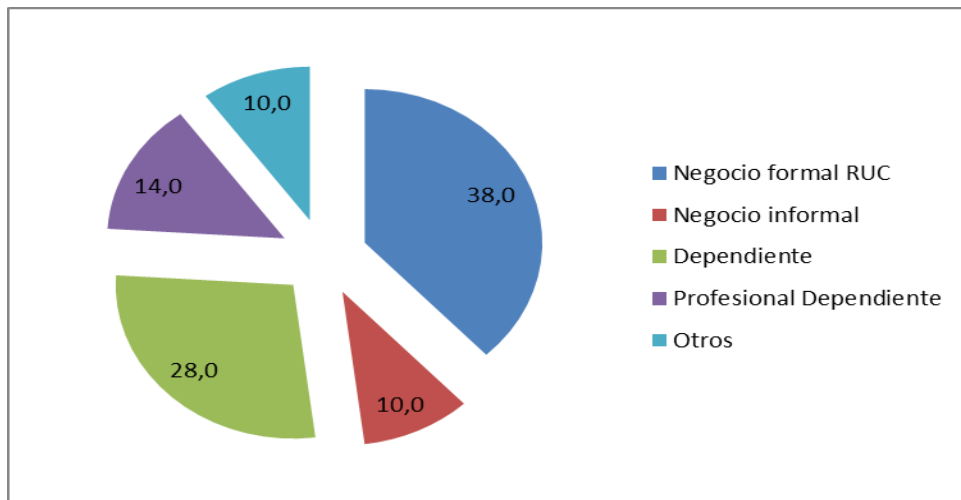
Interpretación.- Sin lugar a dudas se confirma nuevamente la falta de promoción de la entidad bancaria para dar a conocer sus líneas de financiamiento, en esta encuesta el 50% de los clientes indicaron desconocer sobre el financiamiento de construcción de viviendas que el banco ofrece.

10.- Segmento económico del cliente.

Tabla N°10 Segmento económico del cliente

	Frecuencia	Porcentaje
Negocio formal RUC	77	38,0
Negocio informal	20	10,0
Dependiente	57	28,0
Profesional independiente	28	14,0
Otros	20	10,0
Total	202	100,0

Gráfico N°10 Segmento económico del cliente



Elaborado: SOTO, Rosa (2012)

Análisis.- De acuerdo al gráfico se observa que el 38% de los clientes tienen negocio formal, el 28% es dependiente, el 10% es negocio informal, el 14% es profesional y el otro 10% es otros.

Interpretación.- La mayoría de los clientes de la entidad bancaria tienen negocios formales, y entre negocios informales y otros suman un 20% que no serían sujetos de análisis para línea de financiamientos de vivienda. De acuerdo a las políticas de la entidad bancaria aplicarían para otorgamientos de créditos hipotecarios clientes que tengan negocio establecido formal, profesionales independientes y empleados dependientes.

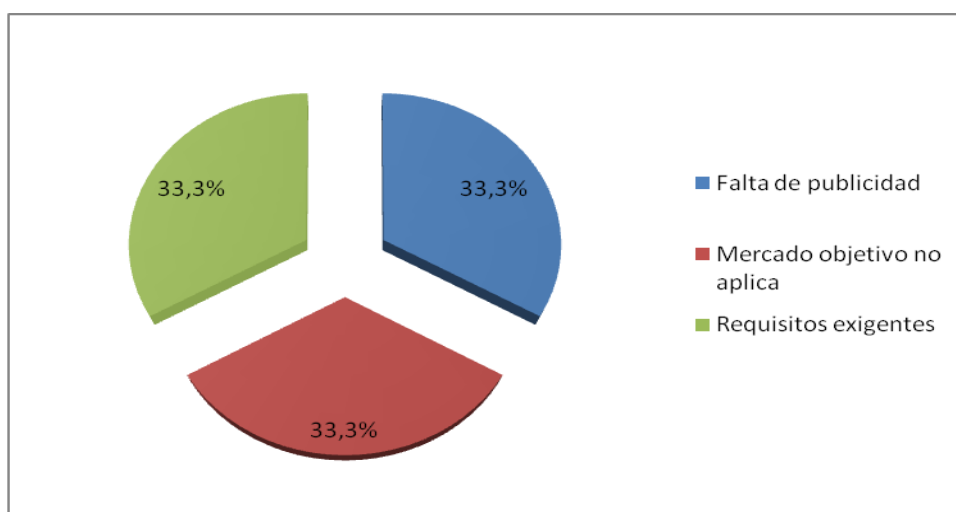
ENCUESTA A PERSONAL DEL ÁREA COMERCIAL DE LA ENTIDAD.

1.- Motivos por los que los créditos hipotecarios no han tenido una mayor colocación dentro de la ciudad de Santo Domingo

Tabla N°11 Motivos falta de colocación créditos hipotecarios

	Frecuencia	Porcentaje
Falta de publicidad	1	33,3%
Mercado objetivo no aplica	1	33,3%
Requisitos exigentes	1	33,3%
	3	

Gráfico N°11 Motivos falta de colocación créditos hipotecarios



Elaborado: SOTO, Rosa (2012)

Análisis.- De acuerdo al gráfico, el 33.33% indican que el motivo de la falta de colocación de los créditos hipotecarios se debe a la falta de publicidad, otro 33.33% comentó que se debe a que el mercado objetivo no aplica, y el restante porcentaje manifestó que se debe a que los requisitos son muy exigentes.

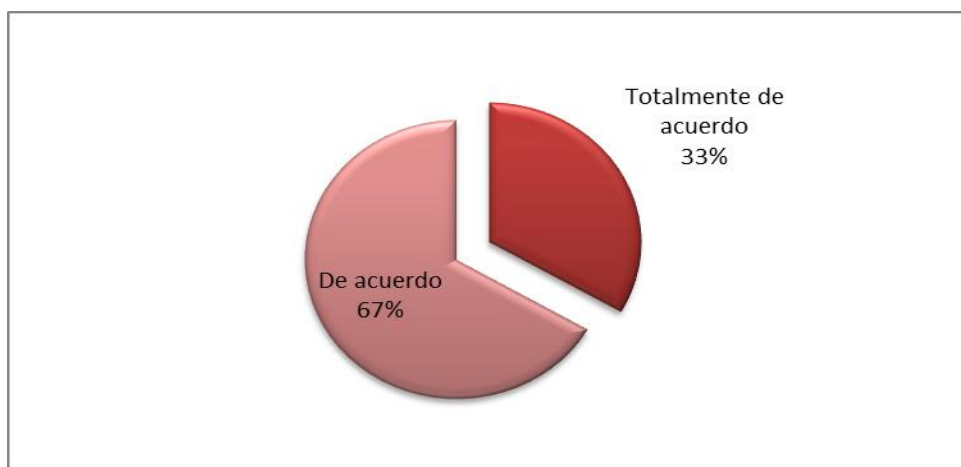
Interpretación.- La falta de colocación de los créditos hipotecarios, se debe, a la falta de estrategias de promoción, simplificar la documentación y flexibilizar los requisitos y procesos.

2.- Tasa activa que el Banco Bolivariano aplica a los créditos hipotecarios.

Tabla N°12 Tasa activa financiamiento vivienda

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	1	33,3%
De acuerdo	2	66,7%
Total	3	100,0

Gráfico N°12 Tasa activa financiamiento vivienda



Elaborado: SOTO, Rosa (2012)

Análisis.- Sobre la tasa activa que la entidad bancaria cobra por los préstamos hipotecarios, el 67% del personal que labora en crédito manifestaron estar de acuerdo, el 33% totalmente de acuerdo.

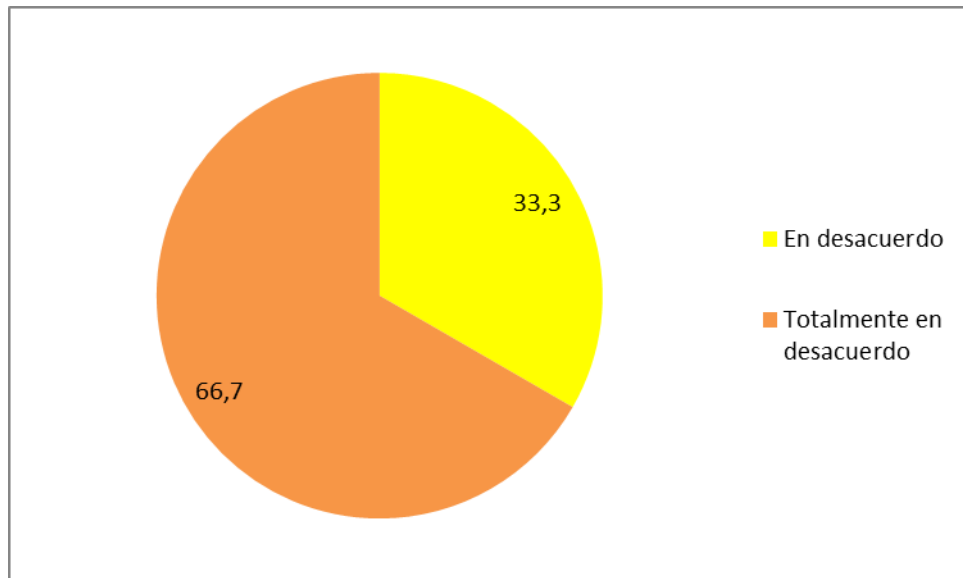
Interpretación.- La tasa activa que el banco aplica a los créditos hipotecarios va la par con la competencia de la banca privada, no obstante se debe recalcar que el BIESS, Banco del IESS, actualmente principal colocador de créditos hipotecarios, maneja una tasa muy competitiva alrededor del 8.5% mientras que la entidades financieras privadas promedian el 10%, la limitante es que los únicos que aplican a préstamos en el BIESS son personas que laboran en relación de dependencia.

3.- Los formularios de solicitud y anexos de los créditos hipotecarios son de fácil y rápido registro de información.

Tabla N°13 Formularios de solicitud de financiamiento vivienda

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	1	33,3
Totalmente en desacuerdo	2	66,7
Total	3	100,0

Gráfico N°13 Formularios de solicitud de financiamiento vivienda



Elaborado: SOTO, Rosa (2012)

Análisis.- El gráfico indica que el 66.7% de los empleados opinan que están totalmente en desacuerdo sobre los formularios y anexos de solicitud de créditos hipotecarios, pues estos no son de fácil y rápido registro de información, el 33.3% comentan estar en desacuerdo.

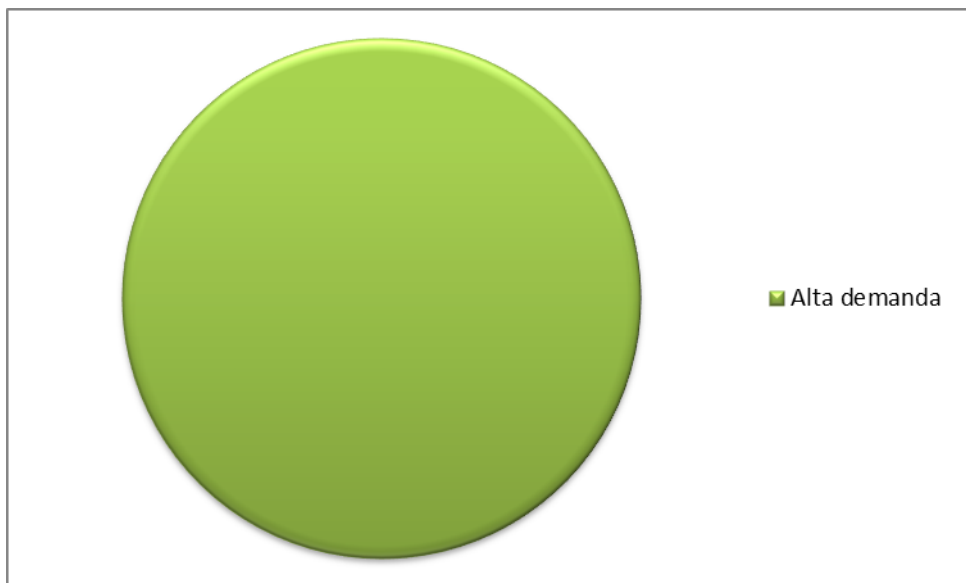
Interpretación.- Los empleados no comparten los formularios y anexos de la solicitud de créditos hipotecarios, son cuatro formularios en total y en la mayoría de los mismos se repite la información del solicitante, estos formularios deben ser concretos pero a la vez completos y en un solo formulario puede contemplar toda la información del cliente.

