

Escuela Superior Politécnica
del Litoral

**Instituto de Ciencias Humanísticas
y Económicas**

“Medición del Conocimiento y la Aceptación
de los productos y servicios de la BVG”

TESIS

Previa a la obtención del Título de:
ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN
EMPRESARIAL

Especialización: “MARKETING”

I Parte

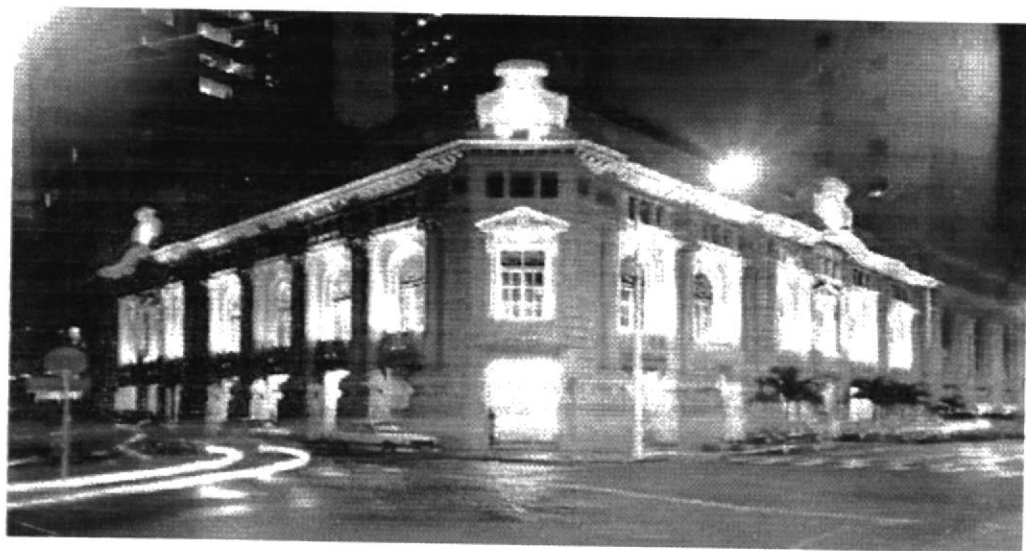
Presentada por:

Paola Alexandra Barrera Parra
Lobelia Janeth Cisneros Terán
María José Pazmiño Rodríguez

Guayaquil - Ecuador

1999 - 2000

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
INSTITUTO DE CIENCIAS HUMANÍSTICAS Y ECONÓMICAS
ECONOMÍA Y GESTIÓN EMPRESARIAL



**MEDICIÓN DEL CONOCIMIENTO Y ACEPTACIÓN
DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA BOLSA
DE VALORES DE GUAYAQUIL**

PARTE I

PAOLA BARRERA P.
LOBELIA CISNEROS T.
MARIA JOSE PAZMIÑO R.

Guayaquil - Ecuador

TRIBUNAL DE GRADUACION

**DIRECTOR
ICHE - ESPOL**

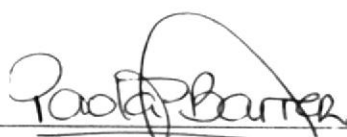
**EC.CICERON TACLE
DIRECTOR DE TESIS**

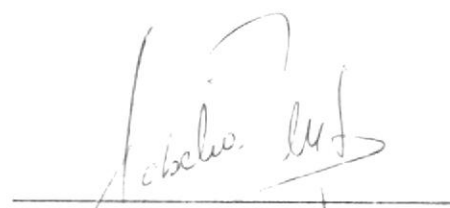
**ING.BOLIVAR PASTOR
VOCAL PRINCIPAL**

**ING.HORACIO VILLACIS
VOCAL PRINCIPAL**

DECLARACION EXPRESA

La responsabilidad del contenido de ésta Tesis de Grado nos corresponde exclusivamente y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.


Paola Barrera P.


Lobelia Cisneros


María José Pazmiño



A nuestras familias por
acompañarnos en el esfuerzo

A nuestros maestros por expandir
nuestros conocimientos

A todos quienes de alguna
manera colaboraron con este
proyecto

"Los obstáculos son las
cosas espantosas que ves
cuando quitas los ojos de tu
meta."

Henry Ford

RESUMEN

- Este estudio de la B.V.G. realiza un análisis situacional actual través de las herramientas más prácticas (matrices de análisis) y de fácil comprensión.

Esta información complementa la parte central del proyecto, la Investigación de Mercado solicitada por la institución, dirigida a sus segmentos de interés: los Clientes Internos, Clientes Externos, y Público en General, la cual fue realizada a través de encuestas dirigidas a cada grupo objetivo con el fin de obtener información primaria definiendo con esto los estándares y expectativas actuales del mercado objetivo de la B.V.G., así como los conocimientos que se hace necesario fomentar con el fin de crear esta cultura bursátil que es su objetivo, pues así podrán aumentar la participación mediante Bolsa de Valores de todos los entes económicos del país y lograr un desarrollo económico sostenible.

Se concluye el estudio con un Plan de Marketing en el que se plantea: 1)Planeación Estratégica 2)Planeación operativa: en la que se especifican las táctica a utilizar para conseguir los objetivos planteados en cuanto a Calidad, Costo, Conveniencia y Comunicación, entre las cuales se mencionan como principales: el seguimiento las conferencias y cursos de capacitación; fomentar una mayor participación activa en los planteamientos de soluciones a la situación del país, tanto de la B.V.G. como institución, como la de sus ejecutivos ; ampliar su ámbito de acción a otros mercados geográficos, etc.

INDICE GENERAL

PARTE I	1 - 459
PARTE II	500 - 835

INDICE PARTE I

ABREVIATURAS	14
INTRODUCCIÓN	15
I. ANTECEDENTES	20
1.1 Breve Historia de la BVG	23
1.2 Pilares Estratégicos de la BVG	27
1.2.1. Concepto	27
1.2.2. Visión	28
1.2.3. Misión	28
1.2.4. Objetivos	29
1.2.5. Filosofía	29
1.2.6. Funciones	30
1.3 Productos y Servicios de la BVG	36

II. ANALISIS SITUACIONAL DE LA B.V.G.	44
2.1. Análisis Económico y Bursátil	44
2.1.1. Análisis Económico	44
2.1.2. Análisis Bursátil	50
2.2. Análisis General Interno de la BVG	55
2.2.1. Análisis Financiero Comparativo B.V.G. – B.V.Q.	55
2.2.2. Análisis FODA	60
2.2.3. Análisis de Porter	64
2.2.4. Matriz Importancia Resultado	70
2.2.5. Matriz de Decisión de Compra	71
2.2.6. Análisis Boston Consulting Group	73
 III. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN	 81
3.1. Visión del Proyecto	81
3.2. Misión del Proyecto	81
3.3. Propósito General del Proyecto	82
3.4. Población objetivo	82
3.5. Objetivos Generales	87
3.6. Objetivos Específicos	88
3.7. Hipótesis	92
3.8. Especificación de la información requerida	96

3.9. Segmentación	99
3.9.1. Selección del tamaño de la muestra	99
3.9.1.1. Clientes Internos	99
3.9.1.2. Clientes Externos	102
3.9.1.2.1. Casas de Valores, Administradoras de Fondos y Empresas Canceladas	103
3.9.1.2.2. Emisores	104
3.9.1.2.3. Seminarios	106
3.9.1.3. Público en General	107
3.9.1.3.1. Empresas Top del Ecuador	108
3.9.1.3.2. Profesionales	109
3.9.1.3.3. Estudiantes Universitarios	109
3.10. Diseño de Cuestionario	111
3.10.1. Cuestionario Clientes Internos	114
3.10.2. Cuestionario Clientes Externos	115
3.10.3. Cuestionario Seminarios	118
3.10.4. Cuestionario Público en General	121
3.11. Criterios de Actuación	125
3.12. Trabajo de Campo	125
IV. TABULACION Y ANALISIS DE DATOS	127
4.1. Tabulación	127

4.1.1. Tablas de Clientes Internos	127
4.1.2. Tablas de Clientes Externos	144
4.1.2.1. Tablas de Clientes Externos Totales	144
4.1.2.2. Tablas Casas de Valores	154
4.1.2.3. Tablas de Emisores	164
4.1.2.3.1. Tablas de Emisores Totales	164
4.1.2.3.2. Tablas de Emisores de Guayaquil	173
4.1.2.3.3. Tablas de Emisores de Quito	183
4.1.2.3.4. Tablas de Emisores de Cuenca	192
4.1.2.4. Tablas de Administradoras de Fondos	201
4.1.2.5. Tablas de Seminarios	212
4.1.2.6. Tablas de Empresas Canceladas	218
4.1.3. Tablas de Público en General	228
4.1.3.1. Tablas de Público en General Totales	228
4.1.3.2. Tablas de Empresas Top del Ecuador	240
4.1.3.2.1. Tablas de Empresas Top Totales	240
4.1.3.2.2. Tablas de Empresas Top Guayaquil	253
4.1.3.2.3. Tablas de Empresas Top Quito	266
4.1.3.2.4. Tablas de Empresas Top Cuenca	279
4.1.3.3. Tablas de Profesionales	292
4.1.3.4. Tablas de Estudiantes Universitarios	304
4.2. Análisis e Interpretación de datos	324

4.2.1. Gráficos y Análisis de Clientes Internos	324
4.2.2. Gráficos y Análisis de Clientes Externos	343
4.2.2.1. Gráficos y Análisis de Clientes Externos	
Totales	343
4.2.2.2. Gráficos y Análisis de Casas de Valores	364
4.2.2.3. Gráficos y Análisis de Emisores	382
4.2.2.3.1. Gráficos y Análisis de Emisores Totales	382
4.2.2.3.2. Gráficos y Análisis de Emisores de	
Guayaquil	406
4.2.2.3.3. Gráficos y Análisis de Emisores	
de Quito	424
4.2.2.3.4. Gráficos y Análisis de Emisores	
de Cuenca	442

INDICE PARTE II

4.2.2.4. Gráficos y Análisis de Administradoras	
de Fondos	460
4.2.2.5. Gráficos y Análisis de Seminarios	482
4.2.2.6. Gráficos y Análisis de Empresas Canceladas	499
4.2.3. Gráficos y Análisis de Público en General	520
4.2.3.1. Gráficos y Análisis de Público en General	

Totales	520
4.2.3.2. Gráficos y Análisis de Empresas Top del Ecuador	545
4.2.3.2.1. Gráficos y Análisis de Empresas Top Totales	545
4.2.3.2.2. Gráficos y Análisis de Empresas Top Guayaquil	570
4.2.3.2.3. Gráficos y Análisis de Empresas Top Quito	588
4.2.3.2.4. Gráficos y Análisis de Empresas Top Cuenca	606
4.2.3.3. Gráficos y Análisis de Profesionales	624
4.2.3.4. Gráficos y Análisis de Estudiantes Universitarios	647
4.3. Hallazgos Claves y Conclusiones	701
v. PLAN DE MARKETING	717
5.1. Plan Estratégico	718
5.1.1. Objetivos del Marketing	718
5.1.2. Ventajas Competitivas de la Bolsa y de sus Productos	719
5.1.3. Principales debilidades	720

5.1.4. Mercado Objetivo Actual	721
5.1.5. Posicionamiento	722
5.1.6. Desarrollo de Productos	723
5.1.7. Estrategia	726
5.2. Plan Operacional	727
5.2.1. Cliente	727
5.2.2. Comunicación	731
5.2.3. Costo	732
5.2.4. Conveniencia	733
VI. BIBLIOGRAFIA	735
ANEXOS	736
INDICE DE CUADROS	781
INDICE DE GRÁFICOS	806

ABREVIATURAS



AGD:	Agencia de Garantía de Depósitos
BCE:	Banco Central del Ecuador
BCG:	Boston Consulting Group
BEM's:	Bonos de Estabilización Monetaria
Bono IEB:	Bono Interest Equalization
Bono PDI:	Bono Past Due Interest
BVG:	Bolsa de Valores de Guayaquil
BVQ:	Bolsa de Valores de Quito
CFI:	Corporación Financiera Internacional
CFN:	Corporación Financiera Nacional
CORPEI:	Corporación Nacional de Exportadores e Importadores del Ecuador
Dr.:	Doctor
ESPOL:	Escuela Superior Politécnica del Litoral
FIABV:	Federación Iberoamericana de Bolsas de Valores
FMI:	Fondo Monetario Internacional
FODA:	Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas
ICE:	Índice de Cobertura de Exportaciones
ICHE:	Instituto de Ciencias Humanísticas y Económicas
IESS:	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
IPECU:	Índice de Precios del Ecuador
IRECU:	Índice de Rendimientos del Ecuador
ITI:	Índice de Términos de Intercambio
Lcda.:	Licenciada
PIB:	Producto Interno Bruto
SEB:	Sistema Electrónico Bursátil
U.E.E.S.:	Universidad de Especialidades Espíritu Santo
USA:	Estados Unidos de Norteamérica
USD:	Dólares de Estados Unidos de Norteamérica
VD:	Venta Directa

INTRODUCCION

El presente proyecto de tesis "Conocimiento y Aceptación de los Productos y Servicios de la Bolsa de Valores de Guayaquil", ofrece a los miembros y ejecutivos de esta prestigiosa institución y demás vinculados al Mercado de Capitales ecuatoriano, una perspectiva completa y práctica de la percepción, satisfacción y proyección de los productos y servicios que ofrece actualmente la B.V.G., con el fin de tener información complementaria y cualitativa que les permita tomar decisiones más acertadas y relacionadas al entorno, que logren fomentar una verdadera Cultura Bursátil en el país.

Este trabajo se convierte entonces en una herramienta de análisis, que tiene como propósito, medir el Conocimiento y la Aceptación de los Productos y Servicios de la B.V.G., pues siendo la finalidad de la Bolsa de Valores de Guayaquil ofrecer los medios adecuados para canalizar de manera eficiente el ahorro hacia la inversión, se hace necesario esclarecer primeramente los conceptos bursátiles, y

además, dar a conocer a la institución y lo que puede ofrecer en aras del desarrollo del país. La B.V.G. ha realizado grandes esfuerzos para fomentar una cultura bursátil en Ecuador, pero se hace necesario medir este esfuerzo y sus resultados, para definir acciones que lleven a los logros deseados.

Es claro que los conceptos fundamentales de Servicio y Atención al Cliente han cambiado de manera drástica, lo que obliga a conocer primero lo que los clientes desean, necesitan y sobretodo exigen en cuanto a productos y servicios que esperan recibir, para ofrecer lo adecuado y conseguir los mejores resultados. Este trabajo brinda esta información y las recomendaciones correspondientes, plasmadas en una Planeación Estratégica de Marketing.

Se plantea en este estudio, que el desconocimiento y la falta de una cultura bursátil, es uno de los principales problemas para el poco movimiento del mercado de valores en el país. Los productos y servicios de la B.V.G. no satisfacen las necesidades de los clientes, porque el desconocimiento de los mismos produce su poca utilización, desaprovechándose todos los beneficios que ofrecen.

Por esto éste estudio a más de ser un grupo de encuestas en las que se cuantifican las necesidades del mercado, se mide la aceptación de la Bolsa o se determina el conocimiento de los actores que intervienen en la misma en un determinado momento se convierte en un proceso en el cual sobre la base de un cuestionario base se logra nutrir de información a través del tiempo permitiendo a la Bolsa conocer no sólo hoy sino periódicamente cómo y qué específicamente cambia en el entorno. Brinda una guía, un curso a seguir permitiendo visualizar oportunidades y nichos para las estrategias que se formarán según las necesidades evolucionen en nuestros mercados actualmente tan cambiantes, variables y vulnerables a mercados internacionales.

El estudio comienza con un análisis situacional actual tanto económico, como competitivo de la B.V.G., incluye también la identificación de los clientes, sus motivaciones y su entorno cultural, además de las fuerzas que influyen al manejo de la B.V.G., todo esto manejado a través de las herramientas más prácticas (matrices de análisis) y de fácil comprensión.

Esta información complementa la parte central de este estudio, la Investigación de Mercado solicitada por la institución, dirigida a sus segmentos de interés: los Clientes Internos (empleados), Clientes

Externos (Casas de Valores, Emisores, Administradoras de Fondos, Asistentes a Seminarios), y Público en General (Empresas Top del Ecuador, Universitarios, Profesionales), la cual fue realizada a través de encuestas dirigidas a cada grupo objetivo con el fin de obtener información primaria del mercado y conocer la situación real de la B.V.G. frente a sus clientes, en cuanto a sus productos y servicios.

Esta investigación es la que define los estándares y expectativas actuales del mercado objetivo de la B.V.G., así como los conocimientos que se hace necesario fomentar con el fin de crear esta cultura bursátil que es su objetivo, pues así podrán aumentar la participación mediante Bolsa de Valores de todos los entes económicos del país y lograr un desarrollo económico sostenible.

Se concluye el estudio con las recomendaciones necesarias que se presentan como ya se mencionó en un Plan de Marketing que recoge la información anterior: El Análisis Situacional y la información primaria de la Investigación de Mercado, con lo que se plantea:

- 1) La parte Estratégica en la que se definen las metas a cumplir; las ventajas competitivas de la Bolsa y sus productos para trabajar sobre ellas, tales como su tecnología; las principales debilidades como el

mismo desconocimiento de los ejecutivos de la Bolsa acerca de su institución ; además se define el mercado objetivo actual, sus necesidades, etc.

2) La Parte operacional en la que se especifican las tácticas a utilizar para conseguir los objetivos planteados en cuanto a Calidad, Costo, Conveniencia y Comunicación, entre las cuales se mencionan como principales: el seguimiento interno (empleados) y externo (clientes y público en general) a las conferencias y cursos de capacitación que fomentan el conocimiento y la participación actual y futura en la bolsa de valores ; fomentar una mayor participación activa en los planteamientos de soluciones a la situación del país, tanto de la B.V.G. como institución, como la de sus ejecutivos ; ampliar su ámbito de acción a otros mercados geográficos, etc.

Estamos seguros de que este estudio cumplirá con las expectativas planteadas, y esperamos que el trabajo entregado a la Bolsa de Valores de Guayaquil, que sirvió de base al presente proyecto sirva como herramienta para la toma de decisiones que conlleven a un crecimiento del Mercado Bursátil y el desarrollo económico del Ecuador en general.

I. ANTECEDENTES

La finalidad de la Bolsa de Valores es ofrecer los medios adecuados para canalizar de manera eficiente el ahorro hacia la inversión.

Actualmente la Bolsa de Valores de Guayaquil se encuentra en un proceso de reestructuración y reorganización interna, de manera que pueda ofrecer a sus clientes en un futuro cercano un mejor servicio, queriendo con esto mejorar y dinamizar el mercado bursátil ecuatoriano, particularmente el guayaquileño.

La Bolsa de Valores con este cometido y conociendo de antemano el prestigio de la ESPOL y de sus alumnos, solicitó al ICHE un grupo de alumnos del último año de especialización Marketing para realizar una investigación de mercado que determine el conocimiento de la actividad bursátil y de la Bolsa de Valores de Guayaquil, así como la imagen y calidad de servicio que brinda esta institución en los empresarios, profesionales y público en general para definir la manera

más eficiente de incrementar la actividad de la Bolsa de Valores de Guayaquil y ofrecer un servicio totalmente satisfactorio para los clientes de la misma.

En base a esto es que el proyecto fue dividido en tres propósitos específicos:

-  Medir el conocimiento y aceptación de los productos y servicios
-  Medir la imagen que tiene la B.V.G
-  Medir la calidad del servicio que brinda la B.V.G. a sus clientes

Cada uno de los cuales ha sido designado como tema de tesis para los estudiantes que participan en el convenio que mantiene el ICHE con la B.V.G. divididos en tres grupos respectivamente.

Cabe recalcar que parte de este proyecto fue presentado a la Dirección General de la B.V.G. y a los representantes del ICHE el día Jueves 7 de octubre de 1999 en el Auditorio de la Bolsa de Valores de Guayaquil, evento que tuvo gran éxito cumpliendo con las expectativas ya que la información entregada servirá de base para la planeación estratégica que realizará esta institución.

El presente trabajo está enfocado específicamente al propósito de medir el conocimiento y aceptación de los productos y servicios ofrecidos por la B.V.G. y realizar un plan estratégico de marketing en el que propondremos acciones a seguir para la obtención de mayores resultados en el futuro inmediato de la B.V.G.

El presente trabajo se justifica por las siguientes razones:

- ☒ Es necesario medir el esfuerzo realizado por la Bolsa de Valores para incentivar una cultura bursátil y su real incidencia en la sociedad para evitar gastos innecesarios que se pudieran dar con un enfoque erróneo.
- ☒ La B.V.G. tiene productos tecnológicos de gran reconocimiento, incluso en el ámbito internacional los cuales es necesario incentivar su utilización y esta investigación revelará como hacerlo.
- ☒ Los conceptos de servicio al cliente han cambiado drásticamente en los últimos años, en la actualidad el enfoque está dirigido a satisfacer las necesidades de los clientes debiendo estar manifestadas en los productos y servicios ofrecidos por la institución, por ello ésta investigación encontrará las necesidades

actuales de los clientes y posibles clientes además de presentar la manera acertada de llegar a ellos.

- ☒ La crisis que atraviesa el país ha hecho que la inversión se reduzca por ser altamente riesgosa y por carecer de los recursos para hacerla, sin embargo la inversión en bolsa y su movimiento en nuestra ciudad siempre ha mantenido niveles inferiores a lo esperado. Con esta investigación se quiere conocer las verdaderas razones para que los productos y servicios de la B.V.G. no hayan tenido la acogida esperada.

