

LA BANCA EN LA COMUNIDAD POLITECNICA

Shully Baquerizo Benítez¹, Fernando Sandoya Sánchez²

¹Ingeniera en Estadística Informática, ICM – ESPOL

²Director de Tesis, Matemático de la Escuela Superior Politécnica Nacional

RESUMEN

El presente estudio pretende clasificar en segmentos a los estudiantes, profesionales y empleados de la ESPOL Campus Gustavo Galindo según preferencias bancarias, y luego de esto a través de un análisis de mercado determinar si dentro del Campus Gustavo Galindo de la ESPOL existe la posibilidad de la incursión de una nueva entidad bancaria.

Inicialmente se da una introducción acerca del panorama bancario, más que a nivel de país, a nivel politécnico, para luego especificar nuestros objetivos generales y específicos con respecto a este estudio.

Luego de establecer los métodos de investigación y recolección de información, se procede a realizar el análisis estadístico en el cual se determinan los grupos o segmentos del mercado, así como las necesidades de los mismos y sus preferencias.

Por último se concluye que en el Campus Gustavo Galindo de la ESPOL se da la posibilidad de la apertura de una nueva entidad bancaria, con los estándares de preferencia de los estudiantes, profesionales y empleados de la ESPOL.

INTRODUCCIÓN

Actualmente y contrario a diversos pronósticos, la radical modificación en el sistema monetario y cambiario trajo un cambio positivo de expectativas, la confianza volvió al sistema. Las cifras son en ese sentido contundentes. La banca ha recuperado en los dos últimos años alrededor de 2.000 millones de dólares en depósitos, aproximadamente el 85% a la vista, y el 15% en depósitos a plazos.

Todo esto es una visión general a nivel de país. La comunidad politécnica estuvo y está directamente relacionada o afectada con estos sucesos debido a que en el Campus Gustavo Galindo existían dos entidades bancarias de las cuales sólo una sigue en función, sobreviviendo a los hechos anteriormente suscitados.

Es así que, centrándonos a nuestro entorno politécnico inmediato se conoce que del cierre de una de las instituciones se deslindan inevitables sucesos: Desocupación de infraestructura abandono del porcentaje de clientes de dicha entidad, la concentración de flujos transaccionales en una única entidad bancaria, oportunidad de llegada de otra institución bancaria que ofrezca solidez y estabilidad en su servicio.

Tomando en cuenta estos hechos derivados al cierre de uno de los Bancos situado dentro del Campus Politécnico, y centrándonos en que éstas podrían convertirse en oportunidades que tendrían otras instituciones, podemos señalar así mismo como amenazas los hechos mencionados inicialmente además del estado de prevención y desconfianza que guardan aun las personas, específicamente estudiantes, profesionales y empleados politécnicos. A esto se suma la calificación de riesgo que se hizo a las instituciones bancarias del país, a dadas a conocer a inicios del 2002, por cuatro empresas calificadoras: Bank Watch Ratings S.A., Ecuability S.A., Humphreys S.A. y Pacific Credit Rating.

En esta investigación, se pretende recopilar información, creando las fuentes y medios para obtenerla, para desarrollar un análisis de nuestra realidad y proponer soluciones a los problemas que se presentan en este campo.

La segmentación tradicional de consumidores se ha venido realizando desde siempre en base a variables pasivas o de pertenencia a determinados grupos de características sociodemográficas. De este modo se infiere que el comportamiento de compra de un individuo – las necesidades sentidas y su forma de satisfacerlas– es en función de su sexo, hábitat o renta. La utilidad de este tipo de segmentación parte de la necesidad de clasificación e identificación de los distintos grupos. O se tiene una edad o se tiene otra, o se vive en una localidad o se vive en otra. No hay campo para la especulación ni para la ambigüedad. Si un grupo es fácil de clasificar,

y a la vez es fácil de identificar, es también fácil de abordar y, por tanto, útil desde la óptica de la acción comercial.