4.- Demanda de créditos de vivienda en Santo Domingo

Tabla N°14 Demanda créditos de vivienda

	Frecuencia	Porcentaje
Alta demanda	3	100,0

Gráfico N°14 Demanda créditos de vivienda



Elaborado: SOTO, Rosa (2012)

Análisis.- El 100% de los empleados coinciden que la demanda de los créditos hipotecarios es alta en Santo Domingo.

Interpretación.- Pese a que se conoce la alta demanda de vivienda en Santo Domingo, la entidad bancaria no ha ejecutado ninguna estrategia que le permita incrementar el nivel de colocación de los créditos hipotecarios, mantiene una escasa cartera colocada de este producto que sin lugar a dudas incide en índices ínfimos en la rentabilidad de la oficina.

4.3. Verificación de la hipótesis

Se va a utilizar Chi-cuadrado como un estadígrafo de distribución libre que permite establecer la correspondencia de valores observados y esperados, permitiendo la comparación global del grupo de frecuencias a partir de la hipótesis que se quiere verificar. Para la combinación se escogen de la encuesta tres preguntas más centrales al tema de investigación considerando las dos variables (Pregunta N°3, N°5, N°6).

4.3.1 Formulación de la hipótesis

Se tomará en consideración las preguntas 3, 5 y 6 de las encuestas.

3.- ¿Cuál es su criterio sobre el plazo máximo de 12 años de los créditos hipotecarios que maneja la entidad bancaria?

Tabla N° 15 Plazo máximo de 12 años de los créditos hipotecarios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Totalmente de acuerdo	93	46,00%	46,00%
De acuerdo	77	38,10%	84,20%
Indiferente	24	11,90%	96,00%
En desacuerdo	4	2,00%	98,00%
Totalmente en desacuerdo	4	2,00%	100,00%
Total	202	100,00%	

Elaborado: SOTO, Rosa (2012)

5. ¿Sobre el 30% mínimo que debe aportar el cliente con sus propios recursos como porcentaje de entrada para que la entidad bancaria financie la compra de su vivienda, cuál es su opinión?

Tabla N° 16 30% mínimo que debe aportar el cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Totalmente de acuerdo	74	36,63%	36,63%
De acuerdo	40	19,80%	56,44%
Indiferente	8	3,96%	60,40%
En desacuerdo	32	15,84%	76,24%
Totalmente en desacuerdo	48	23,76%	100,00%
Total	202	100,00%	

Elaborado: SOTO, Rosa (2012)

6. ¿La tasa de interés del 10.50% que el banco cobra en préstamos hipotecarios, qué opina usted?

Tabla N° 17 Tasa de interés

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Totalmente de acuerdo	48	23,80%	23,80%
De acuerdo	61	30,20%	54,00%
Indiferente	12	5,90%	59,90%
En desacuerdo	44	21,80%	81,70%
Totalmente en desacuerdo	37	18,30%	100,00%
Total	202	100,00%	

Elaborado: SOTO, Rosa (2012)

Hipótesis Nula (H_0)

La colocación de créditos hipotecarios no incide en el incremento de la rentabilidad de la oficina.

Hipótesis alternativa (H_1)

La colocación de créditos hipotecarios si incide en el incremento de la rentabilidad de la oficina.

4.3.2 Elección de la prueba estadística

Para la verificación de la hipótesis se escogió la prueba Chi Cuadrado, cuya fórmula es la siguiente:

$$X^2_C = \frac{\sum (O - E)^2}{E}$$

Simbología:

X^2_C = Chi-cuadrado

Σ = Sumatoria

O = Datos observados

E = Datos esperados

4.3.3 Definición del nivel de significación y regla de decisión

El nivel de significación escogido para la investigación fue el 5% (0,05)

- Grados de Libertad

Para determinar los grados de libertad se utiliza la siguiente fórmula:

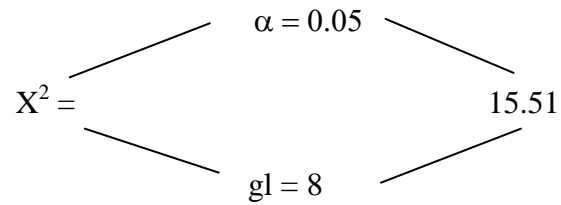
$$gl = (c-1) (h-1)$$

$$gl = (5-1) (3-1)$$

$$gl = 8$$

- Grado de significación

$$\alpha = 0.05$$



Al nivel de significación de 0.05 y a ocho (8) grados de libertad (gl) el valor Chi-cuadrado a tabular es 15.51 ($X^2_t = 15.51$)

- Regla de decisión:

Se acepta la hipótesis nula si el valor del Chi-cuadrado a calcularse es igual o menor a $X^2_t = 15.51$, caso contrario se rechaza y se acepta la hipótesis alternativa.

4.3.4 Cálculo de chi-cuadrado χ^2

Datos obtenidos de la investigación:

Tabla N° 18 Frecuencias Observadas

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Pregunta 3	93	77	24	4	4
Pregunta 5	74	40	8	32	48
Pregunta 6	48	61	12	44	37
	215	178	44	80	89

Elaborado: SOTO, Rosa (2012)

Tabla N° 19 Frecuencias Esperadas

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Pregunta 3	71,7	59,3	14,7	26,7	29,7
Pregunta 5	71,7	59,3	14,7	26,7	29,7
Pregunta 6	71,7	59,3	14,7	26,7	29,7
	215	178	44	80	89

Elaborado: SOTO, Rosa (2012)

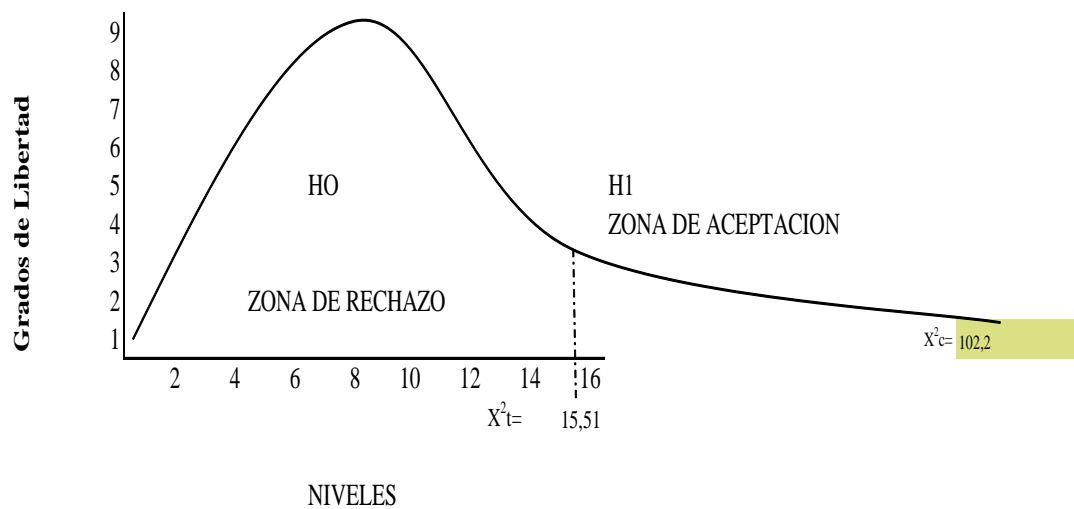
Tabla N° 20 Cálculo del Chi-cuadrado

O	E	O-E	(O-E) ²	(O-E) ² /E
93	71,7	21,3	453,69	6,3
77	59,3	17,7	313,29	5,3
24	14,7	9,3	86,49	5,9
4	26,7	-22,7	515,29	19,3
4	29,7	-25,7	660,49	22,2
74	71,7	2,3	5,29	0,1
40	59,3	-19,3	372,49	6,3
8	14,7	-6,7	44,89	3,1
32	26,7	5,3	28,09	1,1
48	29,7	18,3	334,89	11,3
48	71,7	-23,7	561,69	7,8
61	59,3	1,7	2,89	0,0
12	14,7	-2,7	7,29	0,5
44	26,7	17,3	299,29	11,2
37	29,7	7,3	53,29	1,8
TOTAL				102,2

Elaborado: SOTO, Rosa (2012)

$$X^2_c = 102.2$$

Gráfico N° 15 Verificación de la Hipótesis



Conclusión.- El valor de $X^2_c = 102,2 > X^2_t = 15.51$ de acuerdo a lo establecido se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula, es decir que la colocación de créditos hipotecarios sí incide en el incremento de la rentabilidad de la oficina.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Una vez realizado el procesamiento, análisis e interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas a clientes y personal de crédito de Banco Bolivariano C.A. Sucursal Santo Domingo y en relación a los objetivos e hipótesis de la presente investigación, se ha concluido:

- Los créditos hipotecarios que ofrece el Banco Bolivariano C.A., sucursal Santo Domingo, no son conocidos por un amplio porcentaje de clientes, la entidad bancaria no se ha preocupado de promocionar el producto de créditos hipotecarios para compra de vivienda y construcción. No existen estrategias que permitan mejorar la colocación de cartera hipotecaria
- Los formularios de solicitud de crédito que debe presentar el solicitante no son sencillos, presentan repetición de información, no son prácticos.
- El incremento de colocación de créditos hipotecarios generará mayor rentabilidad a la oficina, los ingresos que se percibe por el cobro de interés serán constantes por el largo plazo de estas operaciones.

5.2. Recomendaciones

- Determinar estrategias a fin de incrementar la colocación de los créditos hipotecarios, considerando además incentivar al personal de

comercialización a través de pagos de variables por la colocación de este producto, la demanda es alta en la Provincia y existe mercado importante para colocar esta facilidad crediticia, todo esto permitirá incrementar la rentabilidad de este producto.

- Rediseñar formato de solicitudes de crédito, a fin de que estos sean de fácil registro de información.
- Incrementar gradualmente la colocación de créditos hipotecarios, con esto se obtendrá mayores ingresos por cobro de tasa activa por ende mayor rentabilidad para la oficina bancaria.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

“DISEÑO DE ESTRATEGIAS QUE PERMITIRÁN INCREMENTAR LA COLOCACIÓN DE LOS CRÉDITOS HIPOTECARIOS EN BANCO BOLIVARIANO, SUCURSAL SANTO DOMINGO”

6.1 Datos informativos

Institución ejecutora: Banco Bolivariano C.A. sucursal Santo Domingo, unidad de crédito.

Beneficiarios: Entidad financiera.

Ubicación: Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas, cantón Santo Domingo.

Tiempo estimado para la ejecución: un año a partir de fecha de graduación.

6.2. Antecedentes de la propuesta

Banco Bolivariano C.A. desde hace mucho tiempo mantiene bajos niveles de rentabilidad en lo que se refiere concretamente a ingresos provenientes de colocación de cartera hipotecaria, porcentaje importante de clientes nuestros, desconocen de esta facilidad crediticia, y qué decir de aquellos que no son clientes.

La entidad financiera no ha establecido estrategias y tácticas de marketing para promocionar este producto, de igual manera, no existe una retroalimentación al personal comercial para el ofrecimiento de esta línea de financiamiento, todo esto se traduce en un descuido del banco para lograr una efectiva venta de este producto, que sin lugar a dudas repercute tanto en el plano de rentabilidad de la institución como en el de satisfacción de calidad de servicio de nuestros actuales clientes, esto se pudo evidenciar en las encuestas realizadas a los clientes.

Por todo lo expuesto es prioritario que la institución implemente estrategias que permitan crecer en la colocación de préstamos hipotecarios, además el ambiente competitivo del mercado financiero así lo demanda.

En el Banco Bolivariano C.A. no existe investigación relacionada con el tema de la propuesta.

6.3 Justificación

Banco Bolivariano C.A. sucursal Santo Domingo no registra un interesante nivel de colocación de cartera hipotecaria, es mínimo el nivel de colocación que registra este producto y del cual se podría obtener un atractivo volumen de rentabilidad, la alta administración no se ha enfocado en explotar este tipo de financiamiento, no ha existido mayor promoción interna y externa que coadyuven el fortalecimiento de esta cartera.

Es importante que el personal comercial disponga de todas las herramientas tendientes a brindar servicio de calidad, optimizando tiempo de respuesta a las solicitudes, con formatos claros y concretos, además de tasas competitivas en el mercado.