1.1. BREVE HISTORIA DE LA B.V.G.

El objetivo y la importancia de las Bolsas de Valores son ser movilizadoras de grandes volúmenes de inversión con la participación de grandes y pequeños inversores o ahorristas que de otra manera no podrían acceder a los beneficios y riesgos que involucran las inversiones empresariales. Su rol principal es la creación de capital, que permita el surgimiento y crecimiento de empresas, al conectar directamente a los inversionistas con ellas. Es el mejor ejemplo real del concepto de competencia perfecta que cumple con las características de libre, transparente, perfecto y normal.

Las primeras instituciones surgieron con el fin de ubicar un sitio para que los comerciantes que recorrían grandes distancias pudieran intercambiar sus mercaderías y así ejercer algún tipo de control sobre éstas negociaciones. Con el tiempo y el riesgo que implicaba el transportar toda la producción o bienes en general se crearon los títulos valores, que no son más que contratos representativos de las mercancías y así se inició la primera Bolsa de Valores en Bruselas, Bélgica en los siglos XIV y XV.

Fue recién en 1847 cuando en Guayaquil se intentó crear una bolsa de valores, debido al auge del capitalismo y las grandes empresas alrededor del mundo, desapareciendo en muy poco tiempo por la falta de apoyo y ninguna iniciativa empresarial.

Sin embargo en 1870 al Ecuador convertirse en el primer productor y exportador de cacao, la liquidez era suficiente como para establecer una bolsa y es así como en 1873 la Bolsa Mercantil de Guayaquil abre sus puertas al público, cotizando cerca de 20 empresas como el Banco de Crédito, Banco del Ecuador, Banco Comercial Agrícola, etc. Penosamente la inestabilidad económica y política que vivió nuestro país en los días de la Revolución Liberal conllevó al cierre de la primera bolsa en Ecuador.

En los años 30 de éste siglo se hizo el infértil intento por crear una bolsa de valores, que no tuvo resultado debido a la poca credibilidad en las inversiones y la poca cultura bursátil de esa época. Fue en 1969 cuando la Comisión de Valores Corporación Financiera Nacional abrió dos bolsas una en Guayaquil y otra en Quito, ambas como compañías anónimas, teniendo la segunda mayor aceptación. De la bolsa de valores de Quito la CFN adquirió el 77% de las acciones vendiéndolas recién en 1992 al sector privado.

La idea fundamental de crear éstas instituciones era dar una base mucho más sólida y amplia para que las empresas se nutran con capitales abiertos, afronten el desarrollo sostenido con miras a competir internacionalmente a una economía globalizada como la que se vive en la actualidad.

En el primer año de funcionamiento se negoció un total de 108'278.659 sucres que reunía cédulas hipotecarias, bonos estatales, títulos y acciones. Los primeros años dependían de los títulos de renta fija (en su gran mayoría cédulas hipotecarias) y ante todo los títulos de sector público siendo menos del 1% lo correspondiente a renta variable. El IESS compró el 70 u 80% de las cédulas

hipotecarias ocasionando esto traspasos o “negociaciones” entre amigos y fuera de la bolsa.

Fue en 1993 que se aprobó la primera Ley de Mercado de Valores permitiendo la creación de Casas de Valores, Administradoras de Fondos, Fondos de Inversión y Calificadoras de Riesgo. Con éstas variaciones se transformó a las Bolsas de Valores y se institucionalizó el mercado, permitió un auge de las bolsas de Guayaquil y Quito que fue frenado en 1995 por el conflicto Ecuador – Perú, el cual trajo consigo problemas económicos y políticos que mataron todo tipo de inversión a largo plazo. Sin embargo en 1997 se evidencia la importancia del crecimiento en las Bolsas que alcanzó el 25% del PIB.

En 1994 se transformó en Corporación Civil Sin Fines de Lucro de acuerdo a la Ley de Mercado de Valores bajo el control de la Superintendencia de Compañías. Con capacidad de autoregularse, pudiendo emitir normas y reglamentos para controlar y supervisar las operaciones bursátiles.

En 1998 con la creación de la nueva Ley de Mercado de Valores se reforman e introducen nuevos conceptos originados por el crecimiento y desarrollo de la actividad bursátil, incorporando nuevas figuras

como los inversionistas institucionales, fideicomiso y titularización, además de profundizar en sanciones y regularizaciones para el sector público y privado.

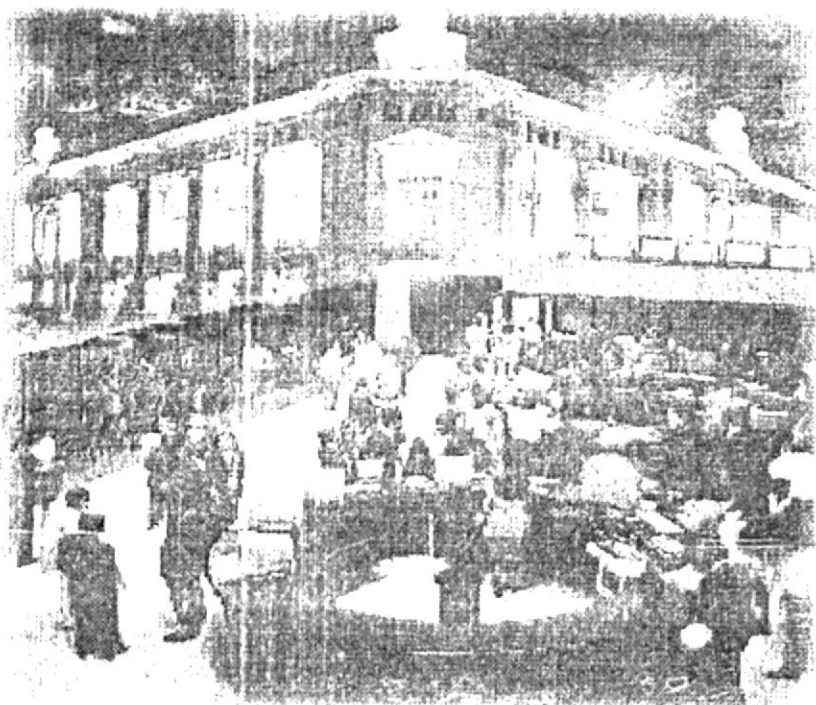


Ilustración 1.1 Panorámica de la Rueda de Piso de la Bolsa de Valores de Guayaquil. Fondo: Fachada Bolsa de Valores de Guayaquil.

1.2. PILARES ESTRATÉGICOS DE LA B.V.G.

1.2.1. Concepto

La Bolsa de Valores de Guayaquil es una institución bien llamada Corporación Civil sin fines de Lucro. Es un mercado en el que



participan intermediarios debidamente autorizados, con el propósito de vincular oferentes y demandantes de títulos valores para llevar a cabo las operaciones de compra y venta de los mismos.

1.2.2. Visión

Entidad líder del mercado bursátil nacional, sobresaliente por su labor proactiva para el desarrollo del mercado de valores en el Ecuador y por su constante innovación en la búsqueda de nuevas perspectivas de negocios; ofreciendo a través de tecnología de punta y autorregulación un marco transparente, seguro, ordenado y eficaz para la canalización de la inversión productiva.

1.2.3 Misión

Promover el desarrollo económico y social del Ecuador, ofreciendo alternativas no tradicionales de financiamiento e inversión, que se canalicen directamente al sector productivo ecuatoriano, de manera que permitan ser más eficientes y competitivos para enfrentar la competencia global y se posibilite a mayores segmentos de la población a participar en el proceso de generación de riqueza y empleo, para así mejorar la calidad de vida de todos los ecuatorianos.



1.2.4 Objetivos

- Ser el medio más eficiente para canalizar la inversión productiva y generar así el bienestar de la sociedad.
- Ofrecer transparencia a los procesos de transferencia de activos financieros, tanto del sector público como del privado.
- Permitir a mayores segmentos de la población ecuatoriana participar de la generación de riqueza.
- Crear una cultura bursátil que convierta a la BVG en la fuente que dinamice la economía ecuatoriana.

1.2.5 Filosofía

La B.V.G. es una entidad eficiente, ágil, moderna y transparente con objetivos y planes de crecimiento definidos.

Se mantiene en un constante proceso de innovación y actualización de negocios bursátiles. Además de ser una entidad de alto prestigio y renombre, cuya marca es sinónimo de transparencia y equidad.

A través de la infraestructura tecnológica más avanzada del mercado de valores ecuatoriano, garantiza los mayores estándares de eficiencia



y calidad en las transacciones bursátiles

1.2.6 Funciones

“La bolsa de Valores cumple con múltiples funciones en una economía, entre las más importantes podemos mencionar:

- **FUNCIÓN DE INVERSIÓN:**

La bolsa cumple con un propósito económico fundamental al canalizar directamente el ahorro hacia la inversión productiva, disminuyendo e incluso eliminando el uso ocioso de recursos financieros en la economía. La Bolsa de Valores ofrece a las empresas una alternativa de financiamiento y a los ahorristas una posibilidad de invertir, conectándolos sin intermediarios y permitiendo al público una participación más activa en la generación de riquezas de la economía.

- **FUNCIÓN DE LIQUIDEZ:**

La bolsa de Valores ofrece a sus tenedores de mobiliarios la posibilidad de convertirlos en dinero en el momento que lo deseen.



Esto no quiere decir que los valores mobiliarios que no se cotizan en la bolsa sean completamente líquidos, pues siempre existe la posibilidad de buscar un comprador cuando se necesitan vender. Pero tal posibilidad resulta complicada, en muchos casos inviable y sin que el vendedor tenga la seguridad de haber vendido al valor real o de mercado.

- **FUNCIÓN DE PARTICIPACIÓN:**

La Bolsa permite a los ahorradores participar en la gestión del desarrollo económico a través de la participación en la gestión de las empresas, pues al comprar acciones se convierten en socios de ellas. La bolsa hace posible que los trabajadores y público en general participen en la función empresarial.

- **FUNCIÓN DE VALORACIÓN:**

En los países con economía de mercado el problema de valoración de los activos reales se ha resuelto, de mejor o peor manera, a través de los mecanismos del mismo mercado, aunque aun no sea resuelto el problema de la valoración de los activos financieros. Esto solo se puede lograr con unas bolsas de valores eficientes. Adicionalmente las

bolsas de valores indirectamente permiten obtener (al determinar el valor de las acciones) el valor de las empresas, uno de los problemas a resolver en las economías de mercado. El valor bursátil de una empresa se define como el producto del valor de su acción en la bolsa por el número de acciones en circulación.

Este valor objetivo o de mercado sirve de base o un punto de partida a la hora de vender o comprar una compañía, ya que los mercados de empresas están pocos desarrollados.

- **FUNCIÓN DE CIRCULACIÓN:**

La bolsa de valores facilita la circulación y movilidad de la riqueza mobiliaria, función de suma importancia en los actuales momentos. En los países de economías avanzadas, la riqueza en manos del público está representada principalmente por acciones que son una alícuota del capital y por ende del activo real de las empresas, y por obligaciones o fondos públicos que representan respectivamente una porción de un crédito a largo plazo concedido a una compañía o al estado. La inversión en bienes inmobiliarios (edificios, fincas) que es tradicional en las economías sub-desarrolladas, se ha convertido en mobiliaria en los países más desarrollados gracias a la emisión de

titulos. Se ha producido en el mundo moderno la transformación de la riqueza inmobiliaria a mobiliaria, lo que da mayor importancia a la función de circulación y movilidad de los valores mobiliarios.

Además, debido a la función de liquidez de la bolsa, el inversionista puede recuperar su dinero cuando quiera y disfruta en cambio de todas las ventajas de una inversión a largo plazo. Esta función se complementa con la participación, liquidez, valoración e información.

- **FUNCIÓN INFORMATIVA:**

La bolsa es el barómetro de todo acontecer económico y social, es la caja de resonancia del quehacer político nacional e internacional dada la estrecha relación entre lo político y económico. La información bursátil es de tal importancia que modernamente se considera que el objetivo de la empresa es la maximización del valor bursátil de las acciones. Se convierte así la bolsa en un banco de prueba de la eficacia de los directivos empresariales y en un gran instrumento de control de su gestión por parte de los accionistas y del público en general.

- **FUNCIÓN DE PROTECCIÓN DEL AHORRO FRENTE A LA INFLACIÓN:**

En el actual estado de cosas, la inversión en Bolsa en títulos de renta variable, permite sustraer al ahorro de la erosión monetaria, porque tales títulos representan partes proporcionales de activos reales y al haber inflación, el valor monetario de tales bienes crece y por lo tanto también aumenta el precio de las acciones de forma paralela al índice general de precios.

No obstante, de todas estas funciones, el rol principal de la Bolsa de valores es la creación de capital, que permita el surgimiento y crecimiento de empresas, al conectar directamente a los inversionistas con las empresas.

¿Cómo hace esto la bolsa de valores?

Supongamos por un momento el siguiente ejemplo. Un grupo de personas se reúne con el propósito de formar una empresa: se trata de una panadería con las últimas técnicas de repostería del mercado. Todos los accionistas están dispuestos a aportar su

capital, sin embargo no es suficiente, por lo que tiene que buscar financiamiento para poder emprender este negocio.

En estas circunstancias los futuros microempresarios tienen dos alternativas para cristalizar su idea:

1. - Buscar financiamiento bancario (optar por un crédito a la tasa vigente en el mercado).
2. - Buscar nuevos socios a través de la emisión de acciones en el mercado de valores.

Si el grupo de socios opta por la primera opción, esto le representaría un incremento de sus pasivos por el lado de la deuda, con el peligro de que el negocio no genere utilidades inmediatamente y dificultando el inicio de las actividades por la pesada carga financiera.

La segunda opción resultaría más atractiva pues se contaría con un nuevo grupo de socios dispuestos a participar de sus ideas iniciales, al contar con el capital de trabajo necesario para emprender el negocio.

Es decir, el mercado de valores incentiva al sector real de la economía, ya que al igual que la “panadería” se posibilita el desarrollo de una serie de ideas, transformadas en empresas e industrias por medio de los mecanismos que ofrecen los mercados de capitales, generando de esta manera mayores niveles de producción para el país, y por ende mayores niveles de ingreso y empleo” (1).

1.2. PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA B.V.G.

La Bolsa de Valores de Guayaquil ofrece algunos tipos de productos y servicios tales como:

- ↳ Servicios Operativos
- ↳ Servicios Informativos
- ↳ Productos Informativos
- ↳ Productos Educativos

A continuación se detallan los productos y servicios que ofrece actualmente la B.V.G.

Bolsa de Valores de Guayaquil, Guía didáctica del mercado de valores, Ecuador, 1998 pags. 11, 12, 14



SERVICIOS OPERATIVOS

A nivel de operaciones, la Bolsa de Valores de Guayaquil cuenta con la más completa y avanzada estructura tecnológica, garantizando eficiencia y transparencia en las transacciones realizadas en sus ruedas.

“Rueda a Viva Voz: La tradicional forma de negociar se desarrolla en amplias y cómodas instalaciones de la Bolsa de Valores de Guayaquil. Funciona de 11H30 a 14H00 ininterrumpidamente y está interconectada con el Sistema Electrónico Bursátil, permitiendo negociar en ambos sistemas. La Rueda a Viva Voz requiere de la presencia física de los operadores para llevar a cabo las transacciones, no obstante la institución se ha preocupado por la utilización de la más avanzada tecnología para las operaciones. En ella se pueden negociar títulos de renta fija, renta variable y operaciones a plazo.

Rueda Electrónica: La B.V.G. fue la primera Bolsa ecuatoriana en implementar un sistema Electrónico Bursátil el 14 de junio de 1994, lo que permite realizar todas las operaciones de una rueda de piso desde la comodidad de sus oficinas, al mismo tiempo que posibilita la

interacción con los participantes de la sesión de a viva voz, impulsando y dinamizando las transacciones bursátiles.

Este sistema, totalmente diseñado por ecuatorianos, funciona de 09H30 a 13H30 y de 14H00 a 16H00, a través de la red de DATATEC que interconecta a todo el sistema financiero nacional.

Compensación de Saldos Netos: Con el fin de agilizar los pagos por las transacciones realizadas en esta Corporación y a fin de reducir costos operativos e incrementar los niveles de eficiencia, desde diciembre de 1994 se implementó el Sistema de Compensación de Saldos Netos. Este sistema netea los pagos que las casas de valores hacen o reciben a fin de efectuar un solo pago o cobro según el resultado de sus operaciones diarias, todo a través de transferencias del Banco Central del Ecuador.

La Compensación de Saldos Netos reduce el riesgo operativo, al evitar el traslado de fondos, reduce los costos de procesamiento eliminando los cheques y agiliza las transacciones al efectuar los pagos más rápidamente.

Módulo Valorizador: Un moderno sistema de consulta que permite realizar cálculos interactivos de valorización, brindando información actualizada y asesoría para los emisores además de promocionarlos como alternativas de inversión.

DECEVALE: El creciente dinamismo del mercado bursátil nacional, así como la necesidad de facilitar y eficientizar sus transacciones, reduciendo los riesgos y costos operativos para los participantes, motivó que en noviembre de 1995 se crea por iniciativa de la Bolsa de Valores de Guayaquil el Depósito Centralizado de Valores, DECEVALE, entidad que tiene como función la custodia, compensación y liquidación de los títulos valores.

SERVICIOS INFORMATIVOS

Reuters (DATATEC): Desde enero de 1997 toda la información de las posturas de oferta y demanda, así como las transacciones cerradas en las ruedas electrónica y a viva voz de esta institución, pueden ser visualizadas a través del sistema de información internacional Reuters, con más de 250.000 suscriptores en el mundo entero.

En estas páginas se puede consultar, a más de la información bursátil, los principales indicadores económicos del Ecuador. Las siglas mediante las cuales se puede obtener acceso a esta información son:

BVGUA: Información de títulos de renta variable

BVGUG: Información de títulos de renta fija

BVG: Información del BVG Index

IPECU: Información del Índice de precios del Mercado Ecuatoriano

IRECU: Información del Índice de Rendimientos del Mercado Ecuatoriano.

PRODUCTOS INFORMATIVOS

El veloz crecimiento del mercado de valores en el Ecuador ha ocasionado una mayor demanda de información sobre las negociaciones bursátiles, a lo que la Bolsa de Valores de Guayaquil ha respondido con la elaboración de distintos productos informativos.

Capital: Guía de sobre empresas inscritas en la bolsa donde se encuentra toda su información general y financiera, así como su estructura accionaria e historia de dividendos. Se encuentra disponible en dos versiones: Impresa y en CD, esta última con un

sofisticado programa de base de datos que permite manejar la información de acuerdo a lo requerido de los usuarios, para realizar los análisis más precisos y técnicos de las opciones de inversión y así una mayor capacidad de toma de decisiones.

Infobursátil: Boletín mensual que resume todo lo acontecido en el mes precedente y el acumulado del año en curso en el Mercado bursátil a nivel nacional. Contiene información precisa sobre la evolución de los mercados de renta fija y renta variable a nivel local y nacional, constituyéndose por su oportuna entrega y completa información en una herramienta indispensable para los participantes del mercado de valores.

Al Cierre: Boletín diario coleccionable con la más completa información bursátil y financiera, de los mercados nacionales e internacionales, el mismo que cuenta con información clave que facilita la toma de decisiones de inversión.

Transparencia: Esta publicación contiene información bursátil, económica y financiera, así como un análisis de sus principales tendencias durante el mes precedente. Es una valiosa herramienta para el inversionista local e internacional, pues permite analizar el

comportamiento del mercado de capitales y la evolución de las diferentes alternativas de inversión que se presentan en él.

PRODUCTOS EDUCATIVOS

Manual de Renta Fija: Recoge los principales conceptos, metodología y fórmulas de valorización para las inversiones en títulos de renta fija, el cual cuenta con estándares internacionales para el manejo de la información del mercado.

Diccionario Financiero y Bursátil: La introducción a nuestro vocabulario de nuevos términos relacionados a economía y finanzas se toma en una necesidad en la actualidad. Por ello este diccionario es una recopilación de los términos de finanzas y bolsas más utilizados a nivel mundial, explicados con un lenguaje de fácil comprensión. Una herramienta de consulta útil para el estudiante, empresario o profesional.

Guía Didáctica del Mercado de Valores: Folleto que incluye definiciones legales, explicaciones, ilustraciones y ejemplos de cada uno de los conceptos que involucra el mercado de valores.

Conferencias y Cursos de Capacitación: Promoción de las ventajas y beneficios de la inversión en el Ecuador y su mercado de valores, ante los más distinguidos foros en los centros financieros internacionales de mayor envergadura, a través de Conferencias periódicas y con el concurso de altos representantes del Sector Público y Privado, quienes exponen acerca de las condiciones, ventajas alternativas y beneficios de la inversión en el Ecuador. Similares presentaciones se dan también a nivel nacional.

De igual forma, se realizan cursos específicos sobre el mercado de valores y sus herramientas, a cargo de destacados instructores nacionales o extranjeros quienes exponen los últimos avances y técnicas en las finanzas modernas.

Internet (Página WEB): Toda la información de las posturas de oferta y demanda así como las transacciones cerradas, pueden ser visualizadas a través de este sistema de información internacional. El cual brinda la información más actualizada del mercado, ahorro de tiempo y una mayor capacidad para tomar decisiones”(1).

1. Bolsa de Valores de Guayaquil, Folleto Promocional B.V.G., Ecuador, 1998



II. ANALISIS SITUACIONAL DE LA B.V.G.

2.1 ANÁLISIS GENERAL ECONOMICO, BURSATIL

De manera resumida se analiza los hechos de mayor relevancia acaecidos durante el año 98 y parte del 99, en lo que guarda relación con la evolución de la economía y del mercado de valores, los indicadores macroeconómicos, y lo más importante en materia fiscal, monetaria y cambiaria.

