CAPITULO 4

4. DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ENCUESTA PARA ESTABLECER EL PERFIL DEL CLIENTE TRANSACCIONAL.

Se considera oportuno presentar una visión global de la forma como la Banca Ecuatoriana ha venido laborando para la entrega de sus servicios a los clientes externos.

En décadas pasadas la distribución se realizaba fundamentada en las diferentes secciones de la Banca, durante los últimos años el esquema de distribución cambió radicalmente acogiéndose al concepto de segmentos de clientes a ser atendidos, respondiendo esta segmentación al tipo de vinculación que se establecía entre el cliente y el banco; así es como nace el concepto de Banca relacional y transaccional.

Ambos conceptos definen a la vinculación cliente – banco por la vía de una atención personalizada, que procura establecer relaciones rentables y permanentes soportadas en la excelencia del servicio.

Para efectos del estudio se define al usuario transaccional como aquel cliente del sistema financiero que demanda de servicios básicos que le sirven para facilitar su actividad económica o que le sirven para facilitar su nivel de vida. Considérese como tal, a un cliente que tiene una cuenta a la vista (cuentas corrientes y de ahorros), y la gama de productos que se derivan de dicha cuenta; por ejemplo usuarios de tarjeta de débitos, tarjetas de créditos, usuarios de cajeros automáticos, usuarios de pagos de servicios básicos; los cuales están identificados entre el 45% y 60% del gran grupo de clientes que tienen los bancos[[1]](#footnote-2).

El cliente transaccional no demanda servicios sofisticados, como cartas de crédito de exportación ni cartas de créditos de importación.

Existen dos tipos de clientes transaccionales: el *cliente transaccional propio*, el cual tiene una relación directa con el banco a través de una cuenta y por lo tanto tiene acceso a todos los servicios que de ellas se derivan; y el *cliente transaccional no propio* el cual posee una relación indirecta con el banco y sólo se acerca al mismo para realizar una transacción específica (jubilados, pensionistas, beneficiarios del bono solidario, pagos de servicios básicos, etc); de lo cual, quien tiene la relación directa con el banco es la empresa a la que el banco le ofrece el servicio (ECAPAG, PACIFICTEL, etc).

* 1. **Propósito de la encuesta**

 En el escenario actual, las entidades financieras cubren una gran demanda de los servicios transaccionales que operan, generando un alto costo operativo que afecta de manera directa los márgenes de rentabilidad que las organizaciones demandan para su vigencia.

El no contar con un perfil que determine el comportamiento del cliente en este segmento, ha impactado en las entidades financieras al tener que estructurar un alto porcentaje de sus recursos para cubrir la demanda de servicios de este segmento que genera bajos márgenes de ingresos.

* 1. **Objetivos Generales de la encuesta**

 El objetivo de este estudio, es establecer el comportamiento del cliente transaccional, a fin de otorgarle a la entidad financiera, información que le sirva para diseñar infraestructuras eficientes que cubran satisfactoriamente y con márgenes aceptables de rentabilidad la demanda de servicios de este segmento.

* 1. **Diseño e implementación de la encuesta**

 Es importante especificar que la encuesta se realizó en una institución financiera, y estuvo dirigida sólo a los clientes que realizan sus transacciones en las ventanillas del banco. Dicha encuesta fue llevada a cabo, mientras el usuario se encontraba en cualquier área dentro de la entidad.

* 1. **Objetivos Específicos de la encuesta**

 Los objetivos de la encuesta son:

* Determinar la preferencia de los clientes para efectuar sus transacciones en determinadas agencias de acuerdo a su ubicación domiciliaria.
* Determinar cuales son los clientes que más tiempo demandan del banco; si son los de Cta. Cte. o de ahorros.
* Determinar los servicios que se puede ofrecer al cliente propio, para que un no cliente no tenga que ir al banco.
* Determinar cuales son los servicios que más utiliza un cliente dentro de la gama que ofrece el banco.
* Determinar el comportamiento del área de ventanillas del banco durante la semana laborable y especificar cuales son los días que se presenta un mayor congestionamiento de clientes.
* Identificar las oficinas que tienen mayor movimiento.
* Establecer las deficiencias en la atención al cliente.
* Identificar que otras necesidades transaccionales presenta el cliente.
* Especificar cuales son las preferencias de los clientes para realizar sus transacciones, si son los medios electrónicos o personales.
	1. **Definición y codificación de variables del cuestionario**

Variable X1: Sexo

Analizando esta variable, se podrá obtener las proporciones de los resultados de acuerdo al género de los clientes transaccionales.