La propuesta que se plantea en este trabajo investigativo indudablemente redundará en un crecimiento sostenido de la colocación de cartera hipotecaria lo que se verá reflejado en incremento de ingresos y por otro lado, la satisfacción del cliente en la obtención de este crédito, de una manera más ágil y oportuna.

6.4 Objetivos

6.4.1 Objetivo general

Diseñar plan de marketing que permita facilitar e incrementar la colocación de cartera hipotecaria en Banco Bolivariano, Sucursal Santo Domingo en beneficio de la población que carece de vivienda y generar mayor rentabilidad a través de este producto financiero.

6.4.2 Objetivos específicos

- Establecer plan de marketing que facilite promoción de créditos hipotecarios.
- Diseñar flujo de procesos desde solicitud hasta concesión de créditos hipotecarios.
- Asesorar al solicitante de una manera personalizada efectiva
- Proyectar incremento de los créditos hipotecarios.
- Establecer pago de variables al personal comercial por colocación de cartera hipotecaria
- Diseñar nuevo formato de solicitud de crédito hipotecario

6.5 Análisis de factibilidad

Se analiza la viabilidad de la propuesta, bajo los siguientes aspectos:

- Aspecto socio – cultural.- el incremento de la colocación de créditos hipotecarios obviamente permitirá aportar positivamente al déficit de vivienda del cantón Santo Domingo, Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas.
- Aspecto tecnológico.- la tecnología informática que posee la institución es óptima y se aplicará al proceso de crédito y su recuperación.
- Aspecto organizacional.- la entidad financiera cuenta con una estructura organizacional adecuada para la aplicación y cumplimiento de las actividades propias de la empresa y de promoción para el cumplimiento de los objetivos planteados.
- Aspecto equidad de género.- la propuesta está orientada a satisfacer al cliente demandante de vivienda, indistinto de su género, hombre o mujer.
- Aspecto económico – financiero.- determinado en razón que se analiza la capacidad de pago del sujeto de crédito, sus ingresos versus sus egresos o gastos y nivel de endeudamiento en el sistema financiero, además de los factores cualitativos del solicitante.

- Aspecto legal.- la propuesta se encuentra enmarcada en la ley, principalmente en la ley general de instituciones del sistema financiero, reglamentos y otras disposiciones normativas.

6.6 Fundamentación científico – técnica

Según los autores Alcaide y Soriano (2006) citan en su libro “Marketing Bancario Relacional”, una propuesta de Lynn Shostack que se estableció como una declaración de intenciones para el área de Marketing la misma que se ha convertido en un clásico de consulta, y que forma parte del sustento teórico de esta propuesta.

“Los directivos de marketing del sector servicios requieren urgentemente conceptos y estrategias que se correspondan con sus situaciones reales. Tradicionalmente la disciplina del marketing ha estado dominada por las practicas del sector de productos manufacturados, en especial de los “productos empaquetados” de consumo masivo. El tema de este artículo es que muchas de las conceptualizaciones del marketing de bienes (o Productos) no son directamente transferibles al sector servicios, si se pretende que el Marketing sea eficaz en el sector servicios es necesario desarrollar nuevos conceptos.”

Alfaro (2004) El Marketing relacional: de la teorización a la práctica: menciona “El marketing se basa no en las transacciones, sino en la implicación personal de la empresa hacia los clientes a través de la construcción de relaciones consistentes, duraderas y relevantes con ellos.

Para implantar con éxito el marketing relacional en la oficina bancaria es necesario antes que nada, abandonar el enfoque transaccional en las relaciones con los clientes para pasar a la gestión relacional de las mismas.

Marketing en el sector bancario.- a finales de la década de los años 50 y principios de los 60 del siglo XX, algunos bancos pioneros, especialmente en los Estados Unidos de América, comienzan a vislumbrar la posibilidad de utilizar las técnicas del marketing, siguiendo un razonamiento que se sustentó en una lógica más o menos como la siguiente:

- El mercado al que se dirigen las empresas de productos y las de servicios es el mismo: la misma persona que compra cigarrillos, automóviles y demás, es la que utiliza los servicios bancarios.
- Los compradores de productos y servicios actúan movidos por las mismas motivaciones básicas: seguridad, economía, confort, etc.
- En consecuencia, las mismas técnicas que se utilizan para vender cigarrillos o automóviles pueden utilizarse para vender bancos.

Ahora bien, como es lógico, al disponer únicamente del marco de trabajo para la aplicación del marketing que se había desarrollado en el área de los productos tangibles de consumo masivo, el sector bancario se vio casi en la obligación de: Adoptar el marketing tal cual había sido concebido originalmente, con todos sus enfoques y técnicas, e, incluso, con su terminología. Y así, los servicios bancarios básicos comenzaron a ser llamados “productos”.

Productos versus servicios.- el problema central radica en una idea que se puede resumir de la siguiente manera:

- Los servicios no son productos.

- Si los servicios no son productos, no pueden ser gestionados como tales.

El proceso de elaboración – consumo de los servicios bancarios requiere un contacto directo y vinculante banco-cliente que se prolonga a lo largo del tiempo, es lo que se denomina “relación” por lo que todos los clientes conocen las oficinas bancarias con la que operan, contrario a esto muy pocos se preocupan de conocer en dónde están las fábricas de los productos tangibles que consumimos a diario; mucho menos en conocer los nombres de las personas que trabajan en ellas y en el 99.99% jamás visitarán esas fábricas.

En el siguiente cuadro se presenta las características diferenciales básicas de los productos y servicios.

Tabla N° 21 Diferencias productos y servicios

Productos	Servicios
Los productos son tangibles.	Los servicios son intangibles.
Los productos son ofertas estándar (todos son iguales).	Los servicios son heterogéneos y variables (las prestaciones no necesariamente son iguales entre sí).
En los productos la producción está separada del consumo.	Los servicios se “producen “y consumen al mismo tiempo.
Los productos son perdurables y pueden ser almacenados	Los servicios no son perdurables (caducidad) y no pueden ser almacenados
En los productos, las empresas usualmente no entran en contacto con los consumidores.	En los servicios se produce un contacto directo y continuado con los clientes
La demanda de los productos es	En los servicios, los clientes plantean

estándar dentro de la misma categoría	demandas personales ante el mismo servicio.
Los consumidores no participan en la elaboración de los productos	Los clientes participan en la “producción” de los servicios.
En los productos es difícil la personalización del producto	En los servicios es relativamente fácil personalizar la oferta.
En los productos, las empresas pueden definir con precisión las “ofertas” que harán al mercado antes de su entrega al consumidor	La propia gestión de los servicios hace que sea prácticamente imposible definir y controlar todas las características del servicio que el personal “entrega” finalmente al cliente
La percepción de calidad de los productos, depende, básicamente de sus niveles de calidad interna o técnica	En los servicios, la calidad externa es tan o más importante que la calidad interna.
En los productos, el nivel de riesgo percibido es relativamente bajo.	En los servicios, el nivel de riesgo percibido es más alto.
En los productos, los compradores entran en posesión de un bien físico.	En los servicios, los clientes sólo adquieren el derecho a una prestación.
En los productos, la función de marketing puede separarse de la función de productos	En los servicios es imposible separar la función de marketing de la función de producción.
Los productos que lo requieren disponen de amplias redes de distribución externas que las empresas pueden utilizar	En la mayoría de los sectores de servicios no existen verdaderos intermediarios capaces de trasladar los servicios de un lugar a otro.
En los productos, si se dispone de	En los servicios es imposible garantizar

suficientes recursos, es posible equilibrar la oferta con la demanda existente.	un perfecto ajuste entre la oferta y la demanda.
---	--

Elaborado: SOTO, Rosa (2012)

El problema en el sector bancario es que se puede tener el servicio ideal, el precio ideal, la distribución ideal y la comunicación ideal, y todo ello en un nivel superior a la competencia, y si se limita sólo a eso corre un riesgo muy alto de fracaso, porque el éxito de mercado de un banco depende, en un 50% por lo menos, de la calidad del contacto directo y vinculante, prolongado a lo largo del tiempo que se establece entre la institución y sus clientes.

La prueba de un servicio bancario implica no solo las características funcionales del mismo, sino, además, la forma como se produce la interacción entre la empresa y el cliente, la manera como el cliente recibe el servicio es fundamental y determinante para lograr la aceptación de un servicio y, en consecuencia, su repetición de compra.

Marketing relacional en la oficina bancaria.- el rol primario del marketing relacional es el de construir y mantener una base de clientes comprometidos que sean rentables para la empresa, para tal efecto la entidad debe centrarse en atraer, retener y desarrollar las relaciones con los clientes y otros asociados, generando beneficios, de tal forma que se logren los objetivos de las partes, estos se alcanzan mediante el intercambio recíproco y el cumplimiento mutuo de las promesas.

La única forma en que el enfoque relacional tendrá éxito es si la totalidad del banco está en capacidad, disposición y voluntad de asumir como sus únicos criterios de gestión los siguientes enfoques estratégicos:

- Adopción de la óptica del cliente. Lo importante no es lo que la organización piense de sí misma y de lo que es bueno o malo para ella, sino lo que piensa cada cliente, primero, de la entidad como un todo y, luego, de sus productos y servicios. Este cambio de visión conduce a una gestión que se sustenta en tres pilares: estrecha relación con la base de clientes, generación de valor para los clientes de forma sostenida en el tiempo y gestión personalizada de la clientela.

- Retención de los clientes. Este enfoque pone énfasis en que la transacción de hoy constituya una base sólida que favorezca y facilite la transacción que se deberá hacer mañana.

- Visión a largo plazo. En el enfoque relacional cada transacción se plantea en términos del impacto y repercusión que tendrá a largo plazo en la relación banco-cliente. Esto obliga a realizar una gestión ejecutada en el presente, pero con los ojos puestos continuamente en el futuro.

- Énfasis en el servicio a los clientes. El mantenimiento de una relación continua, interactiva y dinámica con los clientes sólo puede mantenerse si está sustentada por una amplia plataforma de servicios de apoyo que se prestan antes, durante y después de la transacción.

- Alto nivel de compromiso con los clientes.- El hecho de que el enfoque relacional se sustente en la búsqueda continua de crear relaciones a largo plazo implica que el banco debe comprometerse a fondo con los intereses de los clientes a corto, medio y largo plazo.

- Alto nivel de contacto con los clientes. Una relación continuada con los clientes implica que se multipliquen las ocasiones en que se establece algún tipo de contacto entre ellos y el banco.

- Calidad integral. en el enfoque relacional se considera que la calidad se centra tanto en el producto o servicio en sí como en la relación que mantiene el banco con sus clientes.
- Orientación al cliente. Sus objetivos son maximizar la rentabilidad por cliente o cartera de clientes, incrementar los niveles de retención, atraer clientes con alto potencial, incrementar ventas cruzadas o ventas incrementales.
- Participación en el cliente. La participación en el cliente se hace más importante en la medida en que los clientes disponen de mayores opciones de elección y pueden dividir sus operaciones entre varios bancos, lo importante en consecuencia es analizar qué participación tiene el banco en las operaciones y recursos de cada uno de los clientes.
- Trato diferente a clientes diferentes. El enfoque relacional reconoce y admite que no todos los clientes de un banco son iguales, los clientes varían en función de sus necesidades y expectativas, capacidad financiera, necesidades de servicio de apoyo, etc.

6.7 Modelo operativo:

6.7.1. Ejecutar plan de marketing para promoción de créditos hipotecarios

El sector financiero se encuentra en una fase de cambio trascendental. Se ha pasado de una situación en el pasado, donde las relaciones eran llevadas desde las oficinas, a una situación actual, donde cada vez más las relaciones son uno a

uno, y mediante técnicas como CRM (Customer relationship management) Gestión de relaciones con los clientes y la atención personalizada

De acuerdo a investigación realizada por los profesores de marketing Vandebosch y Dawar quienes preguntaron a más de 2000 directivos del más alto nivel de empresas líderes en su sector en todo el mundo: Por qué los clientes escogen su empresa en vez de a los competidores? En un 98,3% directivos de todos los sectores de negocios se refirieron a:”la forma como realizamos la interacción y al tipo de relaciones que mantenemos con nuestros clientes”

Con este antecedente la Institución bancaria debe identificar a los clientes más valiosos de la sucursal Santo Domingo, al momento dispone de sofisticado sistema informático CRM, que permite hacerlo, constituye un punto de partida ideal para la gestión de las relaciones a largo plazo con los clientes. El sistema CRM permite:

- Mantener un conocimiento continuo y profundo de los clientes, sus comportamientos, hábitos, volúmenes de transacciones, productos y servicios utilizados, a través de todos los puntos de contacto o canales de la entidad (físicos o virtuales).
- Mejorar de forma significativa el servicio a los clientes, como resultado del conocimiento anterior, ya que el mismo facilita que se alcancen más altos niveles de valor percibido en algunas de las “características de eficacia” (fiabilidad, capacidad de respuesta, profesionalidad, comunicación, seguridad y conocimiento y comprensión del cliente).
- Optimizar las actividades de marketing, con beneficios para el cliente, ya que las comunicaciones se pueden personalizar, sin necesidad de abrumarlo con mensajes que no son de su interés.

