



Colección Manuales de Asesoramiento Financiero

Conocer los productos y servicios bancarios

Productos de tesorería, de inversión,
de financiación, *leasing*, *factoring*,
renting, tarjetas

David Igual



PROFIT

Conocer los productos y servicios bancarios

Si desea recibir información gratuita sobre nuestras
publicaciones envíe sus datos a:

Conocer los productos y servicios bancarios

Productos de tesorería, de inversión, de
financiación, *leasing*, *factoring*, *renting*,
tarjetas

David Igual

Colección Manuales de Asesoramiento Financiero



Toda forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvando la excepción prevista por la ley. Diríjense al editor, si necesitan fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

COLECCIÓN MANUALES DE ASESORAMIENTO FI-
NANCIERO

Director: Xavier Puig Pla

Coordinador: Pablo Larraga López

Supervisión de contenidos: Oscar Elvira Benito, Xavier
Brun Lozano

Diseño cubierta: Jordi Xicart

© Bresca Editorial, S.L., Barcelona, 2008

© Estudios y Formación en Finanzas Aplicadas, S.L., 2008

Conversión a ePub: booqlab.com

ISBN (ePub): 978-84-92956-99-9

Referencias

Sobre el autor

David Igual Molina, ha desarrollado su trayectoria profesional en la Caixa Catalunya con diversos puestos de responsabilidad en áreas de Marketing, formación y Obra Social.

[Más información sobre el autor](#)

Sobre el libro

Conocer los productos y servicios bancarios presenta y analiza los productos y servicios financieros tradicionales tanto de inversión como de financiación, así como los relacionados con los servicios que ofrecen las entidades de crédito. De esta forma el lector puede adquirir una visión clara de los aspectos clave a considerar para evaluarlos y de las oportunidades que presentan como alternativa de inversión y financiación.

[Más información sobre el libro y/o material complementario](#)

[Otros libros de interés](#)

The image shows the homepage of Profit Editorial. At the top, there is a navigation bar with the Profit Editorial logo and several promotional banners. Below the navigation bar, there is a search bar and a sidebar with categories. The main content area features a section for 'Colección Management 2.0' with book covers for YouTube, Facebook, Twitter, Wikipedia, and iApple. Below this, there is a section for 'Libros de Estudios' with book covers for '100 grandes ideas para Wonder', 'PowerPoint con Excel', and 'Hablar bien en Público'. The right sidebar contains links for account management and search options.

[Web de Profit Editorial](#)

Índice

Conocer los productos y servicios bancarios

Capítulo 1. Productos de tesorería y de soporte

- 1.1. Los productos bancarios
 - 1.1.1. Concepto
 - 1.1.2. Clasificación de los productos bancarios
- 1.2. Productos de tesorería y soporte
 - 1.2.1. Aspectos generales
 - 1.2.1.1. El contrato
 - 1.2.1.2. Los partícipes
 - 1.2.1.3. Aspectos operativos
 - 1.2.1.4. Intereses, comisiones y valoraciones
 - 1.2.1.5. Soportes informativos
- 1.3. Principales productos de tesorería y soporte
 - 1.3.1. Cuentas corrientes y de ahorro a la vista
 - 1.3.1.1. Concepto
 - 1.3.1.2. Ahorro a la vista
- 1.4. Actuaciones estratégicas

Capítulo 2. Productos de inversión

- 2.1. Concepto y clasificación
- 2.2. Tipos de productos de inversión
 - 2.2.1. Depósitos a plazo
 - 2.2.1.1. Depósitos simples a interés fijo
 - 2.2.1.2. Depósitos simples a interés creciente
 - 2.2.1.3. Depósitos estructurados con garantía de capital