Codificación:

Femenino 0

Masculino 1

Variable X2: Edad

Usando esta información, se determinará las proporciones de quienes son más activos económicamente de acuerdo a los intervalos de edades de los clientes.

Codificación:

18 - 20 años 1

21 - 25 años 2

26 - 30 años 3

31 - 35 años 4

36 - 40 años 5

41 - 45 años 6

46 - 50 años 7

más de 61 años 8

Variable X3: Ubicación Domiciliaria

Analizando esta información, se podrá especificar la preferencia de los clientes para efectuar sus transacciones en determinadas agencias de acuerdo a su ubicación domiciliaria. La sexta codificación, corresponde a las personas que viven fuera de la ciudad de Guayaquil.

Codificación:

Norte 1

Centro 2

Sur 3

Este 4

Oeste 5

Otra. Cuál?\_\_\_\_\_ 6

Variable X4: Estado Civil

Clasificando los datos según esta variable podremos saber, de acuerdo al estado civil de los clientes, quienes realizan más transacciones y a su vez se podrá ofrecer mayores servicios.

Codificación:

Soltero 1

Casado 2

Divorciado 3

Viudo 4

Otros. Cuál? \_\_\_\_\_ 5

Variable X5: Ocupación Actual

Estudiando esta variable podremos especificar, de los clientes del banco, cuales pertenecen a la población económicamente activa.

Codificación:

Estudia 1

Trabaja 2

Estudia y Trabaja 3

Desempleado 4

Cesante 5

 Sólo quehaceres domésticos 6

Jubilado 7

Variable X6: Transacción que va a realizar

Clasificando los datos según esta variable, se identificará cuales son los clientes que más tiempo demanda el banco si son los de Cta. Cte., de ahorros o de los otros servicios. Esta pregunta es básica para determinar que usuarios utilizan más los servicios que se ofrecen.

Codificación:

Cta. Cte. 1

Cta. de Ahorros 2

Pólizas 3

Tarjeta de Crédito 4

Crédito 5

Tarjeta de Débito 6

Fondos de Inversión 7

Otros Servicios 8

Variable X7: Tipo de Transacción a realizar

Estudiando esta variable, se conocerá los tipos de transacciones que mayormente realiza el cliente.

Codificación:

Retiro 1

Depósito 2

Transferencia 3

Pago de Servicios 4

Pago de Impuestos 5

Otro. Cuál?\_\_\_\_\_\_\_\_ 6

Variable X8: Cliente

Empleando esta variable, se determinará las proporciones de los usuarios que son clientes y los usuarios que no son clientes de la institución.

Codificación:

Si 1

No 2

Variable X9: Tiempo como cliente

Empleando en el cuestionario la variable Tiempo como cliente del banco, permitirá saber que tan leal es el cliente a la entidad financiera, dado los problemas del sistema financiero en los últimos años, y por ende la rotación de los clientes.

Codificación:

Menos de 1 año 1

Entre 1 y 2 años 2

Entre 3 y 4 años 3

Entre 5 y 6 años 4

Más de 6 años. Cuántos?\_\_\_\_5

Variable X10: Propietario de la Cuenta

Analizando esta información, se podrá identificar que servicios se puede ofrecer al cliente propio para que ese no cliente no tenga que ir al banco. Por otro lado, cuando es un no usuario que va al banco, permite determinar su comportamiento, y que es lo que el mismo demanda para diseñar productos que puedan cubrir sus necesidades

Codificación:

Si 1

No 2

Variable X11: Servicios del banco que usa con mayor frecuencia

Clasificando la información según esta variable, se estará respaldando las anteriores, dado que permite especificar cuales son los servicios que más utiliza un usuario de los servicios bancarios; de lo cual se puede recomendar a los bancos, la mejora de ciertos servicios, eliminar servicios que el cliente no los demanda, identificar los servicios que el cliente más demanda y que más costos representan para al banco a tal punto que los pueda optimizar.