- Identificar los “desertores “potenciales y adoptar medidas proactivas, a fin de que no se produzca el abandono definitivo a causa de que, a pesar de las señales evidentes, el banco no reacciones adecuadamente actuando antes de que sea demasiado tarde.
- Convertir el banco en una organización centrada en el cliente, si se conocen con precisión los factores que conducen a la fidelización de los clientes, es más fácil dirigir los comportamientos de todo el personal hacia ese objetivo.

Por todo lo expuesto, los sistemas CRM constituyen una poderosa herramienta para apoyar la gestión de las relaciones con los clientes, pero la participación y aportes personales del representante del banco, con sus actitudes, su interés, su disposición a servir, son fundamentales para el éxito a largo plazo de la relación. El toque humano es insustituible.

6.7.1.1 Marketing on line

El cual consiste en utilizar las nuevas tecnologías como el correo electrónico, la red Internet y la mensajería móvil, que permiten al cliente ponerse en contacto con la institución bancaria y este a su vez promocionar las bondades del producto, permitiendo al cliente acceder al conocimiento de esta facilidad crediticia e incluso presentar solicitud de crédito por internet.

Esta opción además debe permitir al interesado realizar consultas en línea con algún asesor comercial quien deberá contar con pleno conocimiento del producto a fin de solventar cualquier inquietud que se pudiera presentar por parte del cliente.

6.7.1.2 Call Center

A través de call center, realizando llamadas de información del producto de créditos hipotecarios a los clientes filtrados calificados como potenciales de acuerdo a base de datos extraída y depurada de Central de Riesgo. Los operadores deben contar con amplio conocimiento del producto, además deberán tener voces agradables y proyectar seguridad y entusiasmo.

La Institución bancaria debe asegurarse que el personal de primera línea sean las personas correctas hablando con los clientes correctos, que sepan cómo interactuar con ellos es el factor crítico. De la habilidad de manejar eficazmente los diferentes tipos de clientes por parte del personal de call center, dependerá el éxito o fracaso de este sistema.

Una vez que call center ha realizado el primer contacto con el cliente, inmediatamente deberá trasladar dicha información a ejecutivo de cuenta o asesor comercial quien se encargará de contactar personalmente o telefónicamente y profundizar el interés que el cliente ha demostrado en aspirar crédito hipotecario, despejar inquietudes y sobretodo guiarlo en todo el proceso de preparación de documentación: formulario de solicitud de crédito, soportes, entre otros.

6.7.1.3 Publicidad en prensa local

La publicidad es una de las principales herramientas que las empresas utilizan para dirigir comunicaciones persuasivas al público objetivo, el mensaje debe

comunicar algo deseable e interesante sobre el producto y ante todo debe ser creíble.

Durante seis meses publicitar en diario local línea de financiamiento de créditos hipotecarios, ventajas, beneficios, requisitos.

6.7.1.4. Entrega de dípticos

Para promocionar el producto y /o servicio del crédito hipotecario el cual deberá ser entregado adjuntando carta del ejecutivo de cuenta, esta publicidad deberá estar dirigida a los clientes de la obtención de la base filtrada. (Ver anexo)

PLAN DE ACCIÓN PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

ESTRATEGIAS

Estrategia 1	Actividades	Responsable	Tiempo	Presupuesto
Ejecutar campaña de publicidad y promoción de créditos hipotecarios	-Incentivar uso de canal electrónico a través de campañas.	Dpto. Marketing Jefe de Oficina Y asesoras	Permanente	Contemplado en Matriz de la entidad bancaria
	-Call Center realizará llamadas de información y ofrecimiento del producto	Marketing	Permanente	Contemplado en presupuesto anual Matriz
	-Publicidad en prensa local	Dpto. Marketing y Jefe de oficina	Seis meses	\$3.000.00
	-Publicidad con díptico para ser enviado con cartas a clientes potenciales	Marketing y Jefe de Oficina	Seis meses	\$500.00

6.7.2 Simplificar los trámites y formularios que se solicitan para acceder al crédito.

Una de las situaciones más complejas que se presentan referentes a los créditos hipotecarios es llenar los formularios de crédito, estos al momento son cuatro formatos y se propone unificar en uno solo, concreto, preciso y que en Anexos se presenta el diseño.

El tiempo de respuesta, una vez receptada la solicitud no deberá ser mayor a 3 días.

PLAN DE ACCIÓN SIMPLIFICACIÓN TRÁMITES Y FORMULARIOS

Estrategia 2	Actividades	Responsable	Tiempo	Presupuesto
Simplificar trámites y formularios de créditos hipotecarios	Elaboración de nuevo formato	Jefe de Oficina	Desde inicio de ejecución de propuesta	\$500.00

6.7.3 Asesorar al solicitante de una manera personalizada efectiva

La entidad financiera debe contar con recurso humano calificado, pues es este quien marca la diferencia de calidad de servicio, la atención debe ser óptima, acogedora, persuasiva.

Se requiere de una asesora comercial adicional para que atienda y gestione únicamente créditos hipotecarios. Que esté presto a guiar al cliente y transmitir lo

sencillo de reunir los requisitos establecidos, orientar al cliente en el registro de los datos en la solicitud, es decir en términos generales, brindarle el apoyo necesario a fin de facilitarle el trámite, realizarle seguimiento individual.

Es fundamental entregar además de la calidad interna, la calidad externa, la forma como se entrega el servicio al cliente, es determinante para lograr la aceptación de un servicio o producto.

Una condición indispensable para construir una relación positiva y eficaz con los clientes consiste en sentar las bases de la misma desde el primer contacto.

Dentro de los parámetros para vincular a personal comercial en la entidad bancaria, se deberá considerar lo siguiente:

- Debe contar con comprobada habilidad para ventas
- Debe contar con adecuado entrenamiento en las actividades de venta de productos financieros.
- Gestionar y dar seguimiento a sus actividades comerciales
- Amplio conocimiento del producto financiero

El personal comercial de la entidad bancaria, aún dotado de las mejores intenciones y disponiendo de los sistemas informáticos más sofisticados, puede dar al traste con todo el esfuerzo previo que se haya hecho para consolidar una sólida y fructífera relación con los clientes, es importante asegurarse que se tiene a las personas correctas, que sepan como interactuar con los clientes.

La entidad bancaria debe asignar a la gestión de las relaciones con los clientes la verdadera importancia que dicha área de gestión representa para el éxito de

mercado cualquier institución. El setenta por ciento de las decisiones que toman los clientes están basadas en la forma como son tratados. Sin embargo, paradójicamente, más del 80% de las iniciativas que toman las empresas van dirigidas a “cómo vender mejor a sus clientes”, en vez de invertir en más recursos para tratarlos mejor.

Las características o expectativas que los clientes esperan encontrar en la relación con la entidad bancaria y que a su vez el banco debe orientar su esfuerzo son:

- **Fiabilidad.**- los clientes pueden creer y confiar en el banco y en la calidad constante de sus servicios: en el banco se cumple lo que se promete (siempre).
- **Capacidad de respuesta.**- Los empleados del banco están siempre dispuestos a suministrar el servicio cuando el cliente lo necesita (no cuando el banco lo considera conveniente).
- **Profesionalidad.**- Los empleados poseen las habilidades y conocimientos necesarios para prestar, de forma correcta y precisa, los servicios solicitados por los clientes.
- **Accesibilidad.**- Los clientes pueden ponerse fácilmente en contacto con el banco y su personal, incluidos los directivos.
- **Cortesía.**- Todo el personal del banco trata a los clientes con atención, respeto y consideración, y con una actitud disposición.
- **Comunicación.**- El banco ha sido capaz de desarrollar un lenguaje para comunicarse con los clientes que estos deben comprender sin problemas, el banco se mantiene abierto a todas las iniciativas de comunicación de los clientes.
- **Credibilidad.**- En sus actuaciones y conversaciones, todo el personal proyecta una imagen de confianza, fe y honestidad.

- Seguridad.- En el banco, todos se preocupan y ocupan por la seguridad de los clientes en todas sus dimensiones (física, económica, social, moral).
- Conocimiento y comprensión del cliente.- El banco mantiene mecanismos que le permiten conocer con precisión las necesidades, deseos y expectativas de los clientes, sus cambios y tendencias, sus problemas y aspiraciones.
- Pruebas tangibles.- El banco se preocupa de que las evidencias físicas del servicio proyecten siempre una imagen de calidad.

Un aspecto que merece destacar es el impacto real que tienen las referencias por experiencias de terceros en las decisiones de los clientes.

De lo expuesto se traduce que en gran medida para el éxito de la colocación de un producto, mucho dependerá de la calidad de servicio que brinda la institución bancaria desde el primer contacto con el cliente.

PLAN DE ACCIÓN DE ASESORIA EFECTIVA

Estrategia 3	Actividades	Responsable	Tiempo	Presupuesto
Brindar asesoría personalizada efectiva	-Seleccionar recurso humano con habilidad para ventas, carismático, proactivo. -Capacitarlo en amplio conocimiento de productos financieros	Jefe De Oficina y RRHH	Desde inicio de ejecución de propuesta	Salario del nuevo asesor \$400.00 mensuales

6.7.4. Establecer pago de variables al personal comercial por colocación de cartera hipotecaria

El personal comercial percibirá incentivos económicos por colocación de créditos hipotecarios, tanto por número de operaciones colocadas, como por volumen de cartera colocada de esta facilidad crediticia.

- Por número de operaciones: \$20.00 por operación desembolsada.
- Por monto de la operación: 0.05% del monto de la operación desembolsada.

Es importante mencionar que se ha considerado por crédito aprobado y desembolsado y no por solicitudes aplicadas porque la variable se aplicará contra resultados obtenidos.

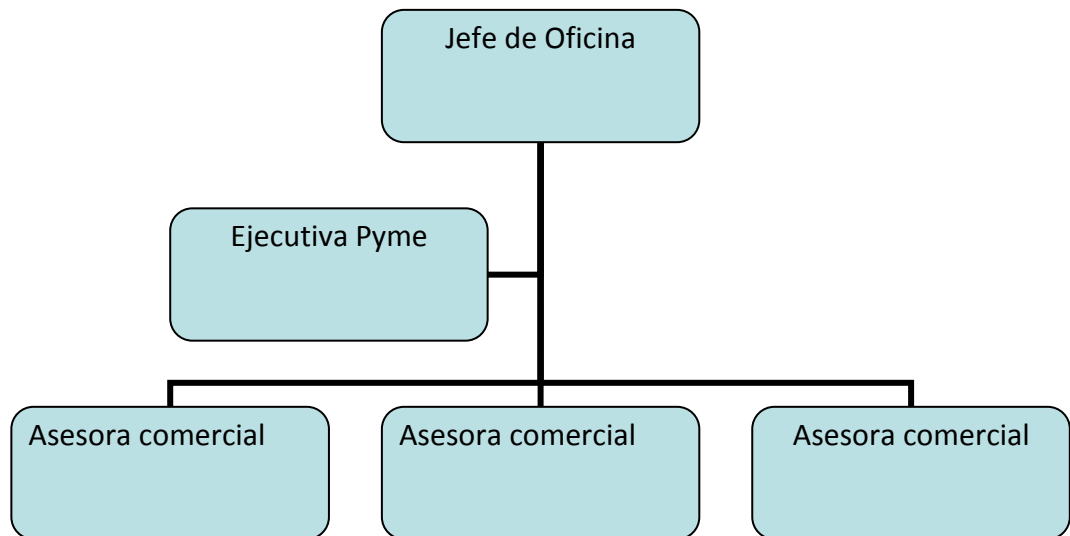
PLAN DE ACCIÓN PAGO DE VARIABLES

Estrategia 3	Actividades	Responsable	Tiempo	Presupuesto
Pago de variables al personal comercial	Cancelar valores por colocación de cartera hipotecaria, \$20.00 por operación colocada y 0.05% por monto colocado.	Jefe de Oficina	Pago mensual de variable	De acuerdo a cumplimiento de colocación de cartera

6.8 Administración de la propuesta:

Institución: Banco Bolivariano C.A. Sucursal Santo Domingo

Funcionarios: Jefe de Oficina, 1 ejecutiva pyme, 3 asesoras comerciales.