2.1.1 Análisis Económico

Las adversas circunstancias que tuvo que enfrentar el país en 1998 fueron serios obstáculos para el alcance de un crecimiento sostenido. En el orden interno se vivió la incertidumbre propia de un año electoral y las posteriores expectativas de los programas y medidas económicas que el gobierno entrante tomaría.

Además, los ya existentes problemas en la caja fiscal, por la reducción de ingresos petroleros se agravaron con los eventos provocados por el fenómeno de El Niño, que en el primer trimestre del año se presentó con mayor intensidad. Finalmente, al ser una economía pequeña, la restricción de créditos que se vivió en 1998 por la crisis financiera internacional, se constituyó en un serio obstáculo para un financiamiento menos oneroso.

Sin embargo, Ecuador alcanzó en este año el arreglo definitivo para un problema tan antiguo como su propia historia, el acuerdo limitrofe con el Perú. Los incontables beneficios y oportunidades que se abren con una paz sólida se verán seguramente en los años siguientes.

El Presidente, Dr. Jamil Mahuad, al tiempo que llevaba las negociaciones con el vecino país tuvo que adoptar severas medidas fiscales con lo que se redujo el déficit para 1998 a un 5.5%; según cifras divulgadas antes de la adopción de las mismas el déficit potencial bordeaba un 7% del PIB a causa de un exceso del gasto público por parte del anterior gobierno, por encima del presupuesto aprobado.

Una de las consecuencias más notorias de lo anteriormente expuesto, fue el crecimiento de la inflación, la cual cerró el año en un 43,4%. Los periodos de mayor incremento en el nivel de precios fueron:

- Enero - Febrero (8,68%)
- Abril (4,4%)
- Septiembre - octubre (11,93%).

Los periodos mencionados coinciden con la época más crítica del fenómeno de El Niño y el momento en que se toman las medidas fiscales, así también vemos cómo más de la mitad del nivel alcanzado por la inflación en 1998 se debe al incremento en precios de sólo cinco meses, por lo cual se deduce que este indicador se debió en su gran mayoría a factores coyunturales.

La producción creció en este año a un ritmo muy bajo, según cifras preliminares del Banco Central el crecimiento del Producto Interno Bruto llegaría a un 1,5%. El Índice Mensual de Actividad Económica Coyuntural se ubica en 130 para el mes de octubre (reducción del 2,7% con respecto al mismo mes del pasado año) y revela que los meses de menor producción coinciden con los de mayor inflación.

En cuanto a la política cambiaria se mantuvo el sistema de bandas pese a que las autoridades económicas del actual y anterior gobierno llevaron a cabo dos devaluaciones en el año (en los meses de marzo y septiembre por 7,5% y 15% respectivamente). Posteriormente se eliminó las intrabandas, y se decidió mantener únicamente las subastas cambiarias como mecanismo de orientación al mercado por parte del Banco Central. Al cierre de 1998 la cotización del dólar llega a 6.856,17 promedio, con lo cual la devaluación promedio del año es de un 55,31%, 12 puntos por encima de la inflación.

En lo que respecta al comercio exterior, la balanza comercial presenta por primera ocasión después de mucho tiempo un saldo negativo, saldo que según cifras hasta el mes de octubre se ubicaba en US\$ 860 millones. Aún cuando el nivel de importaciones ha crecido en un ritmo inferior al de otros años (13% en el período enero - octubre) la balanza comercial ha sido afectada por una drástica caída en las ventas al exterior (-20,78%), especialmente las exportaciones petroleras que se redujeron casi en la mitad (-50,9%).

Consecuentemente los indicadores de comercio exterior se han deteriorado, el ICE, Índice de Cobertura de Exportaciones alcanzó en octubre un 71,4% (normalmente dicho índice está por encima de 100).

El ITI, Índice de Términos de Intercambio, que indica la evolución de los precios de nuestros productos de exportación contra los productos que se importan, se ubicó en 76,97 mostrando una reducción de un 27% respecto al índice de octubre de 1997 (105.52).

Todos estos factores también han incidido en el nivel de reservas del país. La Reserva Monetaria cierra el año en USD\$ 1698 millones mostrando una reducción del 18,9% respecto al monto alcanzado al cierre de 1997. Dicho nivel de reserva equivale a 4 meses de importaciones.

En cuanto al manejo monetario, los principales agregados monetarios hasta el mes de octubre presentaban un crecimiento sumamente bajo comparado con el de otros años. Esta política monetaria contractiva se hace más notoria comparando los aumentos en la emisión monetaria (14,8%), base monetaria (8,7%) y el medio circulante (2,4%) con la inflación acumulada hasta ese momento 39,4% (período de análisis enero - octubre).

Además la velocidad del medio circulante al final del mencionado período llega a 1,41 mientras que el promedio durante el mismo es de 1,49. Dicho nivel resulta muy similar al alcanzado en los años

anteriores por lo que se descarta que la alta inflación del año se debe a factores monetarios.

Por otro lado, las tasas de interés se vieron afectadas por lo anteriormente dicho y reflejaron a lo largo de 1998 una marcada tendencia al alza siendo el cuarto trimestre el periodo de mayor encarecimiento del dinero. Al cierre del año las tasas activas y pasivas se ubicaron en 50,5% y 49,5% elevándose mucho más la de créditos (21,5 contra 17,9 puntos). Como consecuencia el spread financiero también creció de 0,5 a 11,1 puntos.

En cuanto a los precios de la deuda externa ecuatoriana, los bonos Brady habían mantenido una tendencia relativamente estable hasta el mes de agosto en que Rusia declaró la moratoria para cumplir su deuda externa y estalló una gran crisis bursátil. En ese momento los precios de los Brady ecuatorianos al igual que los bonos de los países emergentes cayeron ostensiblemente.

A partir de este punto las cotizaciones de los diversos bonos de deuda han demostrado un comportamiento sumamente errático, revestido de alta volatilidad, especialmente el bono IEB. Al cierre del año los precios de venta para cada instrumento son 43,5 (para el bono Par),



52,75 (Discount), 60,5 (IEB) y 41,25 (PDI). Las variaciones anuales de los mencionados precios son -22,3%, -30,4%, 32% y 37,6% respectivamente.

2.1.2 Análisis Bursátil

Las negociaciones bursátiles, pese a su continuo crecimiento no estuvieron ajenas a los factores que afectaron a la economía nacional en el último año, en el mercado de valores ecuatoriano se realizaron operaciones por 23'508.166 millones de sucres, lo cual muestra un aumento del 19,44% (-17,6% si consideramos la inflación del año). El mencionado monto representa un 21,89% del PIB.

Dentro de este contexto, la Bolsa de Valores de Guayaquil se manifestó nuevamente como la Bolsa de mayor crecimiento, 22,91%, al negociarse en esta plaza 11'123.617 millones de sucres (10,36% del PIB). El promedio diario de negociación fue de 44.494 millones de sucres.

Con respecto a las cifras locales, la profundidad de las inversiones aumentó, en volumen ajustado (ponderándolos por el plazo de la inversión) los montos negociados alcanzaron 4'934.855 millones de

sucres incrementándose un 43,4%. Así también, el indicador de tendencia de largo plazo en las negociaciones bursátiles llegó en 1998 al 44,4% mejorando con respecto al año anterior (38%).

En cuanto al desglose del total de operaciones en la BVG según el tipo de papel:

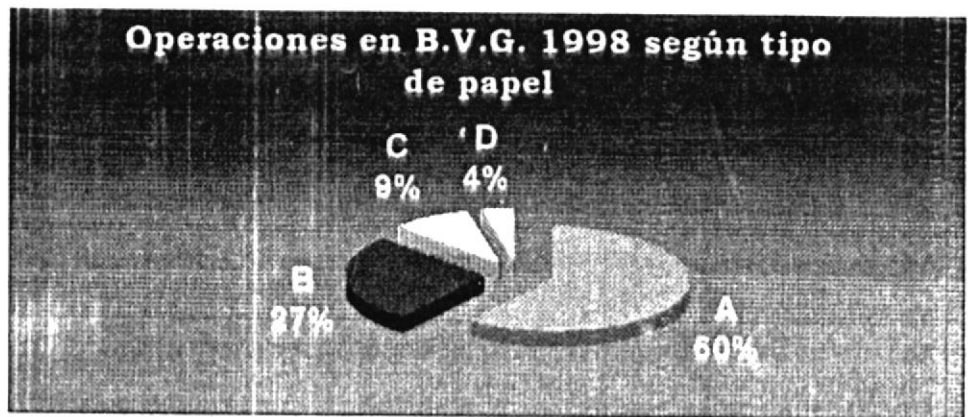
A: un 60% pertenece a operaciones con títulos de intermediación financiera, (el mercado de papeles que más creció)

B: el 27% a títulos emitidos por el estado

C: el 9% a bonos de empresas (obligaciones)

D: y un 4% de acciones.

Gráfico 2.1



Fuente:Bolsa de Valores de Guayaquil

Realizado por: L.Cisneros

En lo que respecta a la participación de los títulos estatales en el total negociado, ésta disminuyó nuevamente, puesto que en los años anteriores había alcanzado un 48% (1996) y 35% (1997). De las operaciones de este mercado la mayoría se concentró en Bonos del Estado y BEM's.

Dentro del mercado de obligaciones, en 1998 se dieron emisiones nuevas por un total de 1'587.961 millones de sucres, con lo cual el monto emitido creció en un 21,9%. Del total mencionado 7 emisiones pertenecen a empresas financieras, 8 emisiones a empresas manufactureras y 7 a empresas comerciales.

Con respecto al mercado de renta variable local, el escenario político-económico conspiró en contra de la recuperación que se había observado a inicios de año. Los montos negociados en acciones durante 1998 cayeron un 20,9% con respecto al año anterior, el precio de las mismas que se habían elevado durante el primer trimestre sufrieron un reverso en su tendencia, principalmente en los meses de mayo-junio (época electoral) y septiembre (adopción de medidas fiscales), así el BVG Index cerró el año en 223,09 generando un rendimiento anual del 2,55%.

A escala nacional, los precios de las acciones tuvieron un comportamiento similar, aunque las caídas fueron menores, los índices accionarios nacionales IPECU e IRECU variaron en 16,2% y 22,1% respectivamente al cerrar en 140,94 y 169,94 cada uno. La similitud en el comportamiento de precios local (sólo Guayaquil) y nacional fue del 68%, medido con el coeficiente de correlación entre el BVG Index y el IPECU.

La capitalización bursátil (nacional) llegó a 10'467.184 millones de sucres, incrementándose 10,4% respecto de 1997. Dicho monto equivale a un 9,75% del PIB.

En el orden internacional, la crisis financiera se acentuó durante 1998, las bolsas asiáticas y sudamericanas a fin de año reportaron pérdidas reflejadas en sus índices accionarios en el orden del 30% en promedio. Los mercados desarrollados por su parte, aún cuando también se vieron afectados, sobretodo en el mes de agosto en que se dieron enormes caídas bursátiles, se recuperaron y finalizaron el año con rendimientos positivos.

Los organismos internacionales en su afán de reanimar los mercados financieros emergentes elaboraron planes de ayuda con mayores

créditos para los países en apuros. Incluso la Reserva Federal de USA con miras a evitar cualquier indicio de recesión bajó en tres ocasiones su tasa interbancaria con lo cual las tasas referenciales internacionales, y en consecuencia el costo financiero, se redujeron (la tasa Prime terminó ubicándose en un 7,75%).

Como consecuencia se cuestionó la labor en el contexto económico mundial del FMI al no resultar exitosa su estrategia de recuperación en los países asiáticos a diferencia del éxito alcanzado en la crisis de México en 1994. De esta manera, al interior del organismo se originó un debate entre dos corrientes de pensamiento económicos sobre soluciones y medidas a tomar frente a la crisis, la línea dura (firme control del tipo de cambio) y la línea blanda (reducción de las tasas de interés).

Al cierre del semestre ambas Bolsas muestran una participación de sus activos corrientes vs. sus activos totales de 47% (B.V.G.) y 43% (B.V.Q.).

2.2. ANALISIS GENERAL INTERNO DE LA BVG

2.2.1. Análisis Financiero Comparativo de la B.V.G. y B.V.Q. al 30 de Junio de 1999

Al cierre del I semestre de 1999 ambas Bolsa muestran una participación de sus activos corrientes vs sus activos totales de 47% B.V.G. y 43% B.V.Q. Analizando las inversiones propias (1) de ambas entidades, las de Guayaquil son superiores en monto aproximado de 2000 millones de sucres, rubro que representa para ambas Bolsas el 32% y 16% respectivamente de sus activos totales

Cuentas y documentos por cobrar (2) representan para la Bolsa de Quito el 8.04% de sus activos y es superior al monto de la B.V.G. en 1.273 millones, las participaciones de cada uno de los rubros que conforman esta cuenta vs el activo total no son representativas para ambas entidades.

1. Informe de Financiero B.V.G., Basado en los Estados Financieros Oficiales mensuales entregados a la Superintendencia de Compañías, Ecuador, Junio 1999 (Para que sea comparativo el monto de inversiones propias entre ambas Bolsas, se excluyó de la B.V.Q. la cuenta fondos de terceros).

2. Informe de Financiero B.V.G., Basado en los Estados Financieros Oficiales mensuales entregados a la Superintendencia de Compañías, Ecuador, Junio 1999 (Para que sea comparativo el monto de cuentas y documentos por cobrar entre ambas entidades se excluyó de la B.V.Q. el rubro transacciones pro cobrar que representa el monto a cumplir por efectos de compensación diaria)

Analizando el activo no corriente, la cuenta de inversiones en acciones (participaciones en el capital social de otras empresas) significan el 9.17% (B.V.G.) y 8.58% (B.V.Q.) con relación a sus activos totales. Sin embargo, esta similitud estructural se revierte al analizar los activos fijos, los de la B.V.Q. son tres veces superiores en monto a los de Guayaquil. El peso de esta cuenta dentro del total de activos representa el 17% (B.V.G.) y el 39.44% (B.V.Q.).

Analizando los pasivos corrientes, la B.V.Q. muestra una deuda superior en 1.600 millones de sucres, principalmente por cuentas y documentos por pagar en moneda nacional y extranjera. Con relación a los activos totales este grupo representa el 18% para la B.V.G. y el 24% para la B.V.Q.

En los pasivos no corrientes la B.V.Q. registra una deuda financiera de 985 millones de sucres, mientras que la B.V.G. no tiene deuda a largo plazo. Esto se explica también analizando los índices de endeudamiento que representan 24.16% para la B.V.G. y 41% para la B.V.Q.

Midiendo la liquidez de ambas Bolsas en términos monetarios, al capital de trabajo para la B.V.G. es 5.060 millones (superior en 153

millones) y para la B.V.Q. de 4.097 millones. Dichos montos medidos a través de indicadores de liquidez son para 2.6 para la B.V.G. y 2 para la B.V.Q.

En cuanto al Patrimonio, este representa para la B.V.G. el 80.7% de sus activos y el 92.3% para la B.V.Q., siendo superior el de la B.V.Q. en 4.700 millones de sucres. Esto se explica principalmente por la diferencia en cuotas patrimoniales que llega a 5.600 millones de sucres. Sin embargo, si analizamos el grupo de cuentas de Resultados 0 (Resultados acumulados y resultados del periodo) existe una mayor fortaleza en Guayaquil registrando un valor de 4.198 millones de sucres, mientras que Quito apenas alcanza 725 millones de sucres (no tiene resultados acumulados).

Analizando los Ingresos Operacionales en el Estado de Resultados, estos son superiores para la B.V.Q. en 628 millones de sucres principalmente por el nivel de comisiones y por la venta del sistema transaccional Sinel. Sin embargo, el retorno de ingresos operacionales sobre el nivel de activos es superior en la B.V.G. con 19.43% y 16.50% para la B.V.Q.

Los ingresos no operacionales representan para la B.V.G. un 43.06% sobre el nivel total de ingresos y para la B.V.Q. el 41.93%. Entre ambas instituciones existe una diferencia de 338 millones de sucres a favor de la B.V.Q. Para esta última se registra un incremento de 917 millones en relación con mayo para la cuenta de inversiones (utilidad cambiaria e intereses) y 795 millones para Guayaquil.

Los egresos operacionales son mayores en 1.270 millones de sucres en la Bolsa de Valores de Quito, principalmente por gastos generales, administrativos y mantenimiento de sistema computacional.

Los gastos financieros para la B.V.Q. representan 13% de su total de gastos, deuda que comparada con el mes anterior se vio incrementada en un 50.63%

Ambas Bolsas registran márgenes operativos negativos 737 millones (B.V.G.) y 1377 millones (B.V.Q.) de sucres. Analizando el último trimestre en la B.V.G. el margen operativo negativo más alto fue de -825 millones en mayo, mientras que para la B.V.Q. el más alto fue de -1536 millones también en mayo.



A junio el nivel de utilidades para la Bolsa de Valores de Guayaquil es de 818 millones de sucres y para la B.V.Q. de 725 millones. Cabe recalcar que la B.V.Q. registró en mayo una pérdida de 95 millones de sucres por un incremento en gastos administrativos y gastos generales que fue superior al incremento en el nivel de ingresos. Al mes de junio registran una utilidad gracias a un incremento en la ganancia por tipo de cambio que asciende a 917 millones de sucres e incremento en el nivel de comisiones por 927 millones.

El rendimiento sobre activos para la B.V.G. es de 4.70% y para la B.V.Q. 2.02%. El rendimiento sobre patrimonio para la B.V.G. es 5.83% y 3.86% B.V.Q.

Estos indicadores determinan una utilización más eficiente de los recursos por parte de la Bolsa de Valores de Guayaquil. Analizando la diferencia entre los niveles de egresos entre la B.V.Q. y la B.V.G. vemos que dichos valores sobrepasan a los de Guayaquil en los siguientes montos: 638 millones (abril), 832 millones (mayo), y 1.202 millones (junio).

2.2.2. Análisis Foda

FORTALEZAS

- ☺ Mantenimiento de documentación interna y externa actualizada y disponible
- ☺ Soporte para la solución de problemas
- ☺ Sistema electrónico de negociación
- ☺ Conocimiento exacto del sistema transaccional
- ☺ Trabajo en equipo
- ☺ Buenas relaciones con las Casas de Valores
- ☺ Las capacidades de producción del personal, el nivel de conocimiento, la responsabilidad y la entrega
- ☺ Ofrecer información oportuna de la posición financiera, bancaria y de posición de inversiones a través de sus estados de posición “Al Cierre”
- ☺ El apoyo de la Dirección General a la innovación tecnológica
- ☺ Capacidad de manejo de enormes volúmenes de información
- ☺ Contacto con organismos internacionales (CFI, FIABV) y Bolsas de la Región para poder realizar benchmarking y conocer los avances de otros mercados
- ☺ Amplio contacto con los clientes

- ☺ Líderes en el desarrollo de productos de información y estándares técnicos del mercado
- ☺ Mantener buena relación con los medios de comunicación
- ☺ Conocimiento de la legislación y normativa interna aplicable

OPORTUNIDADES

- ✦ Especialización en manejo de información
- ✦ Desarrollar mercados potenciales: Provincias
- ✦ Promocionar inversiones en sector real, debido a la crisis financiera
- ✦ Convenios con universidades
- ✦ Pocos especialistas en materia jurídico - bursátil
- ✦ Extensa reglamentación a la ley aún no aprobada
- ✦ Mejor uso de los espacios de la BVG
- ✦ Necesidades financieras de las empresas del sector real de nuevas alternativas más económicas de financiamiento, así como más rentables alternativas de inversión
- ✦ Internet y su aplicación como medio transaccional y de información
- ✦ El incremento del comercio electrónico en el ámbito mundial

- * Necesidad de conocimiento del mercado bursátil de estudiantes universitarios.
- * Venta por Bolsa de Valores de los Bancos intervenidos por la AGD
- * Nueva ley del Mercado de Valores

DEBILIDADES

- ⊗ Exceso de dependencias externas
- ⊗ Falta de personal para realizar auditoría interna para el cumplimiento de instructivos y procedimientos
- ⊗ Poco acceso de capacitación especializada para el personal de algunas áreas.
- ⊗ Falta de una estructura organizacional financiera funcional de acorde a sus actividades.
- ⊗ Falta de un mecanismo o sistema eficiente que permita identificar la autenticidad de los valores que se adquieren
- ⊗ Falencia de un software manejador de base de datos
- ⊗ La seguridad en la red y del acceso a los datos
- ⊗ La dependencia total de DATATEC
- ⊗ Falta del dominio del Inglés por gran parte del equipo

- ⊗ Algunos departamentos y cargos manejan simultáneamente actividades de unidades de negocios y actividades de unidades de soporte
- ⊗ Falta de capacitación financiera y contable dirigida exclusivamente al negocio bursátil
- ⊗ Instalación de la rueda de piso sub-utilizada
- ⊗ Falta de estrategias a largo plazo
- ⊗ Falta de voceros oficiales

AMENAZAS

- ⊗ Se cuenta con un número reducido de auspiciantes
- ⊗ Debilitamiento de imagen, por falta de continuidad y consistencia en los discursos de la BVG
- ⊗ Incumplimiento de las Casas de Valores de sus transacciones
- Reducción del número de clientes del sistema financiero
- ⊗ Agudización de la crisis financiera
- ⊗ Restricción de uso de información por parte de auspiciantes del mercado debido a austeridad en gastos
- ⊗ Presión por parte de la Superintendencia de Compañías y el Banco Central para ceder la base de datos a la BVQ
- ⊗ La inestabilidad económica del país



La falta de decisión del gobierno para apoyar el desarrollo del Mercado de Valores Ecuatoriano

- Costos altos por capacidad ociosa.