Las unidades que constituyen los politécnicos tienen, por ejemplo, sus particulares creencias y opiniones –sus preferencias– ante “lo bancario”. Identificarlas y caracterizarlas, construyendo a partir de ellas grupos homogéneos, constituye el objetivo primario de la investigación que desarrollamos a continuación.

CONTENIDO

1. ESTRATEGIAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

El objetivo básico de la investigación de mercados es obtener información sobre los deseos y necesidades de los clientes activos y potenciales, para poder contribuir de una manera eficaz y mejorar las decisiones de comercialización en la empresa. Necesitamos la información para disminuir la incertidumbre que puede existir en las distintas alternativas de decisión, y conocer mejor las consecuencias de cada una de ellas.

El objetivo de nuestra información es contribuir a través del análisis de mercados, que a su vez contiene el análisis estadístico respectivo, con el mejoramiento de los procesos bancarios y financieros que se realizan dentro del Campus politécnico Gustavo Galindo.

Específicamente dar a conocer a Directivos de la ESPOL si dentro del Campus Gustavo Galindo existe la posibilidad de que una entidad bancaria, a parte de la que ya existe, pueda establecer una sucursal dentro del campus, segmentar a los estudiantes, profesionales y empleados politécnicos (Campus Gustavo Galindo) según sus preferencias financieras, y medir el nivel de satisfacción de los estudiantes, profesionales y empleados politécnicos en referencia al servicio que se le brinda en el Banco que está dentro del campus politécnico.

Para proceder a la recolección de información se procederá a una entrevista en profundidad, nuestra fuente de información externa será el CRECE, el Departamento de Bienestar Estudiantil y el Departamento de Personal.

2. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Luego de haber establecido los estratos para el procedimiento de muestreo correspondiente en nuestra población objetivo que son los estudiantes, profesionales y empleados

de la ESPOL según preferencias bancarias, procedemos a realizar el análisis estadístico de las variables medidas, de lo cual obtenemos los siguientes resultados:

2.1 ANALISIS BIVARIADO

Inicialmente para el análisis bivariado se procede al estudio de parejas de variables por medio de Tablas de Contingencia en la que se mide el nivel de correlación lineal y no lineal.

Tabla de Contingencia Género vs. Preferencia de Ahorro

La siguiente tabla de contingencia (aplicando el estadístico Chi- Cuadrado con el 95% de confianza), es para establecer si la cultura del ahorro depende o no del género, en el caso de los estudiantes

TABLA I
Tabla de Contingencia
Género vs. Preferencia de Ahorro

	No	Sí
	%	%
Femenino	36.4%	41.7%
Masculino	63.6%	58.3%

H0: El ahorro depende del género estudiante
Vs.
H1: El ahorro no depende del género estudiante

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,440	1	,507		

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,054

Con un 95% de confianza se rechaza la hipótesis alternativa a favor de la hipótesis nula habiendo obtenido un valor p de 0.326, es decir la cultura del ahorro varía dependiendo al género del estudiante.

Tabla de Contingencia Estrato vs. Preferencia tipo de servicio bancario

La siguiente tabla de contingencia (aplicando el estadístico Chi- Cuadrado con el 95% de confianza), es para establecer si la preferencia de utilización de servicios bancarios (Internet, cajero automático, cajero tradicional), depende de la unidad académica.

TABLA II
Tabla de Contingencia
Estrato vs. Preferencia tipo de servicio bancario

		tilizac personal	Cajero Automático	Internet
FICT	% fila	100.0		
	% columna	4.9		
FIEC	% fila	58.3	37.5	4.2
	% columna	17.3	17.3	6.7
FIMCP	% fila	57.9	36.8	5.3
	% columna	13.6	13.5	6.7
ICB	% fila	66.7	33.3	
	% columna	14.8	11.5	
ICM	% fila	48.0	40.0	12.0
	% columna	14.8	19.2	20.0
ICHE	% fila	48.0	34.0	16.0
	% columna	29.6	32.7	53.3
PROTAL	% fila	33.3	33.3	33.3
	% columna	1.2	1.9	6.7
PROTEL	% fila	33.3	33.3	33.3
	% columna	1.2	1.9	6.7
PROTME	% fila	66.7	33.3	
	% columna	2.5	1.9	

H0: La preferencia tipo de servicio bancario depende del estrato

Vs.