6.9 Flujo de proceso de otorgamiento de crédito

- Cliente solicita a la asesora comercial información sobre el financiamiento de vivienda.
- Asesora revisa central de riesgo, que no presente calificaciones bajas de sus obligaciones vigentes en otras entidades financieras. De presentar calificaciones inferiores a B, no aplicará solicitud.
- Asesora realiza un breve análisis sobre la capacidad de pago del solicitante, sus ingresos y egresos.
- De resultar con flujo de pago adecuado, entrega formulario de solicitud y requisitos que deben adjuntar a la solicitud; caso contrario no aplica.
- Cliente entrega solicitud llena, adjuntando requisitos.

- Asesora ingresa propuesta de financiamiento a través de sistema.

- Asesora remite carpeta para análisis de riesgos.

- Riesgos solicita a Call Center verificación de datos y referencias de solicitud.

- Verificado, datos ingresados en solicitud pasa a analista de riesgos quien evalúa solicitud.

- En caso de existir inquietudes por departamento de Riesgos, solicita a asesora despejarlas.

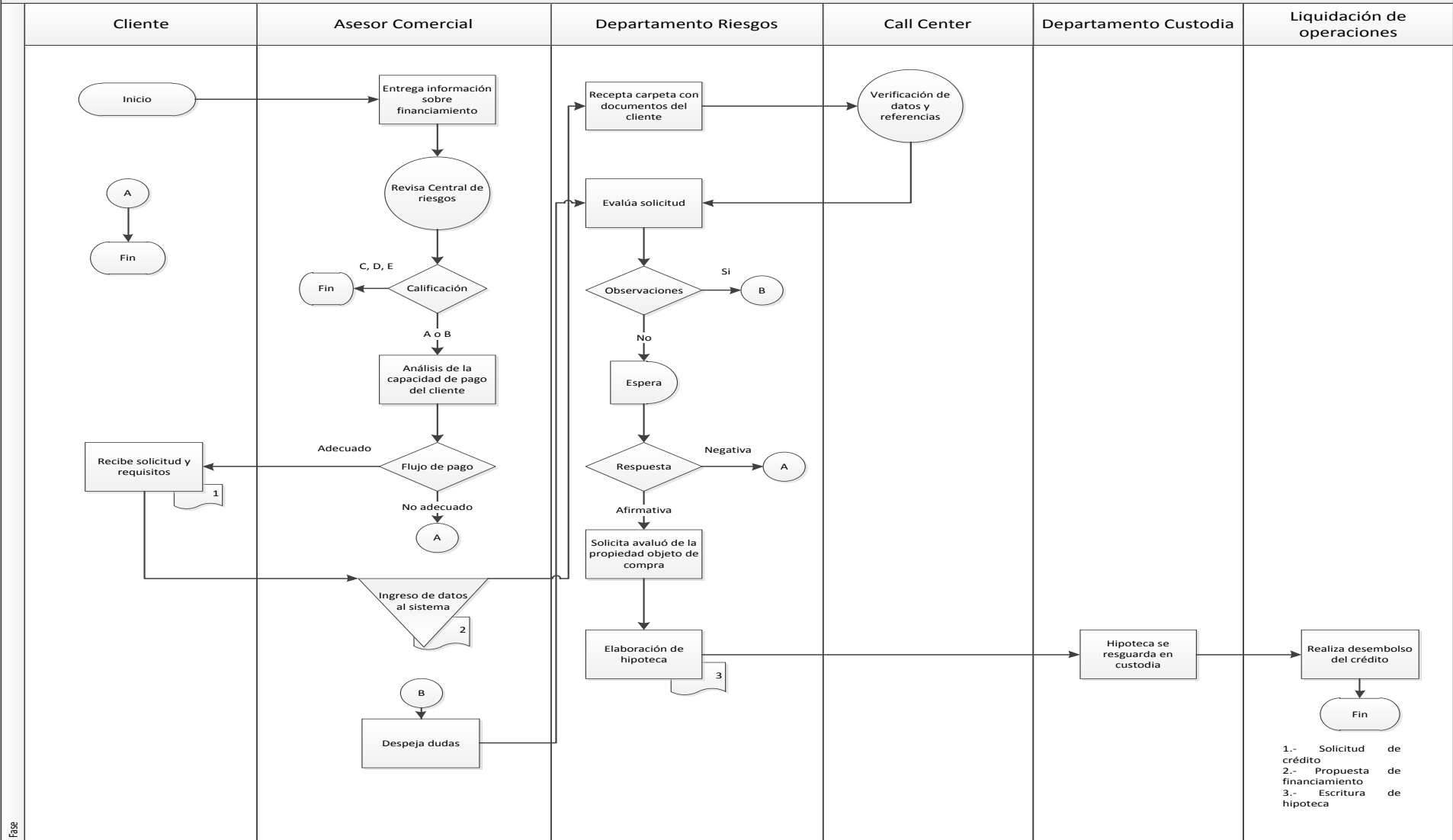
- En tres días el Departamento de Riesgos define respuesta.

- De ser positiva respuesta, asesora solicita avalúo de la propiedad objeto de compra, caso contrario devuelve al cliente para que verifique documentos.

- Obtenido el avalúo solicita elaboración de hipoteca.

- Constituida la hipoteca ingresa al departamento de custodia.

- Ingresada la hipoteca como garantía, pasa el trámite de crédito al dpto. de Liquidación de operaciones para desembolso.



Fase

6.10 Proyección del incremento de los créditos hipotecarios

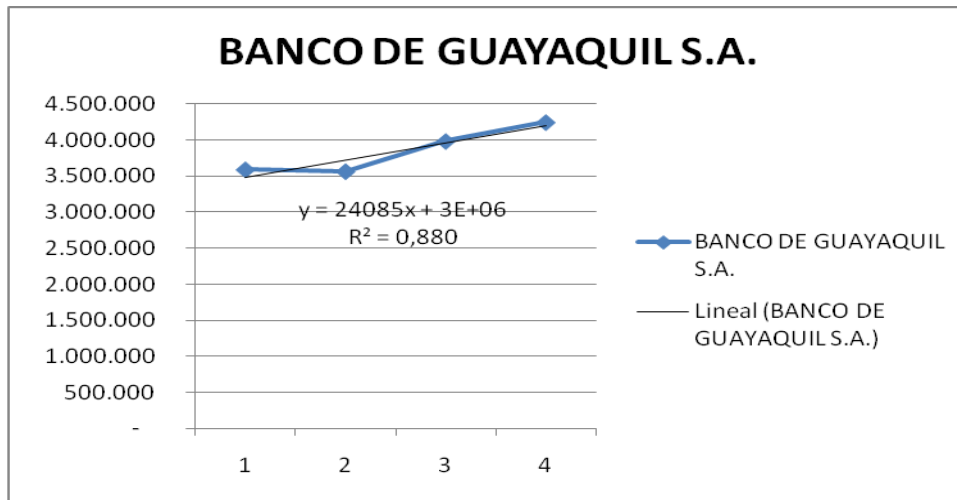
Para determinar la proyección, se parte de los datos reales de cartera hipotecaria, por lo que a continuación se presenta cuadro de cartera de vivienda colocada de la Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas, de los cuatro últimos años, cortada a julio del 2012, de acuerdo a información obtenida de Superintendencia de Bancos.

Tabla N° 22 Datos reales colocación créditos vivienda

ENTIDAD	PROVINCIA	CANTON	31/07/2009	31/07/2010	31/07/2011	31/07/2012
BANCO AUSTRO S.A.	DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	SANTO DOMINGO	286.053	190.659	121.790	64.622,02
BANCO BOLIVARIANO C.A.	DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	SANTO DOMINGO	386.824	524.862	497.277	630.149,04
BANCO DE GUAYAQUIL S.A.	DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	SANTO DOMINGO	3.581.618	3.556.472	3.979.246	4.243.548,63
BANCO DE LA PRODUCCION S.A.	DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	SANTO DOMINGO	43.226	297.837	195.153	448.648,61
BANCO DEL PACIFICO S.A.	DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	SANTO DOMINGO	3.009.647	4.901.323	7.965.715	6.845.061,92
BANCO INTERNACIONAL S.A.	DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	SANTO DOMINGO	1.509.162	1.473.947	1.352.934	756.105,48
BANCO PICHINCHA C.A.	DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	SANTO DOMINGO	3.329.038	3.892.419	2.182.296	2.125.657,60
BANCO PROCREDIT S.A.	DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	SANTO DOMINGO	60.490	53.562	42.002	36.072,50
Total general			11.533.182	14.891.080	16.336.413	15.149.866
Total cartera bancos privados			1.146.549.794	1.364.068.760	1.250.277.337,65	1.365.616.362,55

Fuente: www.sps.gob.ec

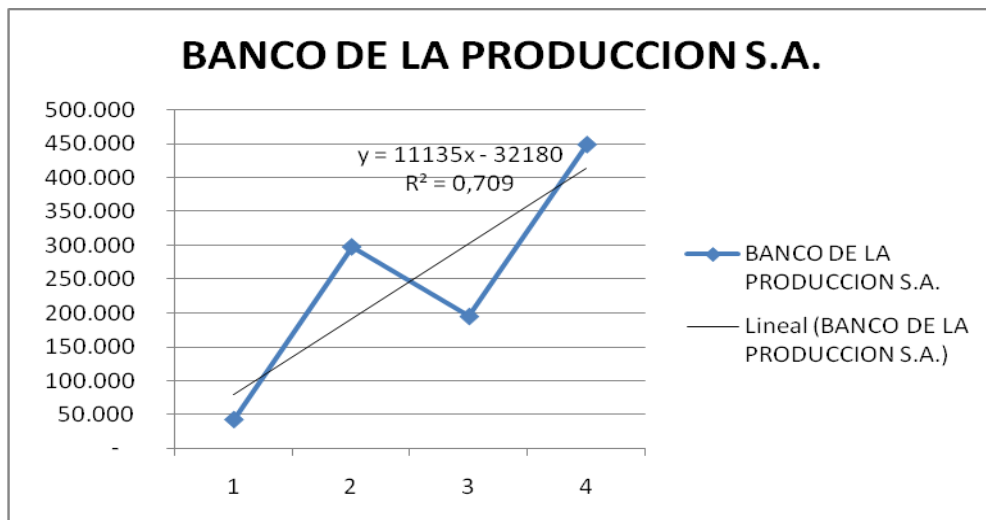
Gráfico N° 16 Crecimiento Banco de Guayaquil S.A



Elaborado: SOTO, Rosa 2012

La entidad Banco de Guayaquil sufrió un incremento del 6.67% en el periodo comparado de julio 2011 a julio 2012.

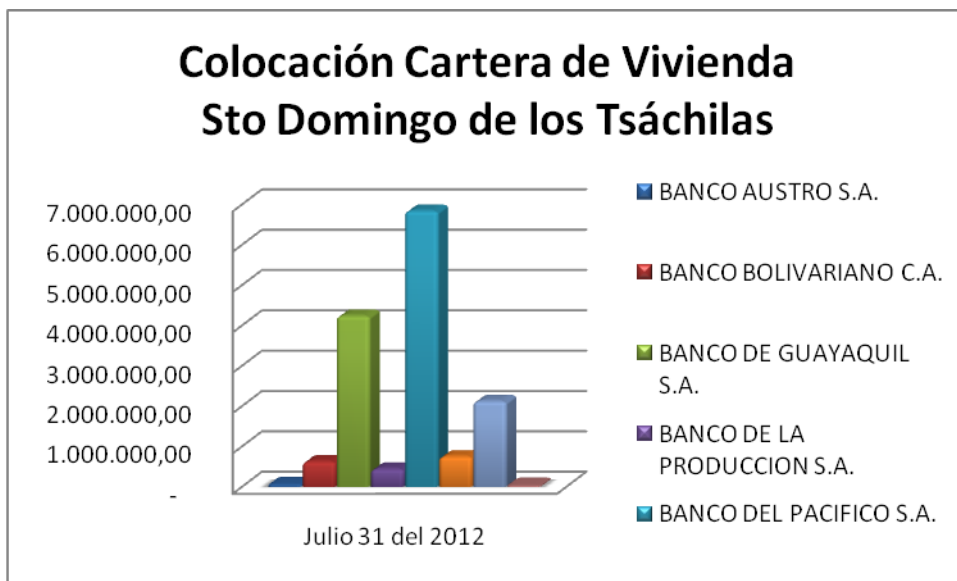
Gráfico N° 17 Crecimiento Produbanco



Elaborado: SOTO, Rosa 2012

Esta entidad presentó un importante crecimiento porcentual en el orden del 130% entre período julio 2011 a julio 2012.