2.2.3 ANÁLISIS DE PORTER

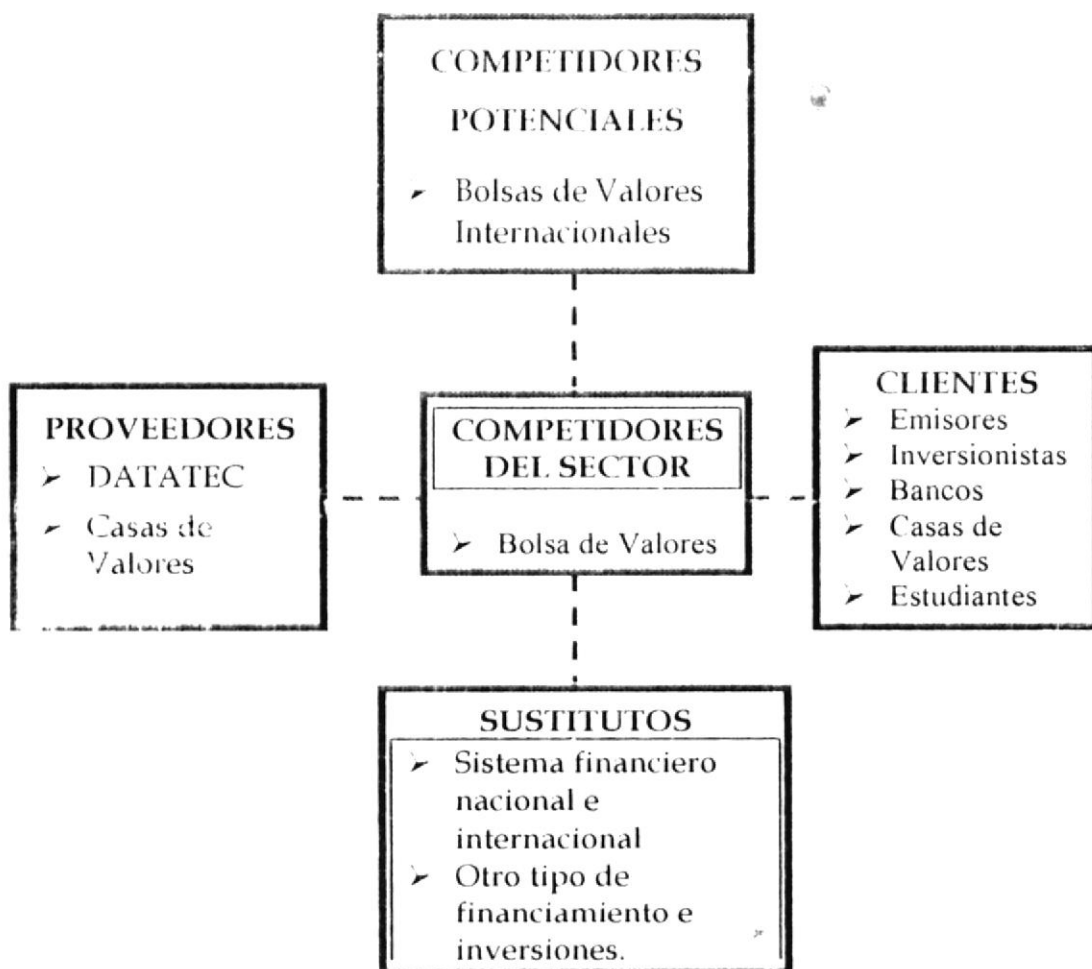


Gráfico 2.2

Fuente: J.J. LAMBAIN,
Mkt. Estratégico y B.V.G.

Elaborado: M. Perez Llona

Fecha: Agosto/99



Analizando la noción de rivalidad ampliada nos percatamos de que nuestros **competidores potenciales** son las Bolsas de Valores de otros países, por lo que éstas pueden interesarse en captar las inversiones y financiamientos que se puedan realizar en el mercado ecuatoriano, sobre todo si aumenta la inversión extranjera, se determinan las políticas económicas y se estabiliza el sistema financiero.



Entre los **competidores del sector**, solamente podríamos nombrar a la Bolsa de Valores de Quito, que es la única, aparte de nuestra institución, que existe en el territorio nacional, con la cual tenemos que concursar por la preferencia del mercado ecuatoriano. Como se lo puede apreciar en el análisis de la matriz BCG, que se presenta en este informe.



La Bolsa de Valores de Guayaquil, aparte de ofrecer un medio para canalizar el ahorro hacia la inversión, brinda una gama de productos complementarios para realizar de manera más eficiente esta tarea; por lo tanto, entre los **productos sustitutos** podemos mencionar:

Otro tipo de inversiones de renta fija y variable.- Las inversiones en renta fija y variable, como principal generador de la mayor parte de los ingresos de este tipo de instituciones, merecen atención privilegiada. Entre sus sustitutos se encuentran los diferentes productos bancarios con los cuales se pueden invertir directamente, sin la necesidad de la actuación de una Casa de Valores, por lo cual hay que poner énfasis en proporcionar mayor información al conglomerado de nuestros clientes actuales y potenciales sobre las ventajas de invertir a través de una Bolsa de Valores, para que no utilicen o recurran a este tipo de sustitutos.

Financiamiento Bancario.- Muchas veces por el desconocimiento de los beneficios de financiarse a través de una Bolsa de Valores, se emplea a los bancos de la localidad, pero gracias a la situación por la que atraviesan los mismos, se pudo incentivar la emisión de acciones para reactivar al sistema productivo nacional. También hay que tomar en cuenta al tipo de empresas familiares que existen en nuestro medio y encontrar una manera de convertir la idea de financiamiento a través de la BVG atractiva para este importante sector, que es mayoritario.

Memorias del Banco Central.- Como parte del servicio que presta la BVG, se encuentra brindar información a sus clientes por medio de boletines informativos; los cuales pueden ser diarios, mensuales o anuales, los boletines del BCE serían un buen producto sustituto, por lo cual se debe poner énfasis en transmitir las ventajas diferenciales de productos informativos para obtener mayor fidelidad, por parte de nuestros usuarios y atraer mayor número de clientes.



Tomando en cuenta como **proveedores** a:

DATATEC.- Del cual se tiene una dependencia total en el desarrollo del SEB, los cuales mantienen un alto poder de negociación.

Casas de Valores.- con las cuales trabaja la BVG, se establece que no tienen un fuerte poder de negociación, individualmente, por existir un número considerable de estas en el medio y que por Ley deben realizar las transacciones a través de una Bolsa de Valores, en la cual previamente deben estar registradas. Además la BVG, también es proveedora de clientes a las Casas de Valores por ser responsable de incrementar la inversión y el ahorro dentro del país, atrayendo mayor número de clientes a éstas. Debido a esto a las Casas de Valores se las cataloga como proveedores y clientes al mismo tiempo.



Los clientes de la Bolsa de Valores de Guayaquil son variados, debido a la diversificación de los productos que se ofrecen por medio de la misma. El principal problema de los clientes de la B.V.G. es principalmente su falta de Cultura Bursátil, pues a pesar de trabajar con esta institución, el conocimiento del manejo del mercado es muy bajo.

El poco desarrollo del Mercado de Valores se debe precisamente a esta falta de cultura bursátil, tanto en nuestro país como el resto de los países de América Latina, por lo que se convierte en un problema para la B.V.G. pues el único interés que mueve a sus clientes es la utilidad que puedan obtener, poniendo sus exigencias individuales como prioridad. A pesar de esto, los clientes de la BVG no tienen un alto porcentaje de poder al momento de negociar, pues pertenecen a diversos sectores y manteniendo diferentes intereses.

Entre los principales clientes de la Bolsa de Valores de Guayaquil se encuentran:

Emisores.- los cuales se componen de las empresas que han puesto en venta parte de su paquete accionario para obtener financiamiento en el mercado bursátil. Ellos trabajan con la BVG en mayor

porcentaje por medio de las Casas de Valores, teniendo poco contacto directo con la Institución.

Inversionistas.- Los cuales buscan mayor rendimiento para sus inversiones, trabajan de manera directa con las Casas de Valores y mantienen poco contacto con la BVG.

Bancos.- Los cuales participan en su mayor parte como emisores y dueños de las Casas de Valores, quienes mantienen un contacto directo con la BVG, ya sean para realizar inversiones, financiamiento o por medio de sus Casas de Valores.

Casas de Valores.- Son los clientes que mantienen mayor nivel de contacto con la Bolsa, por ser los únicos autorizados por las leyes ecuatorianas a negociar dentro de las Bolsas de Valores.

Estudiantes.- Ya sean estos universitarios o colegiales, que buscan información sobre el manejo de las Bolsas de Valores o las negociaciones realizadas en la misma; mantienen un contacto ocasional.



2.2.4 Matriz Importancia Resultado

IMPLICACION	FUERTE	APREHENSION INTELLECTUAL (Razón, lógica, hechos) APRENDIZAJE (learn, feel, do) Bolsa de Valores de Guayaquil	APREHENSION EMOCIONAL (Emociones, sentidos, intuición) AFECTIVIDAD (feel, learn, do)
	DEBIL	RUTINA (do, learn, feel)	HEDONISMO (do, feel, learn)

Gráfico 2.3. Fuente: J.J.LAMBAIN, Mkt. Estratégico
Elaborado por: M.PerezLlona. Fecha: Julio /99

Esta matriz representa el grado de involucramiento con el producto, así como, la motivación, ya sea esta emocional o intelectual; para la toma de la decisión de compra. De esta manera se puede determinar la importancia del producto en el momento de escoger determinado artículo; en este caso, se determinará la característica básica de los consumidores que le permitirá escoger su preferencia.

La B.V.G. se encuentra ubicada en el cuadro de aprendizaje, lo cual indica, que una persona antes de escoger una Bolsa de Valores



primero aprende sobre el producto escogido, lo analiza, y por último, actuará escogiendo la mejor alternativa. Por lo tanto, para llegar a los clientes potenciales se deberá exponer los beneficios de trabajar con la Bolsa de Valores de Guayaquil, en lugar de otra posibilidad alternativa.

2.2.5 Matriz de Decisión de Compra

La complejidad del proceso de decisión y sus limitaciones son factores vitales de estudio cuando se trata de revelar a quien o a quienes, cómo, cuándo y dónde se deben dirigir los esfuerzos al realizar la presentación, publicidad y mercadeo de un producto o servicio.

El “comportamiento” del consumidor es un proceso mental de decisión y a la vez una actividad física. La acción de la compra no es más que una etapa en una serie de actividades psíquicas y físicas que tienen lugar durante cierto período.

Así la matriz de Decisión de Compra sintetiza los aspectos importantes que se deberán tomar en consideración al promocionar los productos y servicios ofrecidos actualmente por la Bolsa de Valores de Guayaquil.



Cuadro 2.2 MATRIZ DE DECISION DE COMPRA

	¿Quién?	¿Por qué?	¿Cómo?	Dónde?	Cómo?
El que usa	Operador de Valor	Unicos autorizados por ley	Necesidad de hacer negociaciones Para sus clientes	En las instalaciones de la BVG o en la propia oficina	A través de los medios ofrecidos por la BVG (Ej. Rueda a Viva Voz, Electrónica, etc.)
El que influye	Operador de Valor	Por su conocimiento de las opciones de inversión y financiamiento	Al solicitar sus servicios	En las Casas de Valores	A través de asesoría
El que decide	El emisor o inversionista (En caso de empresa el ejecutivo designado para esa función Ej. : Gerente General, Financiero, Tesorero, etc.)	Por ser el dueño de los recursos.	Al querer participar en el Mercado de Valores.	En cualquier lugar	En consulta con los demás directivos apoyándose en la información
El que compra	Operador de Valor	Unicos autorizados por ley	Al tener la autorización, recursos y mejor opción para hacerlo.	En las instalaciones de la BVG o en la Propia oficina	A través de los mecanismos que ofrece la BVG
El que veta	Otros directivos o dueños de los recursos de la empresa	Por su deber de velar por los intereses de la empresa	Cuando se haya analizado la información	En cualquier lugar	Expresando su desacuerdo con las acciones a seguir

Fuentes: Marketing Financiero - C. Tacón. Elaborador por: D. Barrera, M. Pazmiño, I. Cisneros

Fecha de elaboración: Octubre/99 Lugar: Gquil.



2.2.6 Análisis Boston Consulting Group (BCG)

Por medio de esta matriz, una institución puede clasificar sus unidades de negocios bajo dos parámetros: 1. Tasa de crecimiento del sector y 2. Participación de mercado en comparación con sus competidores, donde se podrán apreciar cuatro cuadrantes de acuerdo al nivel de estos factores, los cuales pueden ser altos o bajos. En este caso compararemos a la Bolsa de Valores de Guayaquil (BVG), con su competencia directa, la Bolsa de Valores de Quito (BVQ), debido a que las dos están enfocadas al mismo segmento objetivo.

Para la realización de este proyecto, se tomaron en cuenta los valores que comprenden el período desde mayo de 1998 hasta abril de 1999, en los cuales se analizan los documentos negociados en renta variable y en renta fija, así como los totales, tanto en montos en efectivo, así también los montos ajustados en efectivo. Los que presentan diferencias debido al plazo de los papeles negociados. Las tablas se encuentran en el ANEXO 1 al 10.

Los cuadros se presentan a continuación, con sus respectivos análisis:

Renta Variable

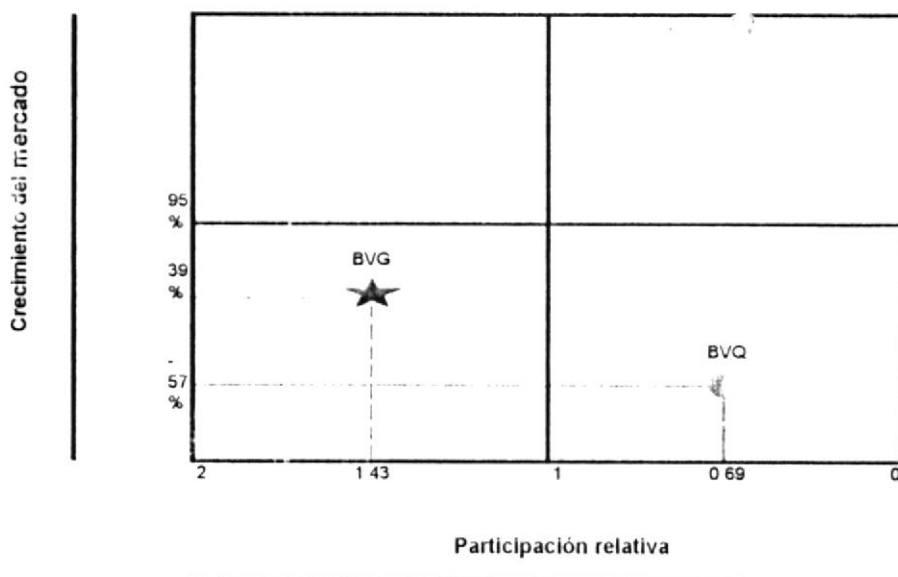


Gráfico 2.4. Matriz BCG, Análisis Renta Variable Valores Efectivos negociados B.V.G.- B.V.Q.
Fuente: Bolsas de Valores Guayaquil y Quito
Elaborado por: M.PerezLlona
Fecha: Julio/1999

Observando la matriz BCG de los documentos en renta variable en referencia a los valores efectivos negociados, podemos apreciar que la BVG a pesar de tener un crecimiento inferior al mercado nacional, es positivo en discordancia con la tasa de crecimiento de la BVQ, que se ha contraído.



La BVG es el líder en este tipo de negociaciones por su participación superior a la de la BVQ. Lo que se debe hacer con este producto es reforzar la lealtad de sus clientes, para obtener mayor rentabilidad y poder apoyar en el área de marketing a los otros tipos de negociaciones.

RENTA VARIABLE

Valor ajustado efectivo en sucres

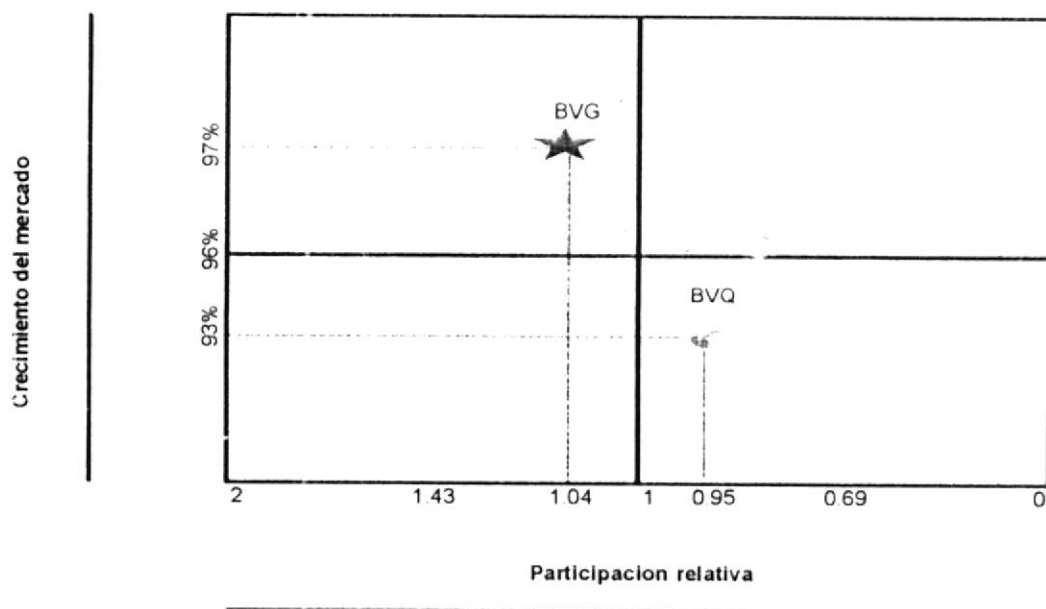


Gráfico 2.5. Matriz BCG, Análisis Renta Variable Valores Ajustados B.V.G.-B.V.Q.

Fuente: Bolsas de Valores Guayaquil y Quito

Elaborado por: M.PerezLlona

Fecha: Julio/1999

En lo referente al valor ajustado en efectivo negociado en renta variable, se nota mayormente la diferencia entre las dos Bolsas de

Valores del país. La BVQ mantiene un crecimiento inferior al promedio del mercado, y mantiene una participación relativa menor a la de la BVG, lo que la convierte en líder indiscutible en estas negociaciones. Esto trae consigo una gran responsabilidad para mantener el liderazgo y si es posible intentar aumentar nuestro crecimiento de mercado.

Renta Fija

Valor efectivo en sucres

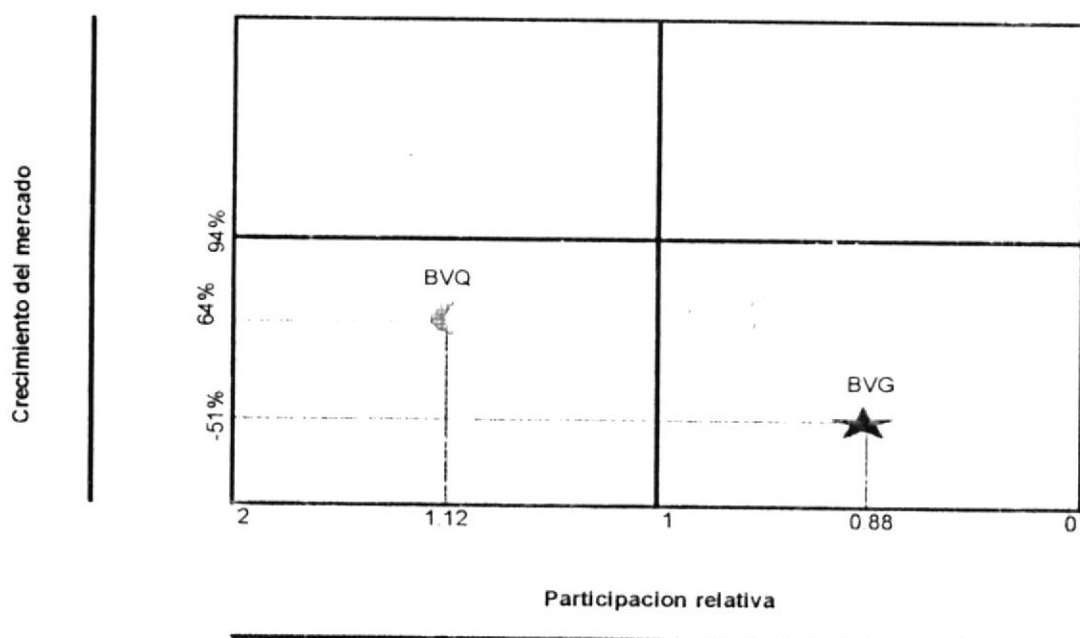


Gráfico 2.6. Matriz BCG, Análisis Renta Fija Valores Efectivos en sucres B.V.G.- B.V.Q.