Codificación:

* 1. Cuenta Corriente

Depósitos en Cuentas 1

Retiro/Cobros de Cheques 2

Chequeras 3

Tarjeta de Débito 4

Giros Nacionales 5

Transferencias al Exterior 6

Pago de Servicios 7

Otros. Cuál?\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 8

* 1. Cuenta Ahorros

Depósitos en Cuentas 1

Retiro en cuentas 2

Tarjeta de Débito 3

Transferencias 4

Giros Nacionales 5

Pago de Servicios 6

Otros. Cuál?\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 7

* 1. Servicios

Pago de Pensiones Estudiantiles 1

Pago de Pensiones Jubilados 2

Pago a Proveedores 3

Recaudación de Impuestos 4

Recaudación de Cobranzas 5

Banca Electrónica, Bca. Virtual 6

Transportación de Valores 7

Pago de Servicios Públicos 8

Otros. Cuál?.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 9

* 1. Otros

Adelanto Efectivo 1

Solicitud de Créditos 2

Servicios de Inversiones 3

Otros. Cuál?\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 4

Variable X12: Días que realiza transacciones

Usando esta información, se verá la importancia que esta representa para determinar el comportamiento de banca durante la semana laborable y según los días que se presenten con mayor congestionamiento, distribuir u ofrecer servicios en otros que sean de menor desenvolvimiento transaccional. Esta pregunta se dejó abierta. Su codificación dependerá de las días dados por el cliente.

Codificación

Lunes 1

Martes 2

Miércoles 3

Jueves 4

Viernes 5

Sábado 6

Diario 7

Cualquier Día 8

Otros (Quincenal, mensual, etc,)9

Variable X13: Horas en que realiza transacciones

Analizando esta información, se podrá restablecer el balance de carga de trabajo, es decir, la cantidad de recursos que el banco debe disponer para atender los diferentes flujos de clientes en función del comportamiento que en el estudio se va a determinar; a partir de ello, se determinará como preparar con anticipación al personal para atender un grupo de clientes según las horas de mayor movimiento. Esta pregunta se dejó abierta a la opinión del usuario. Su codificación dependerá de las horas dadas por el cliente.

Codificación:

 9:00 ≤ *hora* <12:00 (mañana) 1

12:00 ≤ *hora* <14:00 (medio día) 2

14:00 ≤ *hora* <18:00 (tarde) 3

Cualquier hora 4

Variable X14: Oficinas en que realiza transacciones

Levantando esta información, se busca identificar que sucursales tienen mayor movimiento, y las sectoriza para que el banco pueda hacer una zonificación de su cobertura geográfica; y según los resultados, hacer en cada centro geográfico delimitado, oficinas principales, oficinas remotas, o tan sólo oficinas de ventas de acuerdo al comportamiento de los clientes en dicha zona.

Codificación:

Matriz (P.Icaza y Pichincha) 1

Unicentro 2

Urdesa 3

Alborada 4

Policentro 5

9 de Octubre y Machala 6

FINANSUR 7

Malecón 2000 8

Portete 9

Mall del Sol 10

Bahía 11

Aguirre 12

Centenario 13

Pto. Marítimo 14

Km. 6½ Vía Daule 15

Mercado Caraguay 16

Otra. Cuál?\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 17

Variable X15: Frecuencia al mes con que visita la agencia

Empleando esta variable en el cuestionario, se busca establecer el comportamiento en función del flujo de clientes que se da, o las veces que el usuario se acerca al banco en determinado tiempo (que tan frecuente realiza transacciones al mes).

1 a 3 veces mensuales 1

4 a 5 veces mensuales 2

6 a 10 veces mensuales 3

10 a 15 veces mensuales 4

16 a 20 veces mensuales 5

más de 21 veces mensuales 6

Variable X16: Tarifas de servicio

Estudiando la variable Tarifas de servicio, se busca conocer la predisposición del cliente en esta época con respecto a la relación costos-servicios.