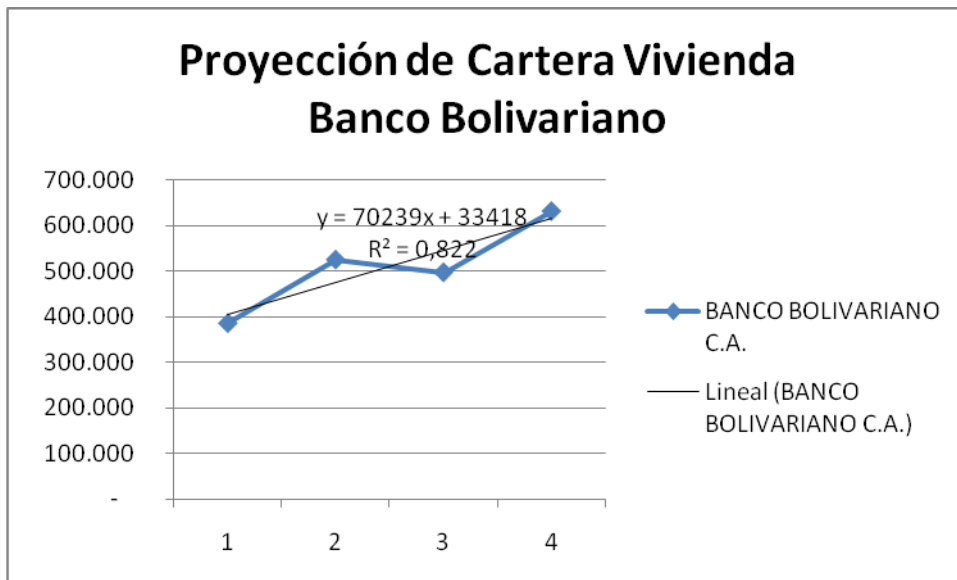
Gráfico N° 18 Colocación cartera vivienda Prov. Sto. Dgo. De los Tsáchilas



Elaborado: SOTO, Rosa 2012

El Banco Bolivariano presentó un crecimiento del 26,7% (132.871,86 dólares) desde julio del 2011 a julio del 2012.

Gráfico N° 19 Proyección cartera vivienda Banco Bolivariano



Elaborado: SOTO, Rosa 2012

Para calcular la proyección se va a utilizar la fórmula de regresión lineal:

$$y = ax + b$$

$$y = 70239x + 334181$$

Con el antecedente expuesto, la proyección de colocación de cartera de vivienda para la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, para la fecha del 31 de julio del 2013, de acuerdo al método estadístico sería de \$ 685.376 dólares; lo que representaría un incremento del 8,76%.

Se propone un incremento más agresivo que se ubicaría en el orden del 15%, esto tomando en consideración los planes a aplicar y la tendencia de crecimiento del último año que fue alrededor del 26%. En términos de valores la colocación proyectada a julio 2013 será de \$ 724.672.00, rubro que es posible cumplir sin lugar a dudas.

6.11 Previsión de la evaluación

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Quiénes solicitan evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> - Jefe de oficina - Gerente Regional
¿Por qué evaluar la ¿Propuesta?	<ul style="list-style-type: none"> - Porque se necesita conocer y establecer las estrategias que se han cumplido, y en cuáles ha existido más dificultades para su realización, para establecer su efectividad, determinando sus alcances y limitaciones.
¿Para qué evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> - Para establecer si los objetivos establecidos se han cumplido de manera satisfactoria y mejorar procesos, rediseñar actividades, optimizar recursos, establecer procesos más funcionales
¿Qué evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> - Se evaluará la metodología utilizada, los resultados obtenidos de los procesos implementados, el conocimiento del producto y la calidad de servicio del personal involucrado.
¿Quién evalúa?	<ul style="list-style-type: none"> - Jefe de oficina - Clientes y prospectos evalúan calidad de servicio, agilidad en proceso.
¿Cuándo evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> - La evaluación será permanente, estableciendo el impacto de la propuesta en periodos trimestrales y otra evaluación en forma semestral, cada año se evaluará la propuesta analizando objetivos cumplidos.
¿Cómo evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> - Se evaluará a través de: - Resultados obtenidos de colocación de cartera hipotecaria. - Sondeos de opinión sobre el producto de créditos hipotecarios.
¿Con qué evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> - Con el análisis del balance, observando el crecimiento de la colocación de créditos. - Con encuestas a clientes.

<p>¿Cuál es el impacto de las actividades desarrolladas en la propuesta?</p>	<ul style="list-style-type: none">- Con el incremento de la colocación de préstamos hipotecarios, automáticamente los ingresos provenientes por el cobro de tasa de interés generan mayor rentabilidad a la oficina bancaria.
--	---

BIBLIOGRAFÍA

ORTIZ Gómez Alberto, 1997, Gerencia Financiera un enfoque estratégico, Mc GrawHill, Colombia.

RAMÍREZ Jorge Pérez, Contabilidad Bancaria, 2002

GAMBOA Velásquez Ramiro, 1997, Finanzas, Grupo Editorial NORMA, Colombia

MARTÍNEZ Patricio, 2008, Diccionario práctico de términos económicos financieros.

GAITAN Estupiñan RODRIGO, GAITAN Estupiñan ORLANDO, 2006, Análisis financiero y de Gestión, ECOE EDICIONES, Colombia.

MARTÍNEZ Delgado Patricio, 2008, Diccionario práctico de términos económicos financieros.

ALFARO Manuel, 2004, El marketing relacional: de la teorización a la práctica.

ACOSTA María Elena, 2009, Políticas de vivienda en Ecuador desde la década de los 70 análisis, balance y aprendizajes, Tesis, Maestría Desarrollo local y territorio, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Quito, Ecuador.

BELTRÁN Vanesa, MORENO Dolores, 2009, Tesis, “ Incidencia socio-económica de los préstamos hipotecarios oorgados por el IESS en la ciudad de Loja periodo Noviembre 2008- Mayo 2009”.

CASTILLO Miriam, tesis “Estudio comparativo de los créditos hipotecarios en el Ecuador. Casos Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social – Banca Privada durante el segundo semestre del año 2010S “. Universidad Técnica Particular de Loja.

ALCAIDE Juan Carlos, Soriano Claudio, 2006, Marketing bancario relacional, McGraw- Hill/ Interamericana de España, S.A.U.

ÁMEZ Fernando, 2000, Diccionario de contabilidad y Finanzas, Inmagrag. España.

WITZEL Morgen, 1999, Diccionario de empresa y gestión, editorial Paraninfo, España.

Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.

Resolución Junta Bancaria del Ecuador No. JB-2011-1897 marzo 15/2011.

Codificación de la Superintendencia de Bancos y Seguros y de la Junta Bancaria

<http://www.dolareuros.com/finanzas/hipotecas.php>, Mayo 10 del 2011

<http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/...> Mayo 10 del 2011

<http://www.monografias.com/trabajos13/conta/conta.shtml> Mayo 15 del 2011

<http://www.crecenegocios.com/definicion-de-rentabilidad/> Mayo 15 del 2011

www.asba-supervision.org/index Mayo 15 del 2011

www.sbs.gob.ec Agosto 2012

ANEXOS

ANEXO 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
MAESTRÍA EN GESTIÓN FINANCIERA

ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES

OBJETIVO: Determinar la incidencia de la escasa colocación de créditos hipotecarios en la rentabilidad del Banco Bolivariano C.A. Sucursal Santo Domingo.

INSTRUCCIONES:

- 1.- Comedidamente solicito a usted se sirva contestar el cuestionario que se presenta a continuación.
- 2.- En caso de duda, favor consultar al encuestador.
- 3.- Por favor marque con una x su respuesta.
- 4.- Agradezco su tiempo y colaboración, sus respuestas son confidenciales y anónimas.

1.- ¿Conoce usted sobre los créditos hipotecarios para compra de vivienda a largo plazo que ofrece el Banco Bolivariano?

() Definitivamente sí

() Probablemente sí

() Indeciso

- Probablemente no
- Definitivamente no

2.- ¿A través de qué medio conoció usted sobre los financiamientos para compra de viviendas que otorga Banco Bolivariano?

- TV
- Prensa
- Radio
- Internet
- Otros

3.- ¿Cuál es su criterio sobre el plazo máximo de 12 años de los créditos hipotecarios que maneja la entidad bancaria?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

4.- ¿Considera usted que el avalúo que el Banco realiza de las viviendas a financiar está acorde al precio del mercado?

- Definitivamente sí
- Probablemente sí
- Indeciso
- Probablemente no
- Definitivamente no

5.- ¿Sobre el 30% mínimo que debe aportar el cliente con sus propios recursos como porcentaje de entrada para que la entidad bancaria financie la compra de su vivienda, cuál es su opinión?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo
- Otros _____

6.- ¿La tasa de interés del 10.50% que el banco cobra en préstamos hipotecarios, qué opina usted?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

7.- ¿Cuál es su opinión sobre los requisitos para acceder a créditos para compra de vivienda?

- Muy rigurosos
- Rigurosos
- Accesibles
- Muy accesibles

8.- ¿Cuál es su opinión sobre el tiempo de respuesta (15 días) de la solicitud de crédito para compra de vivienda?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

9.- El Banco ofrece préstamos para construcción de viviendas?

- Si
- Desconoce
- No

10.- ¿A qué segmento económico pertenece usted?

- Negocio formal (con RUC)
- Negocio informal
- Dependiente
- Profesional independiente
- Otros

ANEXO 2
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
MAESTRÍA EN GESTIÓN FINANCIERA

ENCUESTA DIRIGIDA A EMPLEADOS

OBJETIVO: Determinar la incidencia de la escasa colocación de créditos hipotecarios en la rentabilidad del Banco Bolivariano C.A. Sucursal Santo Domingo.

INSTRUCCIONES:

- 1.- Comedidamente solicito a usted se sirva contestar el cuestionario que se presenta a continuación.
- 2.- En caso de duda, favor consultar al encuestador.
- 3.- Por favor marque con una x su respuesta.
- 4.- Agradezco su tiempo y colaboración, sus respuestas son confidenciales y anónimas.

1.- ¿Cuál es su opinión sobre los motivos por los que los créditos hipotecarios no han tenido una mayor colocación dentro de la ciudad de Santo Domingo?

- () Falta de publicidad en los medios de comunicación
- () Mercado objetivo no aplica
- () Requisitos exigentes
- () Otros _____

2.- ¿Sobre la tasa activa que el Banco Bolivariano aplica a los créditos hipotecarios su opinión es?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

3.- ¿Los formularios de solicitud y anexos de los créditos hipotecarios son de fácil y rápido registro de información?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

4.- ¿Su opinión sobre la demanda de créditos de vivienda de Santo Domingo es:

- Alta demanda
- Mediana demanda
- Poca demanda

ANEXO 3

ARTÍCULOS 51 al 97 LEY GENERAL DE INSTITUCIONES FINANCIERAS

ARTÍCULO 51.- Operaciones permitidas.- Los bancos podrán efectuar las siguientes operaciones en moneda nacional o extranjera, o en unidades de cuenta establecidas en la Ley:

- a) Recibir recursos del público en depósitos a la vista. Los depósitos a la vista son obligaciones bancarias, comprenden los depósitos monetarios exigibles mediante la presentación de cheques u otros mecanismos de pago y registro; los de ahorro exigibles mediante la presentación de libretas de ahorro u otros mecanismos de pago y registro; y, cualquier otro exigible en un plazo menor a treinta días. Podrán constituirse bajo diversas modalidades y mecanismos libremente pactados entre el depositante y el depositario;
- b) Recibir depósitos a plazo. Los depósitos a plazo son obligaciones financieras exigibles al vencimiento de un período no menor de treinta días, libremente convenidos por las partes. Pueden instrumentarse en un título valor, nominativo, a la orden o al portador, pueden ser pagados antes del vencimiento del plazo, previo acuerdo entre el acreedor y el deudor;
- c) Asumir obligaciones por cuenta de terceros a través de aceptaciones, endosos o avales de títulos de crédito, así como del otorgamiento de garantías, fianzas y cartas de crédito internas y externas, o cualquier otro documento, de acuerdo con las normas y usos internacionales;
- d) Emitir obligaciones y cédulas garantizadas con sus activos y patrimonio. Las obligaciones de propia emisión se registrarán por lo dispuesto en la Ley de Mercado de Valores;
- e) Recibir préstamos y aceptar créditos de instituciones financieras del país y del exterior;

f) Otorgar préstamos hipotecarios y prendarios, con o sin emisión de títulos, así como préstamos quirografarios;

g) Conceder créditos en cuenta corriente, contratados o no;

h) Negociar letras de cambio, libranzas, pagarés, facturas y otros documentos que representen obligación de pago creados por ventas a crédito, así como el anticipo de fondos con respaldo de los documentos referidos;

i) Negociar documentos resultantes de operaciones de comercio exterior;

j) Negociar títulos valores y descontar letras documentarias sobre el exterior, o hacer adelantos sobre ellas;

k) Constituir depósitos en instituciones financieras del país y del exterior;

l) Adquirir, conservar o enajenar, por cuenta propia, valores de renta fija, de los previstos en la Ley de Mercado de Valores y otros títulos de crédito establecidos en el Código de Comercio y otras Leyes, así como valores representativos de derechos sobre estos, inclusive contratos a término, opciones de compra o venta y futuros; podrán igualmente realizar otras operaciones propias del mercado de dinero; podrán participar directamente en el mercado de valores extrabursátil, exclusivamente con los valores mencionados en esta letra y en operaciones propias.