Fuente: Bolsas de Valores Guayaquil y Quito

Elaborado por: M.PerezLlona

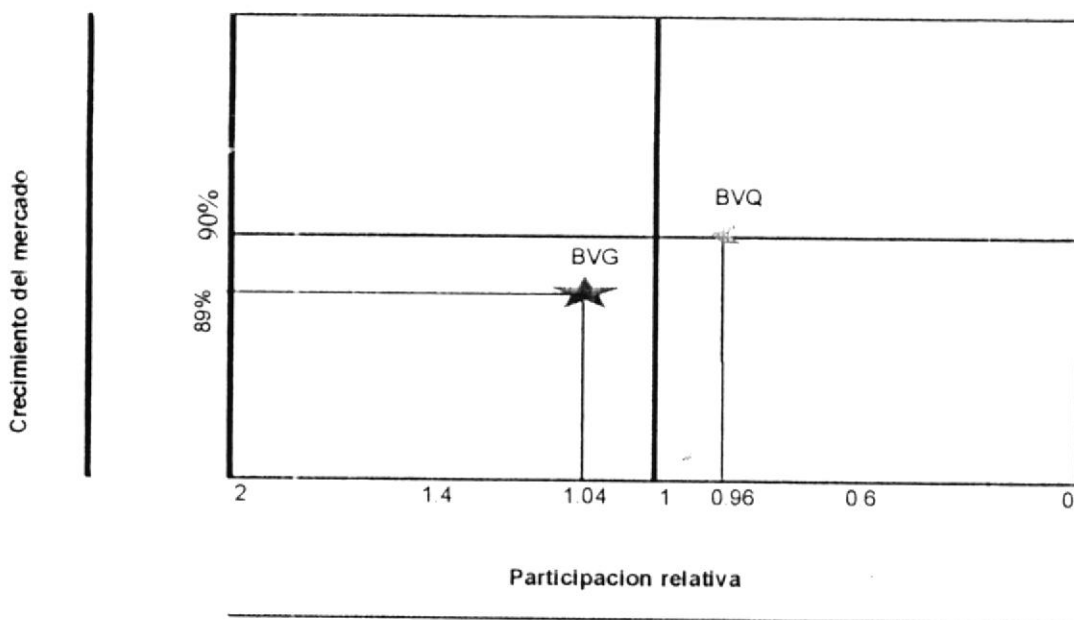
Fecha: Julio/1999

En este tipo de papeles negociados, la BVG ha perdido terreno en comparaci3n con la competencia; se puede deber a la concentraci3n de esfuerzos por captar papeles de renta variable, por parte de la BVG.

Se debe impulsar la participaci3n del mercado burs3til que interviene por medio de la BVG la negociaci3n de este tipo de papeles, para evitar que la competencia siga manteniendo el liderazgo.

Renta Fija

Valor ajustado efectivo en sucres



Gr3fico 2.7. Matriz BCG, An3lisis Renta Fija Valores Ajustado efectivo en sucres B.V.G.- B.V.Q.

Fuente: Bolsas de Valores Guayaquil y Quito

Elaborado por: M.PerezLlona

Fecha: Julio/1999

Tomando en consideración los plazos en las negociaciones en los papeles de renta fija, se puede observar claramente, la diferencia con los montos en efectivo en esta categoría. En los montos en efectivo ajustados, la BVG, es el líder dentro del mercado nacional, a pesar de que la BVQ ha experimentado un paulatino crecimiento de volúmenes negociados, pero en periodos más cortos de inversión, lo que convierte a esta Bolsa de Valores, en un canal de inversiones a corto plazo, que

TOTAL NEGOCIADO

Valor efectivo en sucres

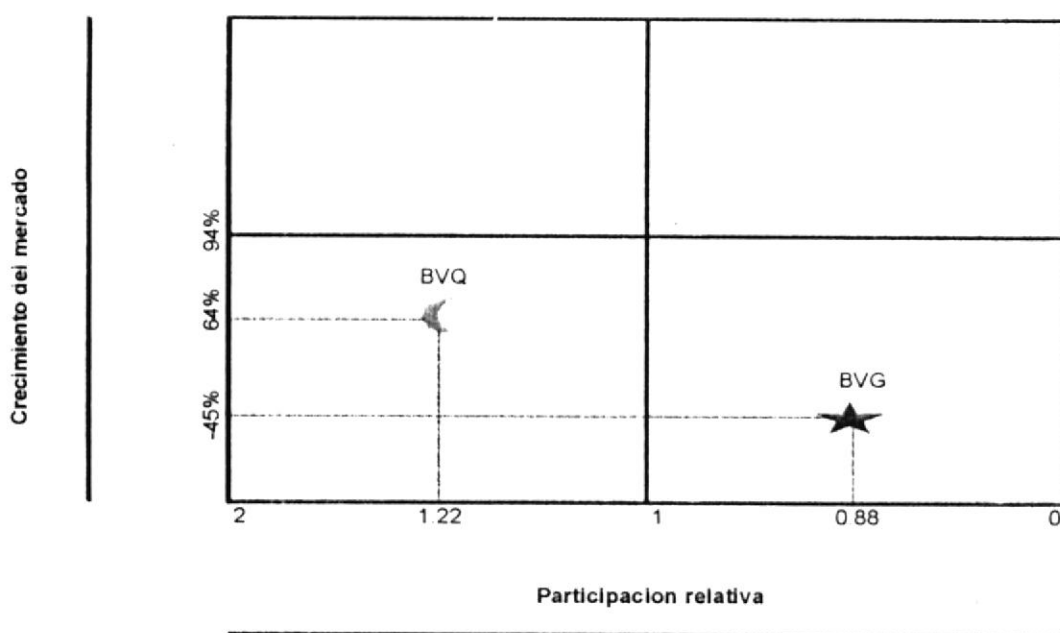


Gráfico 2.8. Matriz BCG, Análisis Total negociado Valores efectivos en sucres B.V.G.- B.V.Q.

Fuente: Bolsas de Valores Guayaquil y Quito

Elaborado por: M.PerezLlona

Fecha: Julio/1999

puede convertirse en una desventaja para esa institución. Mientras la Bolsa de Valores de Guayaquil está creando bases sólidas para fortalecer la economía nacional en el largo plazo, con una visión a futuro.

Comparando los totales nacionales en valores en efectivo de los documentos en renta variable y renta fija; la Bolsa de Valores de Quito posee una mayor participación relativa de mercado y crecimiento superior a los que mantiene la BVG, eso se puede deber a factores externos del mercado bursátil. La Bolsa de Valores de Guayaquil puede crear una ventaja diferencial, con el fin de atraer una significativa parte del mercado a sus puertas y promover el crecimiento del mercado.

La que también se puede incrementar, realizando una alianza estratégica con la BVQ y la CORPEI; porque, de esta manera se produciría un crecimiento del sector productivo y del nivel de ahorro dentro de las fronteras de nuestra nación; de la cual no solo los participantes de esta alianza serán los beneficiados, sino que todo que se extendería a todo el país.

Totales Negociados

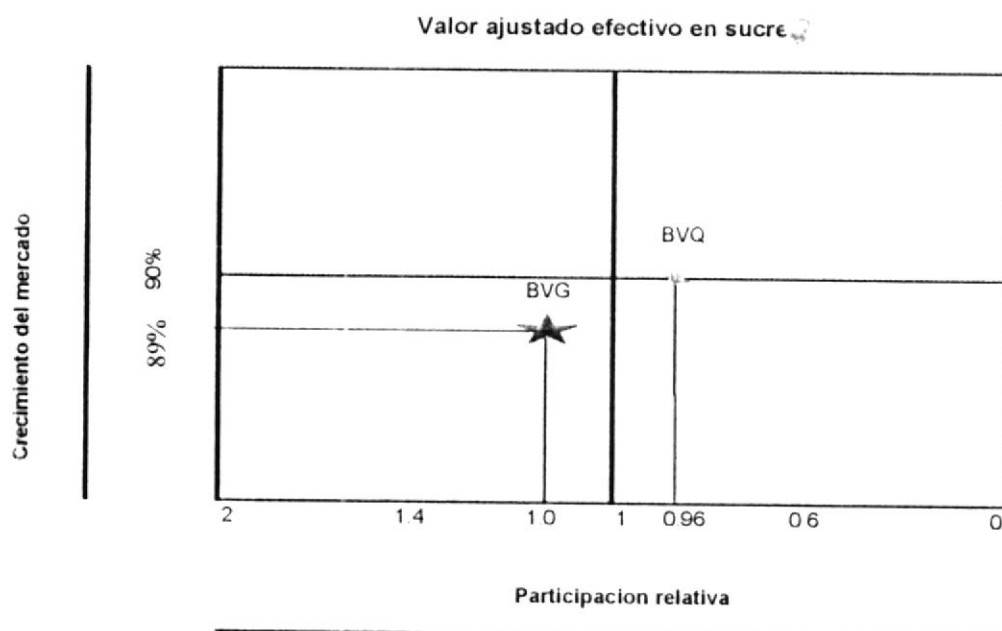


Gráfico 2.9. Matriz BCG, Análisis Total negociado Valores Ajustados efectivos en sucres B.V.G.- B.V.Q.

Fuente: Bolsas de Valores Guayaquil y Quito

Elaborado por: M.PerezLlona

Fecha: Julio/1999

La Bolsa de Valores de Guayaquil, a pesar de presentar un crecimiento menor al de su competidor, mantiene mayor volumen de negociaciones en cifras ajustadas, lo cual la sitúa en una posición estratégica de mayor ventaja; lo cual trae consigo la responsabilidad de mantener a sus clientes actuales satisfechos; también debe atraer mayor número de participes para de esta manera incrementar el

volumen de negociaciones; ubicándose como el líder indiscutible del mercado bursátil ecuatoriano.

3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Visión

Esta investigación será la base del proceso de mejora continua que implementará la Bolsa de Valores de Guayaquil, creando nuevas estrategias y promoviendo cambios en el Mercado de Valores en los que participen todos los actores sociales.

3.2. Misión

"La misión de nuestro proyecto es convertir a éste en una herramienta de mercado que analice y concrete medidas que le permitan a la Bolsa de Valores de Guayaquil mejorar y desarrollar el mercado bursátil entre sus Clientes Internos, sus Clientes Externos y el Público en General a través de la medición de niveles de conocimiento de productos y servicios".

3.3. PROPÓSITO GENERAL

La Investigación de Mercado para la Bolsa de Valores de Guayaquil está basada en el propósito general descrito a continuación:

❖ **Conocer el nivel de conocimiento y aceptación de los productos y servicios de la B.V.G.**

3.4. Población Objetivo

La población objetivo está conformada por tres segmentos de interés que describimos a continuación:

- **Clientes Internos:**

En lo que concierne a clientes internos tomamos en consideración como población objetivo de la investigación, al personal que labora en la Bolsa de Valores de Guayaquil.

La información pertinente fue proporcionada por la propia Bolsa de Valores de Guayaquil, a través del departamento de Divulgación dirigido por la Lcda. Priscila Tandazo, en donde de acuerdo a ésta

información la población totalizaba 63 empleados localizados en los siguientes departamentos: Dirección General, Secretaría General, Técnica y Desarrollo, Divulgación, Tesorería, Sistemas, Contabilidad, Administración, Operaciones y Organización y Métodos.

- **Clientes Externos:**

En lo que a clientes externos se refiere, tomamos en consideración a todas aquellas personas naturales o jurídicas que invierten o se financian a través de la Bolsa de Valores de Guayaquil, recibiendo además algún servicio o adquiriendo algún producto por parte de esta institución.

Como Clientes Externos se considera a los siguientes grupos:

- ❖ Administradoras de Fondos
- ❖ Casas de Valores
- ❖ Empresas Canceladas
- ❖ Emisores
- ❖ Seminaristas
- ❖ Empresas Canceladas



Al existir en este tipo de clientes, diferentes segmentos a estudiar, nuestra población la definimos para cada segmento a partir de la información proporcionada por la propia Bolsa de Valores de Guayaquil (Departamento de Divulgación), en donde posteriormente procedimos a trabajar sobre la base de esa información. Por esto a continuación anotamos cuáles son las poblaciones para cada segmento ya que se determinó un procedimiento estadístico acorde a cada uno de estos grupos de estudio.

Administradoras de Fondos con una población de 15 empresas, definidas como instituciones mediadoras que brindan información sobre las diferentes alternativas de inversión entre ellas las que se realizan con la B.V.G. Para la presente investigación se consideraron las administradoras de Guayaquil y Quito debido a que son las que registran un mayor movimiento.

Casas de Valores con 20 empresas inscritas en ese momento, las cuales trabajan directamente con la B.V.G., y que intervienen directamente en las operaciones en Bolsa.

Empresas Canceladas que suman 8 empresas, todas aquellas que dejaron de trabajar con la B.V.G.



Emisores con un total de 113 empresas repartidas entre Cuenca, Quito y Guayaquil, son todas aquellas que negocian sus acciones a través de la B.V.G. y que están inscritas en la misma.

Seminaristas definido como todos aquellos alumnos de colegios o universidades que hallan asistido a algún curso de capacitación o seminario dictado por la B.V.G.

Público en general: Este segmento se encuentra definido por todas aquellas personas naturales y jurídicas conocedoras o no del mercado bursátil, particularmente de la Bolsa de Valores de Guayaquil, que podrían en un futuro llegar a constituirse en clientes de esta institución. La población objetivo para este grupo también está dividida, ya que como sabemos esta compuesta por tres segmentos, que a continuación lo definimos:

- **Empresas Top del Ecuador**
- **Profesionales**
- **Estudiantes universitarios en carreras administrativas y afines**

Empresas Top del Ecuador Conformadas por las 1000 empresas más grandes del Ecuador, clasificadas de acuerdo a la rentabilidad obtenida en cada una de sus actividades y que se encuentren en las ciudades de Guayaquil, Quito y Cuenca, al constituirse en centros económicos importantes del país. Esta información fue proporcionada por la Superintendencia de Compañías

Profesionales Este segmento se encuentra definido por todas aquellas personas profesionales que poseen algún tipo de inversión que no sea capital de trabajo superior a USD\$2500. Esta población no es finita por la extensión que tiene.

Estudiantes Universitarios Este grupo lo conforman todos aquellos estudiantes de las diferentes instituciones de nivel superior de la ciudad de Guayaquil conocedores o no de la Bolsa de Valores de Guayaquil.

Para una mejor comprensión, a continuación se presenta una matriz que describe el propósito y los segmentos de interés de la investigación.

Cuadro 2.3 Propósitos para cada Segmento de Interés

	CLIENTES INTERNOS	CLIENTES EXTERNOS	PÚBLICO EN GENERAL
PRODUCTOS	Conocimiento y enfoque de los productos y servicios	Conocimiento, Utilidad, oportunidad, Satisfacción e interés de utilización de los productos y servicios.	Conocimiento del mercado bursátil, de los productos y servicios de la B.V.G.
Y			
SERVICIOS		Necesidades bursátiles Conocimiento de la B.V.G. y del mercado.	Necesidades bursátiles.

Fuente: Inv. de Mercado para la B.V.G.
Fecha: Julio/1999

Elaborado por: M.Pazmiño

3.5. OBJETIVOS GENERALES

1. Clientes Internos

- Medir el grado de conocimiento del enfoque de los productos y servicios.
- Determinar el grado de conocimiento de los productos y servicios.

2. Clientes Externos

- Grado de conocimiento de la B.V.G. y del mercado bursátil.



- b. Medir el grado de conocimiento de los productos y servicios.
- c. Determinar el grado de utilidad y oportunidad de los productos y servicios.
- d. Medir la satisfacción de los productos y servicios.
- e. Medir el interés de trabajo con la BVG

3. Público en General

- a. Medir el grado de conocimiento del mercado bursátil y de la BVG
- b. Determinar el grado de conocimiento de los productos y servicios que ofrece la BVG
- c. Conocer las necesidades bursátiles de este segmento.
- d. Conocer el interés de inversión y financiamiento a través de la BVG

3.6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Clientes Internos

- a.
 - Medir el grado de conocimiento del target sobre los productos y servicios.

- Determinar el grado de conocimiento de las razones principales para desarrollar productos en la B.V.G.

b.

- Determinar si conocen cuales son los productos y servicios de la B.V.G.
- Determinar el grado de conocimiento de las características de los productos y servicios.

Clientes Externos

a.

- Determinar el conocimiento de lo que es una bolsa de valores.
- Determinar el conocimiento de las actividades que se realizan en una bolsa de valores.
- Determinar el conocimiento de los actores que intervienen en la bolsa de valores.
- Determinar el conocimiento de lo que es el mercado bursátil.
- Determinar el conocimiento de lo que se negocia en un mercado bursátil.

b.

- Determinar si conocen cuales son los productos y servicios de la B.V.G.

- Determinar el grado de conocimiento de las características de los productos y servicios.

c.

- Determinar la utilidad de los productos y servicios de la B.V.G. para los clientes.
- Determinar la oportunidad de los productos y servicios de la B.V.G. para los clientes.

d.

- Conocer el grado de satisfacción de los productos y servicios.
- Conocer las necesidades de los clientes en cuanto a productos y servicios.

e.

- Conocer si trabajan con la BVG
- Conocer si seguirán trabajando con la BVG

Público en general

a.

- Determinar cuantas bolsas cree la gente que existen en el Ecuador.
- Determinar el conocimiento de lo que es una bolsa de valores.

- Determinar el conocimiento de las actividades que se realizan en una bolsa de valores.
- Determinar el conocimiento de los actores que intervienen en la bolsa de valores.
- Determinar el conocimiento de lo que es el mercado bursátil.
- Determinar el conocimiento de lo que se negocia en un mercado bursátil.

b.

- Determinar si conocen cuales son los productos y servicios de la B.V.G.
- Determinar el grado de conocimiento de las características de los productos y servicios.

c.

- Determinar los productos y servicios de la B.V.G: actuales que podrían ser utilizados por este segmento.
- Determinar los productos y servicios que pueden ser desarrollados para satisfacer las necesidades de este segmento.

d.

- Medir la potencialidad a la inversión y al financiamiento a través de la BVG.

- Medir el grado de atraktividad a la inversión y al financiamiento a través de la BVG.
- Medir las motivaciones que harían atractiva la inversión y al financiamiento a través de la BVG.

3.7. HIPÓTESIS

La Hipótesis general de la investigación sobre la que realizaremos la Investigación de Mercado para la Bolsa de Valores de Guayaquil es la siguiente:

- ✓ **Los productos y servicios de la BVG no satisfacen las necesidades de los clientes, porque el desconocimiento de los mismos produce su poca utilización, desaprovechándose todos los beneficios que ofrecen.**

Las Hipótesis para cada uno de los Objetivos Específicos se presentan a continuación:

Clientes Internos

a.

- 1 No existe un conocimiento del target de los productos y servicios.
- 2 No tienen un conocimiento adecuado del proceso para desarrollar productos.

b.

- 1 No conocen cuales son todos los productos de la B.V.G.
- 2 No conocen las características de los productos y servicios que ofrecen

Clientes Externos

a.

- 1 No conocen lo que es mercado bursátil
- 2 No conocen lo que se negocia en el mercado bursátil
- 3 No conocen lo que es una bolsa de valores.
- 4 No conocen las actividades que se realizan en una bolsa de valores
- 5 No conocen los actores que intervienen en la bolsa de valores

b.

- 1 Los clientes externos no conocen los productos y servicios que ofrece la B.V.G.

- 2 No conocen las características de los productos y servicios que ofrece la B.V.G.

c.

- 1 Los productos y servicios de la B.V.G. no son útiles para los clientes
- 2 Los productos y servicios de la B.V.G. no son oportunos para los clientes

d.

- 1 Los clientes no están satisfechos con los productos y servicios de la B.V.G.
- 2 Los clientes no necesitan productos y servicios diferentes a los que ofrece la B.V.G.

e.

- 1 Los clientes no seguirán trabajando con la BVG

Público en General

a.

- 1 El público en general no sabe cuantas bolsas de valores existen en el Ecuador
- 2 No conocen lo que es mercado bursátil
- 3 No conocen lo que se negocia en el mercado bursátil
- 4 No conocen lo que es una bolsa de valores.

5 No conocen las actividades que se realizan en una bolsa de valores

6 No conocen los actores que intervienen en la bolsa de valores

b.

1 El público en general no conoce cuales son los productos y servicios que ofrece la B.V.G.

2 No conoce las características de los productos y servicios que ofrece la B.V.G.

c.

1 Los productos y servicios actuales de la B.V.G. no pueden satisfacer necesidades del público en general

2 No existen productos y servicios que pueden ser desarrollados para el público en general.

d.

1 No existe un mercado potencial que invertiría o se financiaría a través de la BVG.

2 El nivel de atraktividad hacia la inversión y el financiamiento a través de la BVG es bajo.

3 La principal motivación para invertir y financiarse a través de la BVG es la seguridad y solidez.

3.8 Especificación de la información requerida

Al definir nuestros objetivos de la investigación que están basados en los requerimientos dados por la Bolsa de Valores, y en la que ya se especifican los segmentos por estudiar (clientes internos, clientes externos y público en general), tenemos que establecer **Cuáles** serán los grupos de estudio para cada segmento y de **Dónde** vamos a obtener esta información.

A continuación, describimos la clasificación de cada segmento con su respectiva fuente. Recalcando, que para esto ya se tienen definidos los Objetivos Generales y Específicos de la Investigación, como para los Segmentos; que han servido para que la información que se va a obtener a través de las Encuestas, sea de una fuente relevante para nuestra investigación.

1. **Clientes Internos.-** Lista de los empleados que laboran actualmente en la B.V.G. y los departamentos en los que trabajan, además de sus funciones.. La información es proporcionada por el departamento de Divulgación.

2. **Clientes Externos.-** Conformado por Emisores, Empresas Canceladas, Casa de Valores, Administradoras de Fondos y los Asistentes a los Seminarios ofrecidos por la Bolsa. Esta información es proporcionada por el departamento de Divulgación de la B.V.C., a través del CAPITAL, y listas específicas de clientes. Exceptuando las Administradoras de Fondos que se las obtiene en los informativos de la Superintendencia de Compañías.

3. **Público en General.-** Formado principalmente este segmento por las empresas más grandes del Ecuador, la información es obtenida en la Superintendencia de Compañías a través del Boletín anual Empresas Top del Ecuador 1998. También, definimos en este grupo a las Universidades de Guayaquil y a Profesionales con capacidad de inversión, cuya clasificación la realizamos el grupo de estudio.