- 2.2.1.4. Depósitos estructurados sin garantía de capital
- 2.2.1.5. Depósitos regalo
- 2.2.1.6. E-depósitos
- 2.2.2. Cédulas hipotecarias. Bonos hipotecarios
- 2.2.3. Deuda subordinada
- 2.2.4. Seguros de vida-ahorro
 - 2.2.4.1. Concepto
 - 2.2.4.2. Seguros de ahorro inversión
 - 2.2.4.3. Seguros de ahorro sistemático
 - 2.2.4.4. Seguros de rentas
- 2.2.5. Fondos de inversión
- 2.2.6. *Unit linked*
- 2.2.7. Planes de pensiones
 - 2.2.7.1. Aspectos legales
 - 2.2.7.2. Características de los Planes de Pensiones
 - 2.2.7.3. Tipos de Planes de Pensiones
 - 2.2.7.4. Fondos de Pensiones
 - 2.2.7.5. Aspectos operativos
 - 2.2.7.6. Ventajas fiscales y limitaciones
 - 2.2.7.7. Selección de Planes de Pensiones
 - 2.2.7.8. Comparación con productos semejantes
- 2.2.8. Planes de Previsión Asegurados

Capítulo 3. Productos de financiación de particulares

- 3.1. Introducción
- 3.2. Análisis de las operaciones de particulares
 - 3.2.1. Análisis de las operaciones
 - 3.2.2. Garantía de las operaciones
- 3.3. Características generales de los préstamos
 - 3.3.1. Los tipos de interés
- 3.4. Clasificación de los préstamos
 - 3.4.1. Métodos más habituales de amortización de préstamos

3.4.2. Formulación

3.4.2.1. Sistema francés

3.4.2.2. Sistema cuota capital constante

3.4.2.3. Sistema de amortización americano

3.5. Préstamos personales

3.5.1. Aspectos jurídicos

3.5.2. Características

3.6. Préstamos con garantía hipotecaria

3.6.1. Concepto

3.6.2. La garantía hipotecaria

3.6.3. Requisitos documentales

3.6.4. Características de los préstamos hipotecarios

3.6.5. Tipos de préstamos hipotecarios

Capítulo 4. Productos de financiación para empresas

4.1. Introducción

4.2. Descuento de efectos

4.2.1. Concepto

4.2.2. Condiciones financieras

4.2.3. Análisis de las operaciones

4.2.4. Aspectos operativos

4.3. Anticipos de créditos comerciales

4.4. Pólizas de crédito

4.4.1. Concepto

4.4.2. Características

4.5. *Factoring*

4.5.1. Concepto

4.5.2. Tipos de *factoring*

4.5.3. Costes

4.5.4. Operativa básica

4.6. *Leasing*

4.6.1. Concepto

4.6.2. Características

4.6.3. Tipos de *leasing*

4.6.4. Ventajas e inconvenientes

- 4.7. *Renting*
- 4.8. *Confirming*
- 4.9. Créditos documentarios
- 4.10. Aval bancario

Capítulo 5. Servicios para acceso multicanal

- 5.1. Introducción
- 5.2. Tarjetas bancarias
 - 5.2.1. Conceptos generales
 - 5.2.2. Tarjetas de débito
 - 5.2.3. Tarjetas de crédito
 - 5.2.4. Otros tipos de tarjeta
- 5.3. Terminales puntos de venta (TPV)
 - 5.3.1. Concepto
 - 5.3.2. TPV virtual
- 5.4. Banca a distancia
 - 5.4.1. Concepto de acceso multicanal
 - 5.4.2. Cajeros automáticos
 - 5.4.3. Banca por internet
 - 5.4.4. Banca por teléfono
 - 5.4.5. Banca por telefonía móvil
 - 5.4.6. Banca por televisión

Test. Conocer los productos y servicios bancarios

Anexo. Cuadros comparativos

Bibliografía

Conocer los productos y servicios bancarios

Objetivos del libro

Una vez leído y asimilado el contenido de este libro, deberá ser capaz de:

1. Conocer los conceptos que determinan los distintos grupos de productos bancarios.
2. Saber las características de los distintos productos de pasivo, activo y principales servicios bancarios de acceso multicanal.
3. Conocer cómo operan los principales productos bancarios actuales.
4. Familiarizarse con las diferentes estrategias que utilizan las entidades financieras con relación a los productos bancarios.