H1: La preferencia tipo de servicio bancario no depende del estrato

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. Asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	15.787	24	.896
Razón de verosimilitud	18.474	24	.779
tilizació tiliz por lineal	4.384	1	.036

Con un 95% de confianza se rechaza la hipótesis nula a favor de la hipótesis alternativa habiendo obtenido un valor p de 0.036, es decir la preferencia de utilización de servicios bancarios no depende de la unidad académica.

Tabla de Contingencia Género vs. Preferencia de Ahorro

La siguiente tabla de contingencia (aplicando el estadístico Chi- Cuadrado con el 95% de confianza), es para establecer si la cultura del ahorro depende o no del género, en el caso de los estudiantes

TABLA III
Tabla de Contingencia
Género vs. Preferencia de Ahorro

	No	Sí
Femenino	36.4%	41.7%
Masculino	63.6%	58.3%

H0: El ahorro depende del género estudiante

Vs.

H1: El ahorro no depende del género estudiante

Pruebas de chi-cuadrado

			Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	de 0,440		0,507		

			Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia		,507

Con un 95% de confianza se rechaza la hipótesis alternativa a favor de la hipótesis nula habiendo obtenido un valor p de 0.326, es decir la cultura del ahorro varía dependiendo al género del estudiante.

Tabla de Contingencia Estrato vs. Preferencia tipo de servicio bancario

La siguiente tabla de contingencia (aplicando el estadístico Chi- Cuadrado con el 95% de confianza), es para establecer si la preferencia de utilización de servicios bancarios (Internet, cajero automático, cajero tradicional), depende de la unidad académica.

H0: La preferencia tipo de servicio bancario depende del estrato

Vs.

H1: La preferencia tipo de servicio bancario no depende del estrato

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor		Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	15.787		.896
Razón de verosimilitud	18.474		.779
Asociación lineal por lineal	4.384		.036

Con un 95% de confianza se rechaza la hipótesis nula a favor de la hipótesis alternativa habiendo obtenido un valor p de 0.036, es decir la preferencia de utilización de servicios bancarios no depende de la unidad académica.

2.2 ANÁLISIS MULTIVARIADO

Posterior al análisis por parejas se procederá al análisis conjunto de todas las variables.

2.2.1 Análisis cluster

Como ya se mencionó a inicios del capítulo 3 el análisis cluster nos ayudará a realizar la segmentación de los datos, teniendo así claro cuales son los grupos con similitudes de preferencia y cuales son éstas.

El método de clasificación que se aplicó fue el de Conglomerados jerárquico con el método del centroide y utilizando la distancia de Ward, y se requirió de tres conglomerados.

Luego se tiene que el 42.28% de los estudiantes pertenecen al conglomerado 1, el 0.67% al conglomerado 2 y el 57.05% al conglomerado 3

TABLA IV
Descripción de Conglomerados

Conglomerado	1	42.28%
	2	0.67%

	3	57.05%
Válidos		100%

De estos conglomerados se resume que las Tecnologías, FICT e ICB pertenecen al conglomerado 1, mientras que el ICM, ICHE, FIMCP y FIEC pertenecen al conglomerado 2

TABLA V
Contenido Conglomerados

Conglomerado1	Conglomerado2
Tecnologías	ICM
FICT	ICHE
ICB	FIMCP
	FIEC

Del estudio aislado de los estratos con un mayor peso estadístico en lo que se refiere a número de estudiantes se puede resumir lo siguiente:

Existe un alto porcentaje de estudiantes que no han tomado la cultura ahorrativa en sus actividades, estamos refiriéndonos al 50.10% que aunque la diferencia no es tan significativa sigue teniendo una diferencia, es decir son más los estudiantes que no tienen al menos una cuenta bancaria.