Además de esto requerimos de la información necesaria para la elaboración de los cuestionarios puesto que nuestros objetivos están encaminados a medir niveles de conocimiento tanto del mercado bursátil como de los productos y servicios de la B.V.G. Entre la información requerida por este proceso está:



1. Conceptos y definiciones del mercado bursátil y de la bolsa de valores.. Información que podremos obtener en los diferentes informativos de la B.V.G. como la Guía didáctica del Mercado de Valores, Diccionario Financiero Bursátil., además de las revistas especializadas, etc.
2. Detalle de los productos y servicios que ofrece la bolsa de valores y sus respectivas características. Esta información es recabada en los brochures promocionales de la B.V.G. proporcionados por el departamento de Divulgación.

Para los análisis internos de la B.V.G. requerimos además:

1. Montos negociados actuales de la B.V.G. y la B.V.Q. Esta información será recabada en los informativos de la Superintendencia de Compañías.
2. Pilares estratégicos de la B.V.G. que los proporciona el departamento de Divulgación de la institución.
3. Análisis FODA realizado por los mismos departamentos de la B.V.G.



BIBLIOTECA

3.9. SEGMENTACIÓN

Para realizar la segmentación se tomó en cuenta como población todas aquellas personas naturales o jurídicas que hallan mantenido contacto ya sea directa o indirectamente, en la actualidad o en el pasado con la Bolsa de Valores de Guayaquil, así como los posibles clientes potenciales del mercado.

Considerando los objetivos que queremos alcanzar con la presente investigación, decidimos tomar como segmentos los siguientes grupos de interés los mismos que nos permitirán evaluar en forma más completa sus percepciones en el transcurrir de nuestra investigación.

3.9.1 Selección del tamaño de la muestra

3.9.1.1. Clientes Internos

El procedimiento estadístico que se escogió para el efecto de este segmento consistió en un Muestreo Proporcional, que calcula probabilidades de variables aleatorias distribuidas en el tiempo y en el espacio siendo muy apropiada cuando la probabilidad de un evento ocurra en un intervalo de tiempo como en cualquier otro y esta

ocurrencia no tengan efecto si ocurren o no otros eventos. En este caso nos referimos al Muestreo Proporcional cuando no se conoce la probabilidad de ocurrencia.

Para seleccionar el tamaño muestral, primero definimos las características de la población y de acuerdo a estas procedimos a buscar una fórmula que se adapte a estos requerimientos, llegando a la conclusión de utilizar la fórmula expuesta a continuación, que corresponde al muestreo proporcional.

$$n = (4 * P * Q * N) / [e^2 (N - 1) + 4 * P * Q]$$

n: Tamaño de la Muestra

P: Probabilidad de que el evento ocurra 50%

Q: Probabilidad de que el evento no ocurra 50%

e: Error permitido

N-1: Factor de Corrección por finitud (1)

El tamaño de muestra a seleccionar fue de 54 de una población de 63 personas clasificadas dentro del grupo de clientes internos. Para poder llevar a cabo esta selección se involucraron las siguientes variables en la expresión matemática antes mencionada:

1 José Nicolás Jany Investigación Integral de Mercados., 1era Edición m, MC. Graw Hill, capítulo

3, página 68,69.

poder llevar a cabo esta selección se involucraron las siguientes variables en la expresión matemática antes mencionada:

Tamaño Poblacional, representado por la letra **N** siendo su valor 63

Probabilidades de éxito o fracaso, representadas por las letras **P** y **Q** siendo su valor aproximado de 50% por cada una. Se adoptan estos valores para cada probabilidad puesto que desconocemos la varianza de la población, en otras palabras el tamaño de la muestra es proporcional al valor de la probabilidad de **P**, porque a medida que el valor de **P** aumenta el tamaño de la muestra disminuye o viceversa.

Error de estimación, representado por la letra **e** su definición es la diferencia entre el estadístico de prueba y el parámetro estimado. El valor

para esta variable está dado en un 5%, debido a que el nivel de confianza es de un 95%. Cabe indicar que a mayor tamaño de la muestra, el error de estimación disminuye y viceversa.

Tamaño de la muestra, representado por la letra **n** y cuyo resultado fue de 54 personas, obtenido con la evaluación de los valores en las variables anteriormente mencionadas

3.9.1.2. Clientes Externos

El procedimiento estadístico que se escogió para el efecto de este grupo de clientes, se compone de tres procesos diferentes aplicados a los distintos segmentos que componen los Clientes Externos, como ya se los señaló en la definición de la población objetivo. Así, tenemos el empleo de lo que se denomina un Censo y este se basa en tomar la totalidad de la población de determinado segmento, esto se hace cuándo la población en estudio su tamaño no es lo suficientemente confiable, por lo que mal se hiciera si tratamos de inferir al seleccionar una muestra; y el Muestreo Opinático (no probabilístico), que como su nombre lo indica, es una selección según la opinión y el criterio de expertos en el tema y del investigador, el cuál puede determinar que elementos hacen parte de la muestra y cuáles no. Es decir, determina según su opinión quiénes pueden pertenecer o no al grupo seleccionado dentro del proceso de investigación.

Luego de que la población quedó dividida se selecciona una muestra, esta debe estar basada en herramientas estadísticas correctas. Una vez culminado el proceso, la selección de la muestra se estableció en 179 personas.

3.9.1.2.1. Casas de Valores, Administradoras de Fondos y Empresas Canceladas

El proceso estadístico utilizado en estos segmentos es el censo. El motivo principal para decidimos por este método es que sus poblaciones son muy bajas, menores a 30 y como sabemos en Estadística con una población de este rango no se puede inferir y obtener datos confiables y significativos, por lo que decidimos tomar la totalidad de las respectivas poblaciones¹.

	N	n
Casas de Valores	20	20
Administradoras de Fondos	15	15
Empresas Canceladas	8	8

Las Administradoras de Fondos, como es del conocimiento de todos, algunas han cerrado debido a la crisis que tienen algunos bancos y que por lo tanto estas instituciones se han visto afectadas. Por tanto de las 15 administradoras al momento de realizar nuestro trabajo quedaron 11, por lo que las tomamos en su totalidad.

¹ José Nicolás Jany, Investigación Integral de Mercados. 1era Edición m, MC. Graw Hill, capítulo 3, página 50.

3.9.1.2.2. Emisores

El muestreo opinático ya explicado, lo aplicamos a los Emisores, basados principalmente en un muestreo de Comparación en donde la muestra seleccionada va de acuerdo con la experiencia o vivencia de cada uno de los expertos consultados y la posible contribución que estas muestras deben brindar.

Al respecto tuvimos algunas entrevistas con personas inmersas en este tipo de trabajos, más directamente con Consultoras que nos supieron sugerir que cuándo nos encontramos con poblaciones de este tipo (grandes), donde se estudian variables de tipo cualitativo como es la percepción de la calidad, imagen tanto del producto como de los servicios que reciben los grupos considerados en este caso, lo que debemos hacer es seleccionar a 70 personas de manera aleatoria e inferir al respecto, y claro esto es estadísticamente significativo. Lo que hemos hecho es estandarizar a todas las poblaciones que tienen poblaciones grandes, para así poder inferir un poco más acerca de cada grupo, con el fin de lograr lo que nos hemos propuesto.

Cabe resaltar que tuvimos una entrevista con el Matemático Illingworth , que antes de sus actuales funciones, había realizado este

tipo de investigaciones; él nos supo decir que era confiable el proceso que estabamos por seguir y que la decisión de tomar 70 personas para una muestra solo se aplicaba cuando eran mediciones cualitativas como es nuestro caso, en donde no importa tanto el tamaño de la muestra, ya que lo más trascendental es tratar de que el proceso investigativo tenga un seguimiento y permanencia.

Con un número de 70 distribuidos de la siguiente manera>

	N	n
Guayaquil	56	47
Quito	40	19
Cuenca	4	4

Para los Emisores Guayaquil la muestra tomada fue un 84% puesto que siendo la ciudad donde la incidencia de la B.V.G. es directa, es importante conocer la opinión de estas empresas. En los Emisores Quito la muestra tomada fue un 48%, debido a que este tamaño muestral nos permite inferir acerca de la población. Finalmente para los Emisores Cuenca se realizó un Censo, que era lo mas indicado debido al tamaño de la población.

3.9.1.2.3. Seminarios

Con un número de 70 personas y de manera proporcional asignamos un peso dependiendo del número de alumnos que asistieron a los seminarios en los diferentes establecimientos. Las Instituciones son:

	N	n
❖ Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	17	5
❖ ICHE – ESPOL	93	28
❖ Universidad de Especialidades Espíritu Santo	17	5
❖ Universidad Laica Vicente Rocafuerte	33	10
❖ Universidad Estatal	17	5
❖ Colegio Alemán	20	6
❖ Colegio Bernardino Echeverría	17	5
❖ Colegio Jefferson	17	5

De la base de datos de los asistentes a seminarios proporcionada por la B.V.G. se tomó el 30% de cada una de ellas, debido a que en poblaciones finitas el 30% es un estadístico aceptable.

3.9.1.3. Público en General

Conociendo que este segmento tiene poblaciones grandes, el procedimiento a seguir va a ser el mismo al aplicado en Clientes Externos (Emisores y Seminarios), que como ya lo dijimos es para estandarizar nuestras inferencias. Por lo tanto aquí también aplicaremos lo que denominamos un Muestreo Opinático (no probabilístico), que se basa en la opinión y criterio de expertos en el tema y de los responsables del trabajo de campo.

Una vez determinada las poblaciones, las muestras serán establecidas de acuerdo a la aplicación del procedimiento estadístico ya especificado.

Así, para las Top habíamos considerado tomar un número parecido a los de Profesionales y Universidades, pero al considerar este segmento como muy importante para la BVG, la decisión fue aumentar la muestra debido a que estas empresas están localizadas en tres ciudades, por lo que la información a recabar pasa a ser más interesante.

Por lo tanto, aplicaremos el muestreo opinático y la selección de los encuestados será aleatoria, de manera que nuestra muestra final queda establecida por 240 personas, que las describimos a continuación.

3.9.1.3.1 Empresas Top del Ecuador

Se decidió tomar como muestra a las 100 empresas más rentables del Ecuador basados en el informe de la Superintendencia de Compañías del año 1998, repartidas de la siguiente manera:

	n	PORCENTAJE DE MUESTRA
Guayaquil	45	45%
Quito	40	40%
Cuenca	15	15%

Esta proporción se dio, dada la importancia de los diferentes sectores en cada una de las ciudades y en el país en general.

3.9.1.3.2 Profesionales

Se tomó la muestra de 70 personas realizando las encuestas aleatoriamente a cualquier tipo de profesional, filtrando a los encuestados, con la premisa de que los mismos posean al menos USD\$2.500,00 para invertir a más de lo que ya posean como capital de trabajo. Mostrando de ésta manera que en este grupo objetivo un factor clave de análisis fue la rentabilidad.

3.9.1.3.3 Estudiantes Universitarios

Tomados 70 estudiantes de manera proporcional al ser siete las instituciones visitadas.

Para este segmento se consideró los siguientes grupos de instituciones:

- ❖ Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
- ❖ Instituto de Ciencias Humanísticas y Económicas (ESPOL)
- ❖ Universidad de Especialidades Espíritu Santo
- ❖ Universidad Santa María
- ❖ Brookdale College
- ❖ Blue Hill College
- ❖ Escuela de Negocios del Pacífico



Cabe resaltar que el parámetro para escoger a estas instituciones, es que estas personas debían estar en un nivel social medio – medio alto, ya que ésta característica les permite poder ingresar a este mercado.

Cuadro 3.1 Segmentación de Estudiantes Universitarios

	Eccnomia		*Adm. Emp.		Ing. Comercial		Finanzas		Gestión Emp.		Total
Católica	4	21%	1	3%	5	36%	0	0%	0	0%	10
Iche	10	53%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	10
U.E.E.S.	3	16%	4	13%	0	0%	1	33%	2	100%	10
Blue Hill	0	0%	8	25%	0	0%	2	67%	0	0%	10
Brookdale	1	5%	9	28%	0	0%	0	0%	0	0%	10
Santa María	1	5%	0	0%	9	64%	0	0%	0	0%	10
Esc.del Pacífico	0	0%	10	31%	0	0%	0	0%	0	0%	10
Total	19	100%	32	100%	14	100%	3	100%	2	100%	70

*Adm.Emp.: Administración de empresas, Sistemas de información gerencial y afines.

Fuente: Investigación de Mercado para la BVG

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de elaboración: Octubre/99

Lugar: Gquil.

El 46% de los encuestados en universidades correspondió a estudiantes de Administración de Empresas y afines. El 27%

correspondió a estudiantes de Economía, el 20% de Ingeniería Comercial. Finalmente el 4% y el 3% correspondió a Finanzas y Gestión Empresarial respectivamente, asignando así a cada carrera un porcentaje de acuerdo aproximadamente al número de estudiantes que existen en cada una de ellas.

3.10 DISEÑO DEL CUESTIONARIO

Cuadro 3.2 Proceso de la Investigación



Fuente: Investigación de Mercado para la BVG

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de elaboración: Octubre/99

Lugar: Gquil.

Como podemos observar en el gráfico anterior donde se muestra el procedimiento básico llevado a cabo para la elaboración de la investigación, el Diseño del Cuestionario es uno de los pasos fundamentales, pues el cuestionario debe reflejar, de manera clara y precisa las incógnitas planteadas en nuestras hipótesis, para ayudarnos así a cumplir nuestros objetivos en cuanto a necesidades de información que nos permitan tener una base sólida y veraz para nuestro análisis y recomendaciones.

El cuestionario debe ser claro, preciso, oportuno, tratando de ahorrar el menor tiempo posible de encuesta. Los principales factores a considerar para la elaboración de nuestro cuestionario son:

- ¿ Cumplir nuestros objetivos y verificar cada una de nuestras hipótesis, es decir, preguntar claramente lo que queremos saber.
- ¿ Cuando medimos niveles de conocimiento, dejar claros los conceptos de cada uno de los aspectos a encuestar, y tratar de hacerlo lo más sencillo posible para su rápida y fácil comprensión.
- ¿ Considerar el tiempo de los encuestados, puesto que gran parte de nuestro mercado objetivo son personas con altos cargos a nivel gerencial, por lo tanto su tiempo para ayudar a esta investigación

se ve aún más limitado, por lo que la encuesta no debe ser muy larga en número de preguntas.

- ? Estandarizar la mayor parte de posible respuestas perceptuales, optando por preguntas cerradas en la mayoría de ellas.
- ! Sólo en el caso necesario, para pedir alguna especificación, utilizar preguntas abiertas.
- ? Para certificar la validez de la información recabada en el cuestionario, se incluye en el encabezado el nombre de la empresa, la actividad de la misma, el nombre de la persona entrevistada así como su cargo y el teléfono en donde pueda ser contactada para la comprobación de la encuesta.
- ! Considerar cada uno de los segmentos de investigación, pues se debe tratar de estandarizar en la medida de lo posible los cuestionarios, de manera que puedan servir de base para los procesos futuros, sin tener que modificarse para cada segmento, pero así mismo es imposible de acuerdo a nuestras necesidades de información realizar un cuestionario para todos, por lo que nos vemos en la necesidad de especificar ciertas diferencias en las preguntas para cada uno de los grandes segmentos de estudio: Clientes Internos, Clientes Externos (con una variación para los asistentes a seminarios) y Público en General.



3.10.1 Cuestionario Clientes Internos

Nombre: _____
Cargo: _____ Teléfono: _____

1. Elija el segmento al cual usted cree están dirigidos los siguientes productos y servicios (Marque con una cruz)

	<u>Casas de Valores</u>	<u>Inversionistas</u>	<u>Estudiantes</u>	<u>Emisores</u>	<u>Profesionales</u>
Rueda a Viva Voz					
Rueda Electrónica					
Comp. de Saldos Netos					
Infobursátil					
Manual de Renta Fija					
DECEVALE					
Reuters					
Al Cierre					
Módulo Valorizador					
Transparencia					
Capital					
Dic. Financiero y Bursátil					
Guía didáctica					
Conf. y Cursos de Cap.					
Página Web					

2. ¿Cuál cree usted que es la razón principal para desarrollar un producto en la Bolsa de Valores?

- ❖ Necesidades de mercado
- ❖ Recursos disponibles dentro de la bolsa
- ❖ Benchmarking de los mercados internacionales
- ❖ Explotación de ideas creativas del personal de la B.V.G.
- ❖ Remuneración monetaria
- ❖ Otros

3. A continuación se enlistan productos y servicios que ofrece la B.V.G. Elija los productos y servicios y seleccione su correspondiente característica.

- | | |
|----------------------|---|
| 1. Rueda a Viva voz | ☐ Recoge los principales conceptos, metodología y fórmulas de valorización para las inversiones en títulos de renta fija |
| 2. Rueda Electrónica | ☐ Es una alternativa de publicidad y permite la posibilidad de realizar operaciones |

3. **Compensación de Saldos Netos** ☐ Requiere de la presencia física de los operadores. En ella se pueden negociar títulos de renta fija, variable y operaciones a plazo.
4. **Infobursátil** ☐ Permite realizar todas las operaciones de una mesa de piso desde la comodidad de sus oficinas
5. **Módulo Valorizador** ☐ Netea los pagos que las casas de valores hacen o reciben a fin de efectuar un solo pago o cobro según el resultado de sus operaciones diarias
6. **DECEVALE** ☐ Toda la información de las posturas de oferta y demanda así como las transacciones cerradas, pueden ser visualizadas a través de este sistema de información internacional
7. **Reuters** ☐ Promoción de las ventajas y beneficios de la inversión en el Ecuador y su mercado de valores. Además de cursos específicos sobre el mercado de valores y sus herramientas
8. **Al cierre** ☐ Recopilación de los términos de finanzas y bolsas más utilizados a nivel mundial
9. **Transparencia** ☐ Contiene información bursátil, económica y financiera, así como un análisis de sus principales tendencias durante el mes presente
10. **Capital** ☐ Boletín diario coleccionable con la más completa información bursátil y financiera, de los mercados nacionales e internacionales
11. **Manual de Renta Fija** ☐ Boletín mensual que resume todo lo acontecido en el mes precedente y el acumulado del año en curso en el mercado bursátil a nivel nacional
12. **Diccionario Financiero y Bursátil** ☐ Un moderno sistema de consulta que permite realizar cálculos interactivos de valorización
13. **Guía Didáctica** ☐ Guía sobre empresas inscritas en la bolsa donde se encuentra toda su información general y financiera
14. **Conferencias y Cursos de Capacitación** ☐ Folleto que incluye definiciones legales, explicaciones, ilustraciones de los conceptos que involucra el mercado de valores
15. **Internet** ☐ Entidad que tendrá como función la custodia, compensación y liquidación de los títulos valores

3.10.2 Cuestionario Clientes Externos

Nombre de la empresa: _____	Actividad: _____
Nombre del entrevistado: _____	Cargo: _____
Teléfono Empresa: _____	Entrevistado: _____

1. ¿Cómo definiría usted al mercado bursátil. Marque con una X.

El mercado bursátil es:

- ❖ En donde las ventas se realizan a un precio superior al máximo autorizado por la ley.



- ❖ En donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones
- ❖ Un conjunto de instituciones financieras que realizan la oferta y demanda de préstamos financieros

2. ¿Sabe usted lo que se negocia en el mercado bursátil?
Marque con una X.

- ❖ Acciones, obligaciones, pagarés, bonos.
- ❖ Hipotecas, cupones, bonos
- ❖ Cheques a fecha, dinero

3. ¿Qué es para usted una bolsa de valores? Marque con una X.

- ❖ Mercado en el que participan intermediarios (operadores) debidamente autorizados con el propósito de realizar operaciones (compra o venta) de títulos de valores emitidos por empresas inscritas en ella (emisores).
- ❖ Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas, además de brindar asesoría en materia de finanzas corporativas a las empresas.
- ❖ Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

4. ¿Cuál de las siguientes definiciones explica mejor las actividades que se realizan en una bolsa de valores? Marque con una X.

- ❖ Negociar acciones
- ❖ Proveer servicios financieros y bancarios para los bancos privados y públicos en el país
- ❖ Compra y o venta de títulos valores emitidos por empresas (emisoras) y participan también intermediarios y operadores

5. ¿Cuáles de los siguientes son para usted los actores que intervienen directamente en la bolsa de valores. Marque con una X.

- ❖ Gobierno, público en general y bancos
- ❖ Operadores de valores, emisores e inversionistas
- ❖ Grandes y medianas empresas

6. ¿Trabaja actualmente con la B.V.G.?

Si ☐ No ☐

7. ¿Seguirá trabajando o volverá a trabajar con la B..V.G.?

Si ☐ No ☐

8. ¿Cuál de los siguientes productos y servicios ha escuchado?
Marque con una X

- ❖ Rueda a Viva voz
- ❖ Rueda Electrónica
- ❖ Compensación de Saldos Netos

- ❖ Infobursátil
- ❖ Módulo Valorizador
- ❖ DECEVALE
- ❖ Reuters
- ❖ Al cierre
- ❖ Transparencia
- ❖ Capital
- ❖ Manual de Renta Fija
- ❖ Diccionario financiero y Bursátil
- ❖ Guía Didáctica de mercados de valores
- ❖ Conferencias y cursos de Capacitación
- ❖ Internet

9. A continuación se enlistan los productos y servicios brindados por la BVG. Escoja el producto o servicio que más ha utilizado y señale la característica correspondiente a ese servicio.