Las operaciones efectuadas a nombre de terceros, o la venta y distribución al público en general de dichos valores, deberán ser efectuadas a través de una casa de valores u otros mecanismos de transacción extrabursátil;

m) Efectuar por cuenta propia o de terceros operaciones con divisas, contratar reportos y arbitraje sobre éstas y emitir o negociar cheques de viajeros;

- n) Efectuar servicios de caja y tesorería;
- ñ) Efectuar cobranzas, pagos y transferencias de fondos, así como emitir giros contra sus propias oficinas o las de instituciones financieras nacionales o extranjeras;
- o) Recibir y conservar objetos muebles, valores y documentos en depósito para su custodia y arrendar casilleros o cajas de seguridad para depósitos de valores;
- p) Actuar como emisor u operador de tarjetas de crédito, de débito o tarjetas de pago;
- q) Efectuar operaciones de arrendamiento mercantil de acuerdo a las normas previstas en la Ley;
- r) Comprar, edificar y conservar bienes raíces para su funcionamiento, sujetándose a las normas generales expedidas por la Superintendencia y enajenarlos;
- s) Adquirir y conservar bienes muebles e intangibles para su servicio y enajenarlos;
- t) Comprar o vender minerales preciosos acuñados o en barra;
- u) Emitir obligaciones con respaldo de la cartera de crédito hipotecaria o prendaria propia o adquirida, siempre que en este último caso, se originen en operaciones activas de crédito de otras instituciones financieras;
- v) Garantizar la colocación de acciones u obligaciones;
- w) Efectuar inversiones en el capital social de las sociedades a que se refiere la letra b) del artículo 57 de esta Ley; y,

x) Efectuar inversiones en el capital de otras instituciones financieras con las que hubieren suscrito convenios de asociación de conformidad con el cuarto inciso del artículo 17 de esta Ley.

Tratándose de las operaciones determinadas en las letras p) y q) de este artículo, un banco o sociedad financiera o corporación de inversión y desarrollo podrá realizarlas directamente o a través de una sociedad subsidiaria de servicios financieros, la que no podrá realizar operaciones distintas a las mencionadas en dichas letras.

Para las operaciones en moneda extranjera se someterán a las normas que determine el Directorio del Banco Central del Ecuador.

Para la realización de nuevas operaciones o servicios financieros, las instituciones requerirán autorización de la Superintendencia, indicando las características de las mismas. Una vez recibida esta información, la Superintendencia deberá solicitar informe al Directorio del Banco Central del Ecuador. Estas operaciones o servicios podrán ser suspendidos de oficio o a petición del Directorio del Banco Central del Ecuador, cuando impliquen desviaciones al marco propio de las actividades financieras o por razones de política monetaria y crediticia.

ARTÍCULO 68.- Calificación de activos.- Las instituciones del sistema financiero, de conformidad con las normas que dicte la Superintendencia, a efecto de reflejar la verdadera calidad de los activos, realizarán una calificación periódica de los mismos y constituirán las provisiones que sean necesarias para cubrir los riesgos de incobrabilidad o pérdida del valor de los activos.

Presentarán a la Superintendencia en la forma y con la periodicidad que ésta lo determine, los resultados de tal calificación, la que podrá ser examinada por los auditores externos o por la Superintendencia.

ARTÍCULO 69.- Cuenta de Provisión.- Provisión es una cuenta de valuación del activo que afecta a los resultados y que se constituye para cubrir eventuales

pérdidas por cuentas incobrables o por desvalorización de los activos o de los contingentes.

ARTÍCULO 70.- Castigo por mora.- El valor de todo préstamo, descuento o cualquier otra obligación cuyo deudor estuviese en mora tres años, será obligatoriamente castigado por la institución del sistema financiero.

ARTÍCULO 71.- Rango de prudencia sobre operaciones.- La Superintendencia dictará las normas referentes a las relaciones que deberán guardar las instituciones financieras entre sus operaciones activas, pasivas y contingentes, procurando que los riesgos derivados de las diferencias de plazos, tasas, monedas y demás características de las operaciones activas y pasivas se mantengan dentro de rangos de razonable prudencia.

ARTÍCULO 72.- Límite de créditos y demás operaciones.- Ninguna institución del sistema financiero podrá realizar operaciones activas y contingentes con una persona natural o jurídica por una suma que exceda, en conjunto, el diez por ciento (10%) del patrimonio técnico de la institución. Este límite se elevará al veinte por ciento (20%) si lo que excede del diez por ciento (10%) corresponde a obligaciones caucionadas con garantía de bancos nacionales o extranjeros de reconocida solvencia o por garantías adecuadas admitidas como tales, mediante normas de carácter general expedidas por la Superintendencia de Bancos. Los límites de créditos establecidos se determinarán a la fecha de aprobación original de la operación de crédito. En ningún caso la garantía adecuada podrá tener un valor inferior al ciento cuarenta por ciento (140%) de la obligación garantizada.

El conjunto de las operaciones del inciso anterior en ningún caso podrá exceder del doscientos por ciento (200%) del patrimonio del sujeto de crédito, salvo que existiesen garantías adecuadas que cubran, en lo que excediese por lo menos el ciento veinte por ciento (120%).

Se exceptúan de los porcentajes antes mencionados las siguientes operaciones:

- a) Los créditos destinados al financiamiento de las exportaciones luego de realizado el embarque, que tuviesen la garantía de créditos irrevocables, abiertos por bancos de reconocida solvencia del exterior, a satisfacción de la institución del sistema financiero privado;
- b) Las cartas de crédito confirmadas de importación y las garantías en moneda nacional o extranjera que se emitan con respaldos de contra garantías adecuadas, admitidas como tales, mediante normas de carácter general expedidas por la Superintendencia;
- c) Las garantías otorgadas por cuenta y riesgo de instituciones del sistema financiero privado del exterior, de reconocida solvencia, siempre que cuenten con el respaldo documentario suficiente, en seguridad y a satisfacción de la institución mandataria; y,
- d) Las operaciones de crédito entre instituciones financieras, con las limitaciones que establezca la Superintendencia, previo informe del Directorio del Banco Central del Ecuador.

ARTÍCULO 73.- Límite de operaciones con entes vinculados.- Se prohíbe efectuar operaciones con personas naturales o jurídicas vinculadas directa o indirectamente con la administración o la propiedad de una institución del sistema financiero, de sus subsidiarias o de su sociedad controladora.

Para las Cooperativas de Ahorro y Crédito y Asociaciones Mutualistas de Ahorro y Crédito para la Vivienda, se establece un cupo de crédito de grupo, al cual podrán acceder los miembros de los Consejos de Administración y Vigilancia, los administradores, empleados y las personas naturales y jurídicas vinculadas a éstos, así como se establece un límite individual de crédito para aquellas personas vinculadas por propiedad o administración. El cupo de crédito para el grupo no podrá ser superior al diez por ciento (10%), ni el límite individual superior al dos

por ciento (2%) del patrimonio técnico calculado al cierre del ejercicio anual inmediato anterior al de la aprobación de los créditos.

ARTÍCULO 74.- Personas naturales o jurídicas vinculadas.- Se considerarán vinculadas a la propiedad o administración de la institución del sistema financiero, las siguientes:

a) Las personas naturales o jurídicas que posean, directa o indirectamente el uno por ciento (1%) o más del capital pagado de la institución financiera o de la sociedad controladora del banco o institución financiera que haga cabeza del grupo financiero;

b) Las empresas en las cuales los representantes legales, administradores directos o funcionarios posean directa o indirectamente más del tres por ciento (3%) del capital de dichas empresas;

c) Los cónyuges o los parientes dentro del segundo grado de consanguinidad o primero de afinidad de los representantes legales, de los administradores directos o funcionarios de una institución financiera;

d) Las empresas en las que los cónyuges, los parientes dentro del segundo grado de consanguinidad o primero de afinidad de los representantes legales, de los administradores directos o funcionarios de una institución financiera, posean acciones por un tres por ciento (3%) o más del capital de dichas empresas; y,

e) Las que se declaren presuntivas, con arreglo a las normas de carácter general que dicte la Superintendencia de Bancos, por plazos, tasas de interés, falta de caución u otra causa, en las operaciones activas o sujetos que tengan tratamientos preferenciales en operaciones pasivas.

Los administradores y funcionarios para efectos de créditos vinculados, deberán ser determinados por la Superintendencia de Bancos.

ARTÍCULO 75.- Límite para operaciones de un grupo financiero.- Cuando se trate de un grupo financiero, que se enmarque en las normas de esta Ley, los porcentajes previstos en el artículo 72 se computarán sobre el patrimonio técnico de la entidad financiera.

ARTÍCULO 76.- Presunción de único sujeto de créditos.- Para el cálculo de los límites previstos en los artículos 72, 73 y 75 se presumirá que constituyen un sólo sujeto, los deudores individuales que sean personas naturales o jurídicas, cuando:

- a) Sean accionistas directa o indirectamente en el veinte por ciento (20%) o más del capital pagado de una compañía;
- b) Existan relaciones de negocios, de capitales o de administración que permitan a una o más de ellas ejercer una influencia significativa y permanente en las decisiones de las demás;
- c) Existan datos o información fundada de que diversas personas mantienen relaciones de tal naturaleza que conforman de hecho una unidad de intereses económicos;
- d) Se hayan concedidos créditos a prestatarios o grupos prestatarios, en condiciones preferenciales o desproporcionadas respecto del patrimonio del deudor o de su capacidad de pago;
- e) Se hayan concedido créditos no garantizados adecuadamente a deudores o grupos prestatarios sin antecedentes o domiciliados en el extranjero sin información disponible sobre ellos;
- f) Se hayan concedido créditos a prestatarios o grupos de deudores por reciprocidad con otra entidad financiera; y,
- g) Cuando mantengan vinculación entre sí.

La Superintendencia establecerá normas de carácter general para vigilar el cumplimiento de este título.

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

La institución financiera que proporcione deliberadamente información falsa o maliciosa a la Central de Riesgos será sancionada por el Superintendente de bancos con una multa de dos mil unidades de valor constante (2000 UVCs) cada vez y, la destitución del funcionario responsable en caso de reincidencia, sin perjuicio de la correspondiente responsabilidad penal.

ARTÍCULO 96.- Los datos individuales provenientes de la Central de Riesgos serán suministrados a las instituciones del sistema financiero.

ARTÍCULO 97.- Las instituciones del sistema financiero, están obligadas a suministrar a la Superintendencia, en la forma y frecuencia que ella determine, la información para mantener al día el registro de que trata este Capítulo.

Si un informe presentado por un Auditor, sea Interno, Externo o funcionario de la Superintendencia de Bancos, hubiese sido alterado o se hubiera ocultado información, el Superintendente tendrá la obligación en forma inmediata de poner en conocimiento de la Fiscalía General de la Nación. El Superintendente de Bancos tiene la obligación de pronunciarse en 30 días sobre cualquier infracción que se cometa y que haya sido informado por las auditorías, caso contrario, será denunciado ante la Fiscalía General de la Nación.