En la mayoría de estratos en donde está plenamente aceptado el ahorro y administración de recursos económicos, se da que o el estudiante desempeña una actividad lucrativa (trabaja) o la familia del mismo tiene un ingreso mensual promedio elevado.

La frecuencia de utilización del servicio bancaria se incrementa dependiendo la actividad que lo demanda, recursos económicos y cercanía de agencias.

Se estima que casi la totalidad de profesionales, empleados y trabajadores de la ESPOL tienen una cuenta bancaria debido a que es por medio de ésta que la Administración les realiza el pago de sueldos, y además por que es la única entidad bancaria en el Campus Gustavo Galindo y de la cual se tiene una satisfacción general de intermedia.

Casi la totalidad de los estudiantes, empleados y profesionales de la ESPOL, Campus Gustavo Galindo, optan por un servicio Moderno, automatizado de una entidad bancaria con solidez financiera, prestigiosa y con una infraestructura amplia. A su vez que ofrezca servicios acorde a los avances tecnológicos que está sufriendo la sociedad.

Existe una gran demanda de estudiantes, profesionales y empleados de la ESPOL Campus Gustavo Galindo que solicitan tener una agencia bancaria en el Campus.

Existe una gran relación entre el área o unidad académica en que se estudia o trabaja para que se genere la necesidad del ahorro, preferencia de servicio bancario y requerimiento de la banca.

Dependiendo de la entidad bancaria es el nivel de satisfacción demostrado.

Existen dos grupos de usuarios / consumidores de los productos bancarios, los cuales son:

Segmento 1: ICM – ICHE – FIEC – FIMCP

Los cuales según los centros de dispersión tienen las siguientes características:

Les gusta el Ahorro, requieren de una infraestructura bancaria, moderna y automatizada de una entidad bancaria sólida financieramente, que más les brinde un buen servicio de cajero tanto tradicionales como automáticos, les es de mucha importancia el nivel de intereses que se pague o se reciba en una entidad bancaria y por su naturaleza de ahorrar demandan una agencia en la ESPOL

Segmento 2: FICT – TECNOLOGÍAS – ICB – FIMCM

Los cuales según los centros de dispersión tienen las siguientes características:

Requieren de una infraestructura bancaria, moderna y automatizada de una entidad bancaria sólida financieramente, que más les brinde un buen servicio de cajero tradicionales y más que todo consideran sumamente importante la multiplicidad de servicios

3. CONCLUSIONES

Luego de haber realizado un análisis global que el estado bancario tanto de los estudiantes como de los trabajadores de la ESPOL, se concluye que:

El manejo del sistema financiero bancario está centralizado en una única entidad bancaria, dentro del Campus Gustavo Galindo, por lo que existe demanda para la acogida de otra entidad bancaria.

Existe un amplio mercado objetivo de estudiantes que aun no tienen cuenta bancaria, y de los trabajadores que desean diversificar cartera.

La mayoría de consumidores politécnicos requieren una apertura de oportunidades, a través de las cuales se pueda diversificar cartera, escoger la entidad bancaria que más se ajuste a sus necesidades, y la comodidad de la ubicación geográfica.

4. RECOMENDACIONES

Dar apertura a la diversificación de cartera bancaria, es decir, acoger una nueva entidad bancaria en el Campus, a fin de un mejor nivel de calidad de servicios.