- | | |
|---------------------------------------|--|
| 1. Rueda a Viva voz | () Recoge los principales conceptos, metodología y fórmulas de valorización para las inversiones en títulos de renta fija |
| 2. Rueda Electrónica | () Es una alternativa de publicidad y permite la posibilidad de realizar operaciones |
| 3. Compensación de Saldos Netos | () Requiere de la presencia física de los operadores. En ella se pueden negociar títulos de renta fija, variable y operaciones a plazo. |
| 4. Infobursátil | () Permite realizar todas las operaciones de una mesa de piso desde la comodidad de sus oficinas |
| 5. Módulo Valorizador | () Netea los pagos que las casas de valores hacen o reciben a fin de efectuar un solo pago o cobro según el resultado de sus operaciones diarias |
| 6. DECEVALE | () Toda la información de las posturas de oferta y demanda así como las transacciones cerradas, pueden ser visualizadas a través de este sistema de información internacional |
| 7. Reuters | () Promoción de las ventajas y beneficios de la inversión en el Ecuador y su mercado de valores. Además de cursos específicos sobre el mercado de valores y sus herramientas |
| 8. Al cierre | () Recopilación de los términos de finanzas y bolsas más utilizados a nivel mundial |
| 9. Transparencia | () Contiene información bursátil, económica y financiera, así como un análisis de sus principales tendencias durante el mes presente |
| 10. Capital | () Boletín diario coleccionable con la más completa información bursátil y financiera, de los mercados nacionales e internacionales |
| 11. Manual de Renta Fija | () Boletín mensual que resume todo lo acontecido en el mes precedente y el acumulado del año en curso en el mercado bursátil a nivel nacional |
| 12. Diccionario Financiero y Bursátil | () Un moderno sistema de consulta que permite realizar cálculos interactivos de valorización |
| 13. Guía Didáctica | () Guía sobre empresas inscritas en la bolsa donde se encuentra toda su información general y financiera |

14. Conferencias
y Cursos de
Capacitación

II Folleto que incluye definiciones legales, explicaciones,
ilustraciones de los conceptos que involucra el mercado de
valores

15. Internet

II Entidad que tendrá como función la custodia, compensación y
liquidación de los títulos valores

10. ¿Cómo considera para Ud. la información brindada por los productos y servicios?

- ❖ Muy Util
- ❖ Util
- ❖ Poco Util
- ❖ Nada Util

11. ¿Cree usted que el precio compensa los servicios recibidos?

Si ☐

No ☐

12. ¿Generalmente usted recibe el producto o servicio de la BVG cuando lo necesita?

Siempre ☐

A veces ☐

Nunca ☐

3.10.3 Cuestionario Seminarios

Nombre de la institución:	_____	Actividad:	_____
Nombre del entrevistado:	_____	Teléfono:	_____
Carrera	_____	o	_____
		especialización:	_____

1. ¿Cómo definiría usted al mercado bursátil. Marque con una X.

El mercado bursátil es:

- ❖ En donde las ventas se realizan a un precio superior al máximo autorizado por la ley.
- ❖ En donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones
- ❖ Un conjunto de instituciones financieras que realizan la oferta y demanda de préstamos financieros

2. ¿Sabe usted lo que se negocia en el mercado bursátil.? Marque con una X.

- ❖ Acciones, obligaciones, pagarés, bonos.
- ❖ Hipotecas, cupones, bonos
- ❖ Cheques a fecha, dinero



3. ¿Qué es para usted una bolsa de valores? Marque con una X.

- ❖ Mercado en el que participan intermediarios (operadores) debidamente autorizados con el propósito de realizar operaciones (compra o venta) de títulos de valores emitidas por empresas inscritas en ella (emisores).
- ❖ Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas, además de brindar asesoría en materia de finanzas corporativas a las empresas.
- ❖ Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

4. ¿Cuál de las siguientes definiciones explica mejor las actividades que se realizan en una bolsa de valores? Marque con una X.

- ❖ Negociar acciones
- ❖ Proveer servicios financieros y bancarios para los bancos privados y públicos en el país
- ❖ Compra y o venta de títulos valores emitidos por empresas (emisoras) y participan también intermediarios y operadores

5. ¿Cuáles de los siguientes son para usted los actores que intervienen directamente en la bolsa de valores. Marque con una X.

- ❖ Gobierno, público en general y bancos
- ❖ Operadores de valores, emisores e inversionistas
- ❖ Grandes y medianas empresas

6. ¿Volvería a recibir algún seminario de la BVG?

Si ☐ No ☐

7. ¿Cuál de los siguientes productos y servicios ha escuchado? Marque con una X

- ❖ Rueda a Viva voz
- ❖ Rueda Electrónica
- ❖ Compensación de Saldos Netos
- ❖ Infobursátil
- ❖ Módulo Valorizador
- ❖ DECEVALE
- ❖ Reuters
- ❖ Al cierre
- ❖ Transparencia
- ❖ Capital
- ❖ Manual de Renta Fija
- ❖ Diccionario financiero y Bursátil
- ❖ Guía Didáctica de mercados de valores
- ❖ Conferencias y cursos de Capacitación
- ❖ Internet

8. A continuación se enlistan los productos y servicios brindados por la BVG. Escoja el producto o servicio que más ha utilizado y señale la característica correspondiente a ese servicio.

- | | | |
|---|--------------------------|--|
| 1. Rueda a Viva voz | ☐ | Recoge los principales conceptos, metodología y fórmulas de valorización para las inversiones en títulos de renta fija |
| 2. Rueda Electrónica | ☐ | Es una alternativa de publicidad y permite la posibilidad de realizar operaciones |
| 3. Compensación de Saldos Netos | ☐ | Requiere de la presencia física de los operadores. En ella se pueden negociar títulos de renta fija, variable y operaciones a plazo. |
| 4. Infobursátil | ☐ | Permite realizar todas las operaciones de una mesa de piso desde la comodidad de sus oficinas |
| 5. Módulo Valorizador | ☐ | Netea los pagos que las casas de valores hacen o reciben a fin de efectuar un solo pago o cobro según el resultado de sus operaciones diarias |
| 6. DECEVALE | ☐ | Toda la información de las posturas de oferta y demanda así como las transacciones cerradas, pueden ser visualizadas a través de este sistema de información internacional |
| 7. Reuters | ☐ | Promoción de las ventajas y beneficios de la inversión en el Ecuador y su mercado de valores. Además de cursos específicos sobre el mercado de valores y sus herramientas |
| 8. Al cierre | ☐ | Recopilación de los términos de finanzas y bolsas más utilizados a nivel mundial |
| 9. Transparencia | ☐ | Contiene información bursátil, económica y financiera, así como un análisis de sus principales tendencias durante el mes presente |
| 10. Capital | ☐ | Boletín diario coleccionable con la más completa información bursátil y financiera, de los mercados nacionales e internacionales |
| 11. Manual de Renta Fija | ☐ | Boletín mensual que resume todo lo acontecido en el mes precedente y el acumulado del año en curso en el mercado bursátil a nivel nacional |
| 12. Diccionario Financiero y Bursátil | ☐ | Un moderno sistema de consulta que permite realizar cálculos interactivos de valorización |
| 13. Guía Didáctica | ☐ | Guía sobre empresas inscritas en la bolsa donde se encuentra toda su información general y financiera |
| 14. Conferencias y Cursos de Capacitación | ☐ | Folleto que incluye definiciones legales, explicaciones, ilustraciones de los conceptos que involucra el mercado de valores |
| 15. Internet | ☐ | Entidad que tendrá como función la custodia, compensación y liquidación de los títulos valores |

9. ¿Cómo considera para Ud. la información brindada por los productos y servicios?

- ❖ Muy Util
- ❖ Util
- ❖ Poco Util



❖ Nada Util

10. ¿Cree usted que el precio compensa los servicios recibidos?

Si ☐

No ☐

3.10.4 Cuestionario Público en General

Estudiante	☐	Universidad:	_____	Carrera:	_____
	☐				
Profesional	☐			Profesión:	_____
	☐				
Empresa Trp	☐	Nombre Empresa:	_____	Actividad:	_____
		Nombre del entrevistado:	_____	Cargo:	_____
Sexo:	M	F	Edad:	_____	Teléfono: _____

*** Sólo para profesionales**

Tiene usted algún tipo de inversión que no sea capital de trabajo mayor a USD\$2.500,00?

Si ☐

No ☐ (Si es no terminar la encuesta)

1. ¿Cómo definiría usted al mercado bursátil. Marque con una X.

El mercado bursátil es:

- ❖ En donde las ventas se realizan a un precio superior al máximo autorizado por la ley.
- ❖ En donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones
- ❖ Un conjunto de instituciones financieras que realizan la oferta y demanda de préstamos financieros

2. ¿Sabe usted lo que se negocia en el mercado bursátil?

Marque con una X.

- ❖ Acciones, obligaciones, pagarés, bonos.
- ❖ Hipotecas, cupones, bonos
- ❖ Cheques a fecha, dinero

3. ¿Qué es para usted una bolsa de valores?

Marque con una X.

- ❖ Mercado en el que participan intermediarios (operadores) debidamente autorizados con el propósito de realizar operaciones (compra o venta) de títulos de valores emitidas por empresas inscritas en ella (emisores).
- ❖ Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas, además de brindar asesoría en materia de finanzas corporativas a las empresas.



- ❖ Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

4. **¿Cuál de las siguientes definiciones explica mejor las actividades que se realizan en una bolsa de valores? Marque con una X.**

- ❖ Negociar acciones
- ❖ Proveer servicios financieros y bancarios para los bancos privados y públicos en el país
- ❖ Compra y o venta de títulos valores emitidos por empresas (emisoras) y participan también intermediarios y operadores

5. **Cuales de los siguientes son para usted los actores que intervienen directamente en la bolsa de valores. Marque con una X.**

- ❖ Gobierno, público en general y bancos
- ❖ Operadores de valores, emisores e inversionistas
- ❖ Grandes y medianas empresas

6. **Seleccione las Bolsas de Valores que usted sabe existen en el país.**

- ❖ Bolsa de Valores de Guayaquil
- ❖ Bolsa de Valores de Quito
- ❖ Bolsa de Valores de Manta
- ❖ Bolsa de Valores de Cuenca

7. **¿Conoce algún producto o servicio de la BVG?(Si es ninguno pasar a la 9)**

- ❖ Todos
- ❖ Alguno
- ❖ Ninguno

8. **¿Podría mencionar al menos algún producto que usted conoce?**

- ❖ Rueda a Viva voz
- ❖ Rueda Electrónica
- ❖ Compensación de Saldos Netos
- ❖ Infobursátil
- ❖ Módulo Valorizador
- ❖ DECEVALE
- ❖ Reuters
- ❖ Al cierre
- ❖ Transparencia
- ❖ Capital
- ❖ Manual de Renta Fija
- ❖ Diccionario financiero y Bursátil
- ❖ Guía Didáctica de mercados de valores
- ❖ Conferencias y cursos de Capacitación
- ❖ Internet



BIBLIOTECA

9. **¿Puede mencionar algo del último producto que nombró?**

**10. ¿Invertiría a través de la BVG?**Si ☐No ☐**11. ¿Qué tan atractivo le resultaría invertir a través de la BVG?**

- ❖ Muy Atractivo
- ❖ Atractivo
- ❖ Poco Atractivo
- ❖ Nada Atractivo

12. ¿Cuáles son las motivaciones que harían que Ud. invierta a través de la BVG? Califíquelas en orden de importancia

	Muy Importante	Importante	Poco Importante	Nada Importante
Ofrezca rendimientos altos				
Costos bajos				
Segura y sólida				
Servicios variados				
Sean amables				
Rápidos y ágiles				
Otros				

13. ¿Se financiaría a través de la BVG?Si ☐No ☐**14. ¿Qué tan atractivo le resultaría financiarse a través de la BVG?**

- ☐ Muy Atractivo
- ☐ Atractivo
- ☐ Poco Atractivo
- ☐ Nada Atractivo

15. ¿Cuáles son las motivaciones que harían que Ud. se financie a través de la BVG? Califíquelas en orden de importancia

	Muy Importante	Importante	Poco Importante	Nada Importante
Tasas de interés bajas				
Costos bajos				
Segura y sólida				
Servicios variados				
Sean amables				
Rápidos y ágiles				
Otros				

16. Del siguiente listado de productos de la BVG ¿Cuál podría serle útil?

- | | | |
|---|--------------------------|--|
| 1. Rueda a Viva voz | ☐ | Recoge los principales conceptos, metodología y fórmulas de valorización para las inversiones en títulos de renta fija |
| 2. Rueda Electrónica | ☐ | Es una alternativa de publicidad y permite la posibilidad de realizar operaciones |
| 3. Compensación de Saldos Netos | ☐ | Requiere de la presencia física de los operadores. En ella se pueden negociar títulos de renta fija, variable y operaciones a plazo. |
| 4. Infobursátil | ☐ | Permite realizar todas las operaciones de una mesa de piso desde la comodidad de sus oficinas |
| 5. Módulo Valorizador | ☐ | Netea los pagos que las casas de valores hacen o reciben a fin de efectuar un solo pago o cobro según el resultado de sus operaciones diarias |
| 6. DECEVALE | ☐ | Toda la información de las posturas de oferta y demanda así como las transacciones cerradas, pueden ser visualizadas a través de este sistema de información internacional |
| 7. Reuters | ☐ | Promoción de las ventajas y beneficios de la inversión en el Ecuador y su mercado de valores. Además de cursos específicos sobre el mercado de valores y sus herramientas |
| 8. Al cierre | ☐ | Recopilación de los términos de finanzas y bolsas más utilizados a nivel mundial |
| 9. Transparencia | ☐ | Contiene información bursátil, económica y financiera, así como un análisis de sus principales tendencias durante el mes presente |
| 10. Capital | ☐ | Boletín diario coleccionable con la más completa información bursátil y financiera, de los mercados nacionales e internacionales |
| 11. Manual de Renta Fija | ☐ | Boletín mensual que resume todo lo acontecido en el mes precedente y el acumulado del año en curso en el mercado bursátil a nivel nacional |
| 12. Diccionario Financiero y Bursátil | ☐ | Un moderno sistema de consulta que permite realizar cálculos interactivos de valorización |
| 13. Guía Didáctica | ☐ | Guía sobre empresas inscritas en la bolsa donde se encuentra toda su información general y financiera |
| 14. Conferencias y Cursos de Capacitación | ☐ | Folleto que incluye definiciones legales, explicaciones, ilustraciones de los conceptos que involucra el mercado de valores |
| 15. Internet | ☐ | Entidad que tendrá como función la custodia, compensación y liquidación de los títulos valores |

17. ¿Necesita algún producto diferente a los que ofrece la BVG actualmente?

Si ☐ No ☐

18. ¿Qué características o beneficios cree Ud. debería tener este producto?

3.11 Criterios de Actuación

Dentro de los cuestionarios existieron preguntas en donde se debía escoger la respuesta correcta, las mismas que se encuentran sombreadas en los respectivos cuadros, y descrita en los gráficos.

Se sacaron Indices que permiten una mejor comprensión de la situación de la BVG, los mismos que fueron obtenidos de la siguiente manera: De una escala de 1 a 10 se califica equitativamente entre las alternativas de la pregunta, es decir 1 al peor de los casos y 10 al mejor, por ejemplo cuando existe Muy Util (10), Util (7), Poco Util (3), Nada Util (1), estos valores se multiplican por el porcentaje obtenido por cada alternativa para finalmente sumarlos.

3.12 Trabajo de Campo

Inicialmente se realizó una encuesta en donde se pregunto las motivaciones para invertir y financiarse, las que tenían mayor porcentaje se usaron para incluirlas en el cuestionario con el fin de evaluar el grado de importancia. Luego se realizó una encuesta de prueba para corroborar que los cuestionarios estuvieran correctamente diseñados, finalmente se procedió a realizar la respectiva encuesta.

Para la encuesta a los Clientes Internos, la BVG designó un horario por departamentos para que se realice la respectiva encuesta. Algunos Emisores y Empresas Top se encontraban en la ciudad de Quito y Cuenca, por lo que fue necesario viajar a las mencionadas ciudades para realizar las respectivas encuestas. Antes de realizar los viaje se sacaron citas, de tal manera que se pudiera certificar la atención de ellos.

Es muy importante identificar la persona a la que se le realizará la encuesta, debido a que es la que brindará toda la información y se debe estar seguro que sea la que mayor contacto tenga con la Bolsa de Valores, es así que se definió que en las Casas de Valores se encuestara a los Operadores de Valores; en las Administradoras de Fondos, empresas Canceladas, empresas Emisoras y empresas Top a los Gerentes Generales o Financieros caso contrario a los delegados por ellos que tengan contacto con la Bolsa de Valores o que tomen decisiones de inversión.

Para las encuestas a los Asistentes a Seminarios así como para las Universidades se pidió permiso en los Colegios y Universidades para ingresar a las instituciones a realizar las encuestas. Finalmente el trabajo de campo duró aproximadamente 2 meses y medio.

IV TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

4.1. TABULACIÓN

4.1.1. Tablas de Clientes Internos

Cuadro 4.1. Grado de conocimiento del target del servicio Rueda a viva voz

Pregunta # 1 Elija el segmento al que usted cree están dirigidos los siguientes productos y servicios

	Casas de Valores	Inversionistas	Estudiantes	Emisores	Profesionales
Dirección General	2	1	0	1	0
Administración	5	0	0	0	0
Sistemas	6	4	1	2	1
Operaciones	7	1	0	1	0
Tesorería	3	3	0	1	0
Técnica y Desarrollo	12	1	0	1	0
Divulgación	3	1	1	1	1
Contabilidad	4	2	0	2	0
Org. y Métodos	6	1	0	1	0
Secretaría General	4	2	0	1	0
Total	52	16	2	11	2
%	63%	19%	2%	13%	2%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: P. Barrera

Fecha de Elaboración: Agosto 15/99

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.2. Grado de conocimiento del target del servicio Rueda Electrónica

Pregunta # 1 Elija el segmento al que usted cree están dirigidos los siguientes productos y servicios

	Casas de Valores	Inversionistas	Estudiantes	Emisores	Profesionales
Dirección General	2	1	0	1	0
Administración	4	1	0	0	0
Sistemas	6	2	0	0	0
Operaciones	7	2	0	1	0
Tesorería	4	2	0	0	0
Técnica y Desarrollo	12	1	0	2	0
Divulgación	3	0	0	0	0
Contabilidad	3	2	1	1	1
Org. y Métodos	6	2	0	3	0
Secretaría General	4	1	0	0	0
Total	51	14	1	8	1
%	68%	19%	1%	11%	1%

Fuente: Encuesta de mercado para la R.M.C.

Elaborado por: P. Barrera

Fecha de elaboración: Agosto 15/99

Lugar: Bogotá



**Cuadro 4.3. Grado de conocimiento del target del servicio
Compensación de Saldos Netos**

Pregunta # 1 Elija el segmento al que usted cree están dirigidos los siguientes productos y servicios

	Casas de Valores	Inversionistas	Estudiantes	Emisores	Profesionales
Dirección General	2	1	0	0	0
Administración	4	1	0	1	0
Sistemas	7	0	0	0	0
Operaciones	7	1	0	1	0
Tesorería	4	3	0	1	0
Técnica y Desarrollo	12	0	0	2	0
Divulgación	2	0	0	1	0
Contabilidad	4	1	0	0	0
Org. y Métodos	6	1	0	1	0
Secretaría General	3	1	0	0	0
Total	51	9	0	7	0
%	76%	13%	0%	10%	0%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: P. Barrera

Fecha de Elaboración: 1 de mayo de 1999

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.4. Grado de conocimiento del target del producto Infobursátil

Pregunta # 1 Elija el segmento al que usted cree están dirigidos los siguientes productos y servicios

	Casas de Valores	Inversionistas	Estudiantes	Emisores	Profesionales
Dirección General	1	2	0	2	2
Administración	2	4	1	5	4
Sistemas	3	7	4	3	5
Operaciones	3	5	2	4	3
Tesorería	4	4	3	4	4
Técnica y Desarrollo	11	8	2	4	3
Divulgación	3	2	0	1	0
Contabilidad	3	3	1	4	2
Org. y Métodos	5	6	1	3	2
Secretaría General	2	3	1	3	1
Total	37	44	15	33	26
%	24%	28%	10%	21%	17%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: P.E. 1999

Fecha de Elaboración: Agosto 15/99

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.5. Grado de conocimiento del target del producto Manual de Renta Fija

Pregunta # 1 Elija el segmento al que usted cree están dirigidos los siguientes productos y servicios

	Casas de Valores	Inversionistas	Estudiantes	Emisores	Profesionales
Dirección General	2	2	0	2	2
Administración	5	1	0	0	0
Sistemas	5	5	2	1	3
Operaciones	5	6	4	4	4
Tesorería	4	4	3	4	4
Técnica y Desarrollo	9	7	6	3	4
Divulgación	2	2	0	2	0
Contabilidad	3	3	1	3	2
Org. y Métodos	5	3	2	3	2
Secretaría General	3	1	0	0	0
Total	43	34	18	22	21
%	31%	25%	13%	16%	15%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: P. Barrera

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.6. Grado de conocimiento del target del servicio DECEVALE

Pregunta # 1 Elija el segmento al que usted cree están dirigidos los siguientes productos y servicios

	Casas de Valores	Inversionistas	Estudiantes	Emisores	Profesionales
Dirección General	2	1	0	1	0
Administración	4	4	0	2	1
Sistemas	5	3	0	3	1
Operaciones	4	4	1	2	2
Tesorería	4	1	0	4	0
Técnica y Desarrollo	11	5	0	5	0
Divulgación	3	1	0	1	0
Contabilidad	3	3	0	3	0
Org. y Métodos	3	2	0	2	0
Secretaría General	3	1	0	1	0
Total	42	25	1	24	4
%	44%	26%	1%	25%	4%

Fuente: Encuesta de conocimiento del target de la B.V.G.