ANEXO 4

CARTA A CLIENTES



Santo Domingo, Julio 2012

Estimado Sr. /Sra.

(Nombre del Cliente)

Presente

De mis consideraciones

A través de la presente me permito informar que se encuentra a su disposición la línea de financiamiento para la compra de vivienda, cuyas características son:

- Valor Comercial de vivienda a financiar desde USD 30.000 dólares
- Cómodos plazos de financiamiento, con pagos mensuales
- Garantía: hipotecaría abierta sobre el bien inmueble objeto del financiamiento

Beneficios, requisitos y otros se detallan en el díptico que se adjunta a este comunicado.

Reciba nuestro atento saludo junto con la renovada expresión de nuestra más alta estima.

Atentamente,

Rosa Soto
Jefe de Agencia
Banco Bolivariano C.A.
Sucursal Santo Domingo

ANEXO 5

Tabla del Chi Cuadrado

Grados libertad	Probabilidad de un valor superior - Alfa (α)				
	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
1	2,71	3,84	5,02	6,63	7,88
2	4,61	5,99	7,38	9,21	10,60
3	6,25	7,81	9,35	11,34	12,84
4	7,78	9,49	11,14	13,28	14,86
5	9,24	11,07	12,83	15,09	16,75
6	10,64	12,59	14,45	16,81	18,55
7	12,02	14,07	16,01	18,48	20,28
8	13,36	15,51	17,53	20,09	21,95
9	14,68	16,92	19,02	21,67	23,59
10	15,99	18,31	20,48	23,21	25,19
11	17,28	19,68	21,92	24,73	26,76
12	18,55	21,03	23,34	26,22	28,30
13	19,81	22,36	24,74	27,69	29,82
14	21,06	23,68	26,12	29,14	31,32
15	22,31	25,00	27,49	30,58	32,80
16	23,54	26,30	28,85	32,00	34,27
17	24,77	27,59	30,19	33,41	35,72
18	25,99	28,87	31,53	34,81	37,16
19	27,20	30,14	32,85	36,19	38,58
20	28,41	31,41	34,17	37,57	40,00
21	29,62	32,67	35,48	38,93	41,40
22	30,81	33,92	36,78	40,29	42,80
23	32,01	35,17	38,08	41,64	44,18
24	33,20	36,42	39,36	42,98	45,56
25	34,38	37,65	40,65	44,31	46,93
26	35,56	38,89	41,92	45,64	48,29
27	36,74	40,11	43,19	46,96	49,65
28	37,92	41,34	44,46	48,28	50,99
29	39,09	42,56	45,72	49,59	52,34
30	40,26	43,77	46,98	50,89	53,67
40	51,81	55,76	59,34	63,69	66,77
50	63,17	67,50	71,42	76,15	79,49
60	74,40	79,08	83,30	88,38	91,95
70	85,53	90,53	95,02	100,42	104,21

ANEXO 7

SOLICITUD DE FINANCIAMIENTO REVERSO

DESCRIPCIÓN DE BIENES QUE POSEE

PROPIEDADES (Vivienda, terreno, oficina, otros.)		Avalúo \$	Hipotecado
Tipo <input type="text"/>	Ubicación <input type="text"/>	<input type="text"/>	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Tipo <input type="text"/>	Ubicación <input type="text"/>	<input type="text"/>	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Tipo <input type="text"/>	Ubicación <input type="text"/>	<input type="text"/>	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
VEHÍCULOS			
Marca <input type="text"/>	Modelo <input type="text"/>	Año <input type="text"/>	Prendado: Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Marca <input type="text"/>	Modelo <input type="text"/>	Año <input type="text"/>	Prendado: Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Marca <input type="text"/>	Modelo <input type="text"/>	Año <input type="text"/>	Prendado: Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>

REFERENCIAS PERSONALES

Nombre <input type="text"/>	Teléfono <input type="text"/>
Domicilio <input type="text"/>	
Nombre <input type="text"/>	Teléfono <input type="text"/>
Domicilio <input type="text"/>	

DETALLE DE DEUDAS

1.- Institución <input type="text"/>	Propósito <input type="text"/>
Valor original <input type="text"/>	Plazo en meses <input type="text"/> Cuota mensual \$ <input type="text"/>
2.- Institución <input type="text"/>	Propósito <input type="text"/>
Valor original <input type="text"/>	Plazo en meses <input type="text"/> Cuota mensual \$ <input type="text"/>
2.- Institución <input type="text"/>	Propósito <input type="text"/>
Valor original <input type="text"/>	Plazo en meses <input type="text"/> Cuota mensual \$ <input type="text"/>
Total pasivos \$ <input type="text"/>	

INGRESOS Y EGRESOS

Sueldo deudor \$ <input type="text"/>	Tarjetas de crédito \$ <input type="text"/>
Sueldo conyuge \$ <input type="text"/>	Educación \$ <input type="text"/>
Otros ingresos \$ <input type="text"/> → Origen <input type="text"/>	Alimento/ Vestimenta \$ <input type="text"/>
Total ingresos \$ <input type="text"/>	Servicios Básicos \$ <input type="text"/>
	Otros \$ <input type="text"/>
	Total egresos \$ <input type="text"/>

Declaro que la información contenida en esta solicitud es correcta y autorizo a Banco Bolivariano C.A. a verificar y pedir cualquier tipo de aplicación de la información que he proporcionado.

AUTORIZACIÓN PARA SOLICITAR, OBTENER Y PROPORCIONAR INFORMACIÓN DE RIESGO CREDITICIO.-
 Autorizo de manera expresa e irrevocable a Banco Bolivariano C.A. para que obtenga, cuantas veces lo considere necesario, de cualquier fuente de información, incluido los Buros de información Crediticia y la Central de Riesgos, referencias relativas a mi historia y comportamiento crediticio, manejo de cuentas de ahorro o corriente, tarjetas de crédito, etc.; y, en general, con relación al cumplimiento de mis obligaciones, sean éstas directas o indirectas, cuantas veces lo considere necesario, a todos y cada uno de los Burós de Información Crediticia legalmente autorizados para operar en el Ecuador y a la central de Riesgos, de conformidad con la Ley y las Resoluciones de la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador y de la Junta Bancaria.

ACEPTACIÓN DE TASAS Y TARIFAS POR SERVICIOS.-
 Declaro conocer los servicios que he solicitado a Banco Bolivariano C.A. y acepto las tarifas fijadas por dicha institución en contraprestación de los mismos. Acepto que tales tarifas, las cuales constan en el tarifario recibido, pueden variar en el tiempo, a sola discreción del Banco, en su página web o en la página web de la Superintendencia de Bancos y Seguros, siendo bien entendido que, de no mediar comunicación al Banco hasta 30 días después de publicadas por primera vez las nuevas tarifas, éstas quedarán irrevocablemente aceptadas.

firmas:

<hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"/> Solicitante C.C.: <input type="text"/>	<hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"/> Conyuge Solicitante C.C.: <input type="text"/>
---	---

ANEXO 8

FLYER DE INFORMACIÓN ANVERSO



Con PlanVisión Vivienda pensar en el futuro es tan fácil como quieres que sea.



 **Banco Bolivariano C.A.**

Matriz Junín 200 y Panamá • Guayaquil - Ecuador
Sucursal Mayor Quito Naciones Unidas E6-99 entre Shyris y Japón • Quito - Ecuador
Sucursal Cuenca Av. Florencia Astudillo y Alfonso Cordero Esq. • Cuenca - Ecuador
Sucursal Santo Domingo Av. Quito 520 y Chorrera del Napa
Oficina de Representación Madrid Calle Lagasca 73 - Oficinas, 28001 • Madrid - España

www.bolivariano.com

1 700 50 50 50*

*Si te encuentras en el Austro o deseas llamar por celular digita (04) 231 0001.

 **Banco Bolivariano C.A.**

ANEXO 9

FLYER REVERSO



Años de 11 meses
en tu crédito
para la vivienda.



Donde algunos ven sólo una casa, nosotros vemos a quienes viven dentro. En el **Banco Bolivariano** vemos más allá, vemos tu esfuerzo y sabemos cual es, en tu vida, el verdadero valor del dinero: Poder darle a tu familia un hogar sin dejar de lado otros planes importantes.

▶ Elige un mes del año y no lo pagas durante todo el plazo del crédito.

Utiliza tu dinero en otras cosas importantes, como pagar las matrículas del colegio, arreglar la habitación del bebé o tomarte vacaciones.

▶ Comienzas a pagar recién al tercer mes.

PlanVisión Vivienda te da la facilidad de comenzar a pagarlo recién al tercer mes de haber sido entregado tu crédito. Así podrás, en ese tiempo, amoblar o terminar de arreglar tu casa.

▶ Beneficios.

- ✓ Entrega de una tarjeta **Bankard Banco Bolivariano**¹ con la aprobación de tu crédito.
- ✓ No necesitas garante.
- ✓ Incluye seguro contra incendios, terremotos e inundaciones.
- ✓ Incluye seguro de vida.
- ✓ Financiamiento de seguros y gastos legales.
- ✓ Seguimiento de tu crédito en línea ingresando a www.bolivariano.com vía **veinti4online** (Banca en internet).

▶ Características.

- Valor comercial de vivienda a financiar desde USD 30.000.
- Cómodos plazos de financiamiento, con pagos mensuales.
- Garantía: Hipoteca abierta sobre el bien inmueble objeto del financiamiento.

▶ Requisitos de aplicación.

Personas dependientes

1. Poseer una cuenta corriente o ahorros.
2. Copias de cédula de identidad y certificados de votación de deudor y cónyuge.
3. Certificado de trabajo del deudor y cónyuge indicando antigüedad, cargo e ingresos.
4. Copia de los 2 últimos roles de pago del deudor y cónyuge.
5. Certificado de ingresos adicionales al sueldo (contrato de arrendamiento, facturas por honorarios profesionales, certificado de comisiones) del deudor y cónyuge.
6. Copia de los 3 últimos estados de cuenta corriente y de de crédito del deudor y cónyuge.

¹Sujeto a análisis del departamento de crédito

7. Copia de libreta de ahorros.
8. Copia de certificados de inversión que mantengas.
9. Copia de los activos que poseas, tales como: matrícula de vehículos, copia de escrituras e impuestos prediales de bienes inmuebles (actualizados) del deudor y cónyuge.
10. Copia de planilla de luz, agua o teléfono (del lugar de residencia).

Personas independientes

1. Todos los documentos exigidos para personas dependientes a excepción de los puntos 3 y 4.
2. Copia del RUC.
3. Declaración de Impuesto a la Renta de los 2 últimos años.
4. Declaración del IVA de los 3 últimos meses.
5. Carta explicativa de tu actividad comercial o profesión, lugar donde ejerces, tiempo, principales proveedores y clientes, valor promedio mensual de ingresos con los soportes correspondientes.

Personas jurídicas

1. Poseer una cuenta corriente o ahorros.
2. Balances de los 2 últimos años presentados a la Superintendencia de Compañías.
3. Documentación legal de la empresa.
4. Presentar informe básico de la compañía (formulario que entrega el Banco).
5. Si eres accionista de una compañía, presentar la lista actualizada de accionistas presentada a la Superintendencia de Compañías.

▶ Documentos para constituir una hipoteca.

- Copia del título de propiedad.
- Impuestos prediales actualizados.
- Si el inmueble se encuentra sometido a Régimen de Propiedad Horizontal: Escritura de la declaratoria de Propiedad Horizontal inscrita y certificado de expensas actualizado (validez 1 mes).
- Certificado de gravámenes actualizados con historia de dominio emitido por el Registro de la propiedad del cantón en donde se encuentra ubicado el inmueble (validez 1 mes).
- Minuta de compra / venta; en caso de viviendas nuevas, minuta de entrega de obra.
- Si el vendedor es una persona natural: Copia de cédula de identidad o ciudadanía y certificado de votación del vendedor y su cónyuge.
- Si el vendedor del bien que va a hipotecarse es una compañía se debe entregar: Nombramientos, cédula de identidad y certificado de votación del representante legal; copia del RUC, escritura de constitución de la compañía, autorización de la Junta General de Accionistas a no ser que el estatuto de la sociedad lo exima de la presentación de este requisito.
- Certificado del Cuerpo de Bomberos, para inmuebles ubicados en Salinas y Daule.
- Certificado de avalúo y catastros otorgado por el Municipio correspondiente.