Proyectar un sistema interno politécnico a través del cual los estudiantes y trabajadores podrían, confiar parte de sus ahorros a la ESPOL, teniendo en cuenta los requerimientos que éstos presentan, y sistema por el cual se podría implementar un pago transferido de matrículas, registros, deudas, compras, entre otros. Del mismo modo podría ser base para un sistema de proyectos dando como ejemplos las tesis de grado con las cuales se mejoraría este servicio financiero, técnico y administrativo. Mediante el cual la ESPOL podrá a más de realizar inversiones, darles comodidad a sus estudiantes y además ofrecerles un valor agregado como sólo la ESPOL lo sabes hacer con sus servicios.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- 1 Abascal Elena y Grande Ildelfonso, "Fundamentos y Técnicas de Investigación Comercial", Esic, 1994, páginas 25 -120.
- 2 Agell Peer - Segarra José Antonio, "Investigación de Mercados", IESE, Barcelona, 1997, páginas 15 - 24
- 3 Grande Esteban Ildelfonso y Abascal Fernández Elena "Métodos Multivariantes para la Investigación de Comercial", Ariel S.A, 1989, páginas 7 - 135.
- 4 Johnson R. y Wichern Dean, "Applied Multivariate Statistical Analysis" Prentice-Hall International, Inc, 1982, páginas 515 - 527
- 5 Malohtra Naresh K. "Investigación de mercados: un enfoque practico" 2da. Edición, Prentice - Hall Hispanoamericana, S.A. 1997, páginas 670 -693.
- 6 Oceano, "Oceano de Sinónimos y Antónimos", Oceano, Barcelona - España, 1992, páginas 887, 907.
- 7 Zevallos M. Joaquín, "Comercio", Cámara de Comercio de Guayaquil, Guayaquil, 2001, páginas 1 - 3

WEB SITES

- 8 Métodos Multivariantes para el Análisis Psicológico. Universidad de Oviedo, España. 1998,
<http://www.uniovi.es/UniOvi/Apartados/Departamento/Psicologia/metodos/hardcopy/98_1.html>
- 9 La Autonomía del Banco Central del Ecuador. Emerging Markets Fixed-Income

- Research, México. Agosto 1998 <<http://www.cemla.org/pdf/pub-di-leg-dr.pdf>>.
- 10 Micro enterprise Innovation Project. Microenterprise Best Practices Project. Estados Unidos 2001 <<http://www.mip.org/spanish/sp-pubs.htm>>
 - 11 Indice Camel. Estados Unidos. 2001, <<http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/14/camel.htm>>.
 - 12 Acción Camel. Mip, Estados Unidos. 2001, <<http://www.mip.org/spanish/Spanish-PDFs/BR-ACCION%20CAMEL.pdf>>.
 - 13 Muestreo. España 2002, <<http://www.galeon.com/estadisticautil/muestreo.htm>>
 - 14 Para que sirve la Estadística.2002, <<http://www.galeon.com/estadisticautil/paquesir.htm>>, España
 - 15 Qué es Estadística. España 2002, <<http://www.galeon.com/estadisticautil/quees.htm>>
 - 16 Agrupamientos de Bancos: Una mejor forma de evaluar los negocios bancario. Diario "El Financiero" Guayaquil, Ecuador. 2002, <<http://www.elfinanciero.com/links/reportes>>
 - 17 Historia Banco Central del Ecuador. Banco Central del Ecuador, Ecuador. 1999 <<http://www.bce.fin.ec>>
 - 18 Historia Superintencia de Bancos. Superintendencia de Bancos, Ecuador. 2000 <<http://www.superban.fin.ec>>
 - 19 Bank Qualify Index. Fitchratings Corporate, Inglaterra. 2001, <<http://www.fitchratings.com/corporate/ratings/definitions/index.cfm>>
 - 20 Calificación Bancaria. Emisora de Radio CRE, Ecuador. 2002, <<http://www.cre.com.ec/especiales/especiales.asp?IDESP=146>>
 - 21 MLA Style. MLA Handbook for Writers. 5th ed. New York: MLA, 1999 <<http://www.mla.org>>