Capítulo 1

Productos de tesorería y soporte

Tras el estudio de este tema, debe quedar claro:

1. Las características que definen los productos de tesorería y soporte.
2. Los distintos tipos de productos de tesorería y soporte financiero.
3. Comprender las principales estrategias que se desarrollan en el grupo de productos de disponible.

1.1. Los productos bancarios

1.1.1. *Concepto*

Las entidades bancarias desarrollan lo que se denomina intermediación financiera que consiste fundamentalmente en la captación de los excedentes monetarios de las familias y empresas (ahorros e inversiones) para su cesión posterior a otras familias y empresas que precisan recursos monetarios para la cobertura de sus objetivos. Esta función de intermediación financiera se complementa con la prestación de un

conjunto de servicios asociados a la gestión de tesorería, su disponibilidad y asesoramiento.

Los productos bancarios son los instrumentos que las entidades bancarias ponen a disposición de sus clientes para la prestación de sus servicios de intermediación financiera.

De la misma forma, y de acuerdo con una visión más próxima a marketing, los productos bancarios son los instrumentos que las entidades financieras ofrecen al mercado para satisfacer las necesidades de los consumidores de gestión de la tesorería, inversión, financiación y previsión.

Esta oferta de productos por parte de las entidades financieras está sujeta al tipo de entidad que es o quiere ser y a la parte de mercado a la que se quiere dirigir. Es decir, los productos que cada entidad ofrece dependen del tipo de entidad y del público al que se quiere orientar. Su forma varía en función de si se trata, por ejemplo, de un banco universal, un banco que opera únicamente por internet o incluso si se trata de captar clientes en una zona determinada de expansión o de consolidar un territorio. Por lo tanto la política de productos bancarios es un elemento estratégico de la entidad que opera junto con otros aspectos de marketing como son el precio, la comunicación o la distribución.

1.1.2. Clasificación de los productos bancarios

Los productos bancarios se pueden clasificar de acuerdo con distintos criterios. El más clásico es el que clasifica a los productos en función de su ubicación en el balance de las entidades financieras:

- **Productos de pasivo.** Se incluyen los productos que utiliza la entidad para la captación del ahorro, como son las cuentas corrientes, libretas de ahorro, imposiciones a plazo fijo, depósitos, etc. Se denominan de pasivo porque los recursos capados se ubican en el pasivo del balance de la entidad ya que representan una deuda de la entidad con el cliente.

- **Productos de activo.** Se incluyen los productos utilizados para la cesión de financiación, como son préstamos, créditos, financiación para descuento de efectos de empresas, etc. Se denominan de activo porque los recursos cedidos se incorporan en el activo del balance de la entidad ya que representan derechos de cobro futuros por parte de la entidad.
- **Productos de inversión fuera de balance.** Aunque se asimilan a los de pasivo ya que suponen la captación de recursos, al no incluirse en el balance de la entidad no son estrictamente de su pasivo. En este grupo se incluyen los recursos captados por fondos de inversión, planes de pensiones, etc.
- **Productos de financiación fuera de balance.** En este caso se asimilan a operaciones de activo ya que su fin último es la de prestar financiación aunque el origen de los recursos no procede directamente de la entidad financiera sino de alguna filial o entidad asociada.
- **Servicios bancarios.** En este grupo se incluye un amplísimo conjunto de productos destinados a cubrir las necesidades operativas de los clientes, como tarjetas bancarias, banca por internet, etc.

Una clasificación más operativa y actual es considerar los productos en función del grupo de necesidades genéricas que satisface de los clientes. En esta clasificación la entidad financiera puede prestar el producto directamente o mediante un agente o empresa filial.

- **Productos de tesorería y soporte.** En este grupo se incluyen aquellos donde se contabilizan las operaciones realizadas por los clientes así como para depositar la tesorería habitual para el desarrollo de la actividad financiera corriente de particulares y empresas. Por ejemplo, cuentas corrientes, libretas de ahorro, supercuentas, superlibretas, etc.
- **Productos de inversión.** Son los distintos productos que permiten el depósito de los ahorros para obtener una re-