Codificación:

Altas 1

Normales 2

Bajas 3

Variable X17: Necesidades de otras transacciones

Levantando esta información, se trata de identificar a que otro tipo de servicios tiene necesidad el cliente transaccional, a parte de los servicios que el banco le ofrece actualmente y además de que forma le gustaría recibirlos.

Codificación:

Pago de servicios básicos por cajero (luz, agua, etc) 1

Compra de boletos (Avión, teatro, cine, estadios, etc) 2

Actualización de datos 3

Otros 4

Ninguno 5

Variable X18: Preferencias de medios transaccionales

Usando esta información, se podrá determinar si el cliente prefiere interactuar con sistemas electrónico (en los cuales no saben con quién están tratando) o sistemas personalizados (en los que el cliente tiene un contacto directo con un empleado del banco). Con esto se puede establecer que se instale un mayor número de medios electrónicos (call center) o preferiblemente tener un mayor número de personas que interactuen con el cliente.

Codificación:

Medios Automatizados (Cajeros Automáticos) 1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Medios Personalizados (Ventanillas) 2\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Banca Virtual 3\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Banca Electrónica 4\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Multifonos 5\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Variable X19: Frecuencia de Preferencias de medios transaccionales

Analizando está información, se podrá determinar la frecuencia de usos de medios transaccionales. Esta variable es parte de una pregunta semiabierta.

* 1. **Metodología empleada para la encuesta**

Para efectos del estudio se consideró oportuno realizar un muestreo estratificado dentro de la ciudad de Guayaquil dividiendo a nuestra Población Objetivo (los clientes que realizan sus transacciones bancarias en ventanilla) en tres estratos: Norte, Centro, Sur.

Existen varias agencias bancarias dentro de cada estrato, pero se consideró sólo la agencia que, dentro de dicho estrato, tenía mayor movimiento transaccional durante el día laborable. Las agencias son: Matriz, Alborada y Centenario

El promedio de transacciones que se realiza en cada agencia, se verá reflejado en las variables N1, N2, N3; siendo **N1** *la agencia del Centro*, **N2** *la Agencia del Norte* y **N3** *la agencia del Sur.* Donde:

**N1**= 3981 usuarios transaccionales

**N2**= 1590 usuarios transaccionales

**N3**= 1078 usuarios transaccionales

De esta forma tenemos una población con **N=**6649 usuarios transaccionales en un día laborable para la institución bancaria.

Cabe recalcar que dentro de cada estrato se aplicó muestreo aleatorio simple.

Se realizó una encuesta piloto a 150 usuarios transaccionales de una entidad bancaria de la ciudad de Guayaquil. Con la encuesta realizada se pudieron obtener datos numéricos importantes, los cuales fueron utilizados para determinar el tamaño muestral. A continuación se presentan los pasos efectuados.

Para el análisis se tomó la variable de interés ***X7*** el **Tipo de Transacción** que el cliente iba a realizar luego de ser encuestado.

Como resultado del análisis, se obtuvo una proporción de 32.7%, es decir un valor **p=**0,327 por lo tanto un valor **q=**0,673. Utilizamos la fórmula descrita en la sección **3.3.8,** con un error del 3% y con un 95% de confianza; y de ello obtuvimos:



tenemos;

n0=1323

Dicho valor será empleado en la fórmula **3.3.9** para obtener el tamaño real de la muestra. Entonces tenemos:



lo cual nos da un **n=**1103

 Conociendo N1, N2 y N3; el tamaño muestral n; el tamaño de la población total N y aplicando la fórmula de la **3.3.6,** se obtuvo los tamaños de las muestras de cada estrato. Así:

* ***Para el estrato 1 (N1=Centro)***



nos da un valor **n1=** 660 usuarios transaccionales a ser encuestados.

* ***Para el estrato 2 (N2=Norte)***



nos da un valor **n2=** 263 usuarios transaccionales a ser encuestados.

* ***Para el estrato 3 (N3Sur)***



nos da un valor **n3=** 178 usuarios transaccionales a ser encuestados.

1. Fuente Asociación de Bancos Privados del Ecuador [↑](#footnote-ref-2)