Elaborado por: P. Barrera

Fecha: 11 de marzo de 1999

Lugar: Bogotá





Cuadro 4. Grado de conocimiento del target del sector de la B.V.G. (Datatec)

Pregunta # 1 Elija el segmento al que usted cree están dirigidos los siguientes productos y servicios

	Casas de Valores	Inversionistas	Estudiantes	Emisores	Profesionales
Dirección General	2	2	1	2	1
Administración	3	2	1	4	1
Sistemas	5	5	2	3	4
Operaciones	4	4	1	2	4
Tesorería	4	3	1	3	1
Técnica y Desarrollo	7	10	3	5	3
Divulgación	2	1	0	1	0
Contabilidad	3	3	0	1	1
Org. y Métodos	5	5	1	4	2
Secretaría General	2	2	0	1	0
Total	37	37	10	26	17
%	29%	29%	8%	20%	13%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: P. Barrera
Fecha de Elaboración: Agosto 16/99
Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.8. Grado de conocimiento del target del producto Al Cierre

Pregunta # 1 Elija el segmento al que usted cree están dirigidos los siguientes productos y servicios

	Casas de Valores	Inversionistas	Estudiantes	Emisores	Profesionales
Dirección General	2	2	0	2	2
Administración	3	3	1	4	3
Sistemas	4	7	2	3	6
Operaciones	5	7	3	4	4
Tesorería	4	4	2	4	3
Técnica y Desarrollo	8	10	4	9	6
Divulgación	2	3	0	3	0
Contabilidad	2	4	2	3	3
Org. y Métodos	6	5	2	4	3
Secretaría General	3	3	1	3	2
Total	39	48	17	39	32
%	22%	27%	10%	22%	18%

Fuente: Investigación de Mercado para la B.V.G.

Elaborado por: P. Barrera

Fecha de Elaboración: Agosto, 1999

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.9. Grado de conocimiento del target del servicio Módulo Valorizador

Pregunta # 1 Elija el segmento al que usted cree están dirigidos los siguientes productos y servicios

	Casas de Valores	Inversistas	Estudiantes	Emisores	Profesionales
Dirección General	2	2	0	0	0
Administración	5	1	0	2	0
Sistemas	5	5	0	2	1
Operaciones	6	2	1	1	1
Tesorería	4	0	1	0	1
Técnica y Desarrollo	10	4	1	2	1
Divulgación	2	0	0	0	0
Contabilidad	4	3	1	3	2
Org. y Métodos	4	1	1	2	1
Secretaría General	3	1	0	1	0
Total	45	19	5	13	7
%	51%	21%	6%	15%	8%

Fuente: Investigación de mercados para la S.V.G.

Elaborado por: D. Gómez

Fecha de Elaboración: agosto 2008

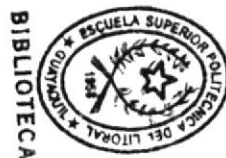
Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.10. Grado de conocimiento del target del producto Transparencia

Pregunta # 1 Elija el segmento al que usted cree están dirigidos los siguientes productos y servicios

	Casas de Valores	Inversionistas	Estudiantes	Emisores	Profesionales
Dirección General	2	2	0	2	1
Administración	4	4	1	5	4
Sistemas	3	6	2	2	3
Operaciones	5	7	1	5	3
Tesorería	4	4	0	4	2
Técnica y Desarrollo	10	12	6	9	6
Divulgación	3	3	0	1	0
Contabilidad	4	4	2	3	2
Org. y Métodos	5	4	1	4	2
Secretaría General	3	2	1	2	2
Total	43	48	14	37	25
%	26%	29%	8%	22%	15%



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: P. Barrera

Fecha de Elaboración: Agosto de 99

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.11. Grado de conocimiento del target del producto Capital

Pregunta # 1 Elija el segmento al que usted cree están dirigidos los siguientes productos y servicios

	Casas de Valores	Inversionistas	Estudiantes	Emisores	Profesionales
Dirección General	2	2	1	2	2
Administración	4	4	3	5	4
Sistemas	5	6	6	6	6
Operaciones	5	6	2	5	3
Tesorería	4	4	2	4	3
Técnica y Desarrollo	8	12	10	10	10
Divulgación	2	3	1	3	2
Contabilidad	4	4	2	3	2
Org. y Métodos	4	6	3	5	2
Secretaría General	3	3	2	3	3
Total	41	50	32	46	37
%	20%	24%	16%	22%	18%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Barrera

Fecha de Elaboración: Agosto 16/99



Cuadro 4.12. Grado de conocimiento del target del producto
Diccionario Financiero y Bursátil

Pregunta # 1 Elija el segmento al que usted cree están dirigidos los siguientes productos y servicios

	Casas de Valores	Inversionistas	Estudiantes	Emisores	Profesionales
* Dirección General	2	2	2	2	2
Administración	3	4	5	4	5
Sistemas	1	4	6	1	7
Operaciones	5	3	6	3	6
Tesorería	3	3	4	2	4
Técnica y Desarrollo	6	5	11	5	10
Divulgación	2	0	3	0	3
Contabilidad	1	1	4	1	4
Org. y Métodos	0	3	6	0	6
Secretaría General	2	2	3	2	3
Total	25	27	50	20	50
%	15%	16%	29%	12%	29%

Fuente: Investigación de mercados de la U.V.G.

Elaborado por: P. Ramírez

Fecha de Elaboración: 10/09/99

Lugar: Guaymas, Coah.



Cuadro 4.13. Grado de conocimiento del target del producto
Guía Didáctica del Mercado de Valores

Pregunta # 1 Elija el segmento al que usted cree están dirigidos los siguientes productos y servicios

	Casas de Valores	Inversionistas	Estudiantes	Emisores	Profesionales
Dirección General	2	2	2	2	2
Administración	3	3	5	3	4
Sistemas	2	5	6	2	6
Operaciones	5	3	7	3	7
Tesorería	3	3	4	2	4
Técnica y Desarrollo	6	5	11	5	10
Divulgación	1	1	3	0	2
Contabilidad	1	2	4	1	4
Org. y Métodos	1	3	5	1	4
Secretaría General	2	3	3	2	3
Total	26	30	50	21	46
%	15%	17%	29%	12%	27%

Fuente: Investigación realizada por la B.V.G.

Elaborado por: P. Carrera

Fecha de Elaboración: Agosto 2009

Lugar: Bogotá



Cuadro 4.14. Grado de conocimiento del target del servicio
Conferencia y Cursos de Capacitación

Pregunta # 1 Elija el segmento al que usted cree están dirigidos los siguientes productos y servicios

	Casas de Valores	Inversionistas	Estudiantes	Emisores	Profesionales
Dirección General	2	2	2	2	2
Administración	3	3	4	3	4
Sistemas	3	6	6	3	7
Operaciones	5	2	7	3	7
Tesorería	4	3	3	2	4
Técnica y Desarrollo	6	6	12	5	10
Divulgación	0	1	1	0	2
Contabilidad	1	2	4	1	4
Org. y Métodos	4	4	6	4	5
Secretaría General	2	2	3	2	3
Total	30	31	48	25	48

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G

Elaborado por: P. Barrera

Fecha de elaboración: agosto 16/99

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.15. Grado de conocimiento del target del servicio Página Web

Pregunta # 1 Elija el segmento al que usted cree están dirigidos los siguientes productos y servicios

	Casas de Valores	Inversionistas	Estudiantes	Emisores	Profesionales
Dirección General	2	2	2	2	2
Administración	4	5	4	5	4
Sistemas	6	7	7	5	7
Operaciones	4	6	5	4	4
Tesorería	4	4	4	4	4
Técnica y Desarrollo	10	11	10	11	11
Divulgación	1	3	3	1	3
Contabilidad	4	4	4	4	4
Org. y Métodos	6	6	5	6	5
Secretaría General	3	3	3	3	3
Total	44	51	47	45	47
%	19%	22%	20%	19%	20%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: P. Barrera

Fecha de elaboración: Agosto 16/99



ACEPTACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA B.V.G.



Cuadro 4.16. Grado de conocimiento de las razones principales para desarrollar productos dentro de la BVG

Pregunta # 2 ¿Cuál cree usted es la razón principal para desarrollar un producto en la B.V.G.?

	Oper.		Divul.		Tesoreria		Sistemas		Cont.		O y M		S. General		D. General		Adm		Téc. y Des.		Total	%
1	6	86%	1	33%	4	100%	7	100%	3	75%	5	83%	4	100%	2	100%	4	80%	10	83%	46	85%
2																	1	20%	1	8%	2	4%
3			2	67%					1	25%	1	17%							1	8%	5	9%
4																					0	0%
5																					0	0%
6	1	14%																			1	2%
Total	7		3		4		7		4		6		4		2		5		12		54	100%

1 *Necesidades del mercado*

2 *Benchmarking*

3 *Ideas*

4 *Recursos*

5 *Remuneracion*

6 *Otros*

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: P. Barrera

Fecha de Elaboración: Agosto 16/99

Lugar: Guayaquil

**Cuadro 4.17. Nivel de conocimiento de las características
de los productos y servicios de la BVG**

Pregunta # 3 Se enlistan los product. y serv. que ofrece la BVG, seleccione su característica

	Oper.		Divul.		Tesorería		Sistemas		Cont.		O y M		S. General		D. General		Adm		Téc. y Des.		Total	
	Corr.	Inc.	Corr.	Inc.	Corr.	Inc.	Corr.	Inc.	Corr.	Inc.	Corr.	Inc.	Corr.	Inc.	Corr.	Inc.	Corr.	Inc.	Corr.	Inc.	Corr.	Inc.
1	100%		100%		75%	25%	100%		100%		100%		100%		100%		100%	0%	75%	25%	95%	5%
2	100%		100%		75%	25%	100%		100%		100%		100%		100%		100%	0%	75%	25%	95%	5%
3	100%		100%		75%	25%	100%		100%		100%		100%		100%		75%	25%	75%	25%	93%	8%
4	29%	71%	67%	33%	50%	50%	29%	71%	50%	50%	17%	83%		100%	50%	50%	75%	25%	67%	33%	43%	57%
5	100%		100%		75%	25%	86%	14%	50%	50%	100%		100%		100%		75%	25%	75%	25%	86%	14%
6	57%	43%	100%		50%	50%	71%	29%	100%		83%	17%	75%	25%	100%		0%	100%	75%	25%	71%	29%
7	100%		100%		75%	25%	71%	29%	50%	50%	100%		75%	25%	100%		75%	25%	75%	25%	82%	18%
8	29%	71%	67%	33%	50%	50%	43%	57%	100%		50%	50%	25%	75%	50%	50%	50%	50%	58%	42%	52%	48%
9	57%	43%	100%		100%		86%	14%	50%	50%	83%	17%	25%	75%	100%		100%	0%	100%	0%	80%	20%
10	57%	43%	100%		75%	25%	86%	14%	100%		100%		50%	50%	100%		75%	25%	75%	25%	82%	18%
11	43%	57%	100%		75%	25%	71%	29%	100%		100%		25%	75%	100%		75%	25%	75%	25%	76%	24%
12	100%		100%		75%	25%	71%	29%	75%	25%	100%		50%	50%	100%		50%	50%	75%	25%	80%	20%
13	71%	29%	100%		75%	25%	71%	29%	75%	25%	83%	17%	75%	25%	100%		25%	75%	67%	33%	74%	26%

- | | |
|-------------------------|------------------------------------|
| 1 Rueda a viva voz | 8 Transparencia |
| 2 Rueda electrónica | 9 Capital |
| 3 Comp. de saldos netos | 10 Diccionario Financiero Bursátil |
| 4 Infobursátil | 11 Guía Didáctica |
| 5 DECEVALE | 12 Conferencias y Cursos |
| 6 Reuters | 13 Internet |
| 7 Al Cierre | |

Elaborado por la Asociación de mercado para la BVG

Elaborado por: P. Barrera

Fecha de Elaboración: Agosto 17/99

Sección de





4.1.2. Tablas de Clientes Externos

4.1.2.1. Tablas de Clientes Externos Totales

Cuadro 4.18. Nivel de conocimiento del mercado bursátil

PREGUNTA #1 Cómo definiría usted al mercado bursátil?

Alternativa	Casas de Valores	Adm.de Fondos	Emisores	Emp.canceladas	Seminarios	Totales
A	10%	9%	1%	100%	7%	10%
B	60%	64%	83%	0%	83%	75%
C	30%	27%	16%	0%	10%	15%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

- A En donde las ventas se realizan a un precio superior al máximo autorizado por la ley.
- B En donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones.
- C Un conjunto de instituciones financieras que realizan la oferta y demanda de préstamos financieros.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC.Perezlona

Fecha de Elaboración: Agosto 25/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.19. Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil

PREGUNTA #2 Sabe usted lo que se negocia en el mercado bursátil?

Alternativa	Casas de Valores	Adm.de Fondos	Emisores	Emp.canceladas	Seminarios	Totales
A	100%	100%	96%	100%	86%	93%
B	0%	0%	4%	0%	14%	7%
C	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

- A Acciones, obligaciones, pagarés, bonos.
 B Hipotecas, cupones, bonos.
 C Cheques a fecha, dinero.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC.Perezilona

Fecha de Elaboración: Agosto 25/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.20. Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores

PREGUNTA #3 Qué es para usted una Bolsa de Valores?

Alternativa	Casas de Valores	Adm.de Fondos	Emisores	Emp.canceladas	Seminarios	Totales
A	95%	91%	96%	88%	71%	85%
B	5%	9%	4%	0%	14%	8%
C	0%	0%	0%	13%	14%	6%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

- A Mercado en el que participan intermediarios debidamente autorizados con el propósito de realizar operaciones de títulos de valores emitidas por empresas inscritas en ella.
 B Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas, además de brindar asesoría en materia de finanzas corporativas a las empresas.
 C Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC.Perezilona

Fecha de Elaboración: Agosto 25/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.21. Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores
PREGUNTA #4 Cuál son las actividades que se realizan en la bolsa de valores?

Alternativa	Casas de Valores	Adm.de Fondos	Emisores	Emp.canceladas	Seminarios	Totales
A	5%	0%	9%	13%	33%	18%
B	5%	0%	6%	0%	7%	6%
C	90%	100%	86%	88%	59%	77%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

- A Negociar Acciones
B Proveer Servicios Financieros y bancarios para los bancos privados y públicos en el país
C Compra y o venta de títulos valores emitidos por empresas (emisoras)
y participan tambien intermediarios y operadores

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: MC.Perezllona
Fecha de Elaboración: Agosto 25/99
Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.22. Nivel de conocimiento de actores que intervienen en bolsa de valores
PREGUNTA #5 Cuales son los actores que intervienen en la bolsa de valores?

Alternativa	Casas de Valores	Adm.de Fondos	Emisores	Emp.canceladas	Seminarios	Totales
A	15%	9%	19%	13%	33%	23%
B	85%	91%	80%	75%	58%	72%
C	0%	0%	1%	13%	9%	5%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

- A Gobierno, público en general y bancos.
B Operadores de valores, emisores e inversionistas
C Grandes y medianas empresas.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: MC.Perezllona
Fecha de Elaboración: Agosto 25/99
Lugar: Guayaquil

**Cuadro 4.23. Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G.**

PREGUNTA #6 Trabaja actualmente con la B.V.G.?
¿Volvería a recibir algún seminario dictado por la BVG?

Alternativa	Casas de Valores	Adm.de Fondos	Emisores	Emp.canceladas	Seminarios	Totales
Si Trabaja	95%	91%	86%	0%	93%	86%
No trabaja	5%	9%	14%	100%	7%	14%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC.Perezllona

Fecha de Elaboración: Agosto 26/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.24. Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G.

PREGUNTA #7 Seguirá trabajando o volverá a trabajar con la B.V.G.?
¿Volvería a recibir algún seminario dictado por la BVG?

Alternativa	Casas de Valores	Adm.de Fondos	Emisores	Emp.canceladas	Seminarios	Totales
SI	100%	100%	99%	38%	93%	93%
NO	0%	0%	1%	63%	7%	7%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC.Perezllona

Fecha de Elaboración: Agosto 26/99

Lugar: Guayaquil

**Cuadro 4.25. Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios****PREGUNTA #8** Cuál de los siguientes productos y servicios ha escuchado?**Seminarios** ¿Qué productos y/o servicios conoce de la BVG?

Alternativa	Casas de Valores	Adm.de Fondos	Emisores	Emp.canceladas	Seminarios	Totales
1	9,5%	63,6%	62,9%	37,5%	66,7%	57%
2	8,5%	72,7%	54,3%	50,0%	46,4%	47%
3	0,0%	36,3%	24,3%	12,5%	2,9%	13%
4	8,0%	45,4%	42,9%	37,5%	34,8%	36%
5	6,0%	18,1%	12,9%	0,0%	2,9%	8%
6	6,0%	36,3%	28,6%	12,5%	5,8%	17%
7	7,5%	63,6%	41,4%	25,0%	10,1%	26%
8	8,0%	27,2%	50,0%	75,0%	52,2%	46%
9	7,0%	45,4%	32,9%	25,0%	13,0%	23%
10	6,5%	36,3%	45,7%	25,0%	27,5%	33%
11	8,5%	36,3%	34,3%	25,0%	13,0%	23%
12	6,0%	45,4%	44,3%	75,0%	29,0%	36%
13	5,5%	45,4%	37,1%	37,5%	23,2%	29%
14	6,0%	45,4%	48,6%	50,0%	79,7%	56%
15	7%	36,3%	47,1%	50,0%	65,2%	49%
						100%

1 : Rueda a viva voz

2: Rueda electrónica

3: Compensación de saldos netos

4: Infobursátil

5: Módulo Valorizador

6: DECEVALE

7: Reuters

8: Al Cierre

9: Transparencia

10: Capital

11: Manual de Renta Fija

12: Diccionario Financiero y bursátil

13: Guía Didáctica del Mercado de Valores

14: Conferencia y Cursos de Capacitación

15: Internet

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G

Elaborado por: MC.Perezllona

Fecha de Elaboración: Agosto 26/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.26. Productos y servicios más utilizados

PREGUNTA #9a. A continuación se enlistan los prod/servicios brindados por la BVG.
Escoja el producto o servicio que más ha utilizado.

Alternativa	Casas de Valores	Adm.de Fondos	Emisores	Emp.canceladas	Totales
1	30%	27%	9%	13%	15%
2	60%	18%	10%	0%	19%
3	0%	0%	0%	0%	0%
4	0%	9%	11%	0%	8%
5	0%	0%	3%	0%	2%
6	0%	0%	0%	0%	0%
7	0%	0%	6%	0%	4%
8	10%	27%	17%	50%	19%
9	0%	9%	1%	13%	3%
10	0%	0%	19%	0%	12%
11	0%	0%	7%	13%	6%
12	0%	0%	6%	0%	4%
13	0%	0%	3%	0%	2%
14	0%	0%	3%	13%	3%
15	0%	9%	6%	0%	5%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

- 1 : Rueda a viva voz
- 2: Rueda electrónica
- 3: Compensación de saldos netos
- 4: Infobursátil
- 5: Módulo Valorizador

- 6: DECEVALE
- 7: Reuters
- 8: Al Cierre
- 9: Transparencia
- 10: Capital

- 11: Manual de Renta Fija
- 12: Diccionario Financiero y bursátil
- 13: Guía Didáctica del Mercado de Valores
- 14: Conferencia y Cursos de Capacitación
- 15: Internet

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.C.

Elaborado por: MC. Perezilona

Fecha de Terminación: Agosto 27/99

Lugar: Caracas

Cuadro 4.27. Nivel de conocimiento de los productos y servicios

PREGUNTA #9.b. De acuerdo a las respuestas, conocen los prod/serv de la BVG?

Alternativa	Casas de Valores	Adm.de Fondos	Emisores	Emp.canceladas	Totales
SI	80%	64%	66%	38%	66%
NO	20%	36%	34%	63%	34%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC.Perezllona

Fecha de Elaboración: Agosto 27/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.28. Medición de la utilidad de la información

PREGUNTA #10 Cómo considera la utilidad de la información brindada por los prod/serv de la BVG?

Alternativa	Casas de Valores	Adm.de Fondos	Emisores	Emp.canceladas	Seminarios	Totales
Muy util	70%	36%	40%	38%	36%	41%
Util	30%	64%	59%	63%	61%	57%
Poco util	0%	0%	1%	0%	3%	2%
Nada util	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC.Perezllona

Fecha de Elaboración: Agosto 27/99

Lugar: Guayaquil

**Cuadro 4.29. Satisfacción del precio de los productos y servicios****PREGUNTA #11** Considera que el precio de los prod/serv compensa los servicios recibidos?

Alternativa	Casas de Valores	Adm.de Fondos	Emisores	Emp.canceladas	Seminarios	Totales
SI	70%	82%	89%	63%	74%	79%
NO	30%	18%	11%	38%	22%	19%
No sabe					4%	2%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC.Perezllona

Fecha de Elaboración: Agosto 27/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.30. Satisfacción de los productos y servicios**PREGUNTA #12** Podría decirnos el grado de satisfacción de los prod y/o serv?

Alternativa	Casas de Valores	Adm.de Fondos	Emisores	Emp.canceladas	Seminarios	Totales
Muy satisfecho	10%	9%	17%	25%	23%	19%
Satisfecho	85%	91%	79%	75%	74%	78%
Poco satisfecho	5%	0%	4%	0%	3%	3%
Nada satisfecho	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC.Perezllona

Fecha de Elaboración: Agosto 27/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.31. Oportunidad de los productos

PREGUNTA #13 Generalmente usted recibe el producto cuando lo necesita?

Alternativa	Casas de Valores	Adm.de Fondos	Emisores	Emp.canceladas	Totales
Siempre	75%	73%	57%	63%	62%
A veces	20%	27%	39%	38%	34%
Nunca	5%	0%	4%	0%	4%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC.Perezllona

Fecha de Elaboración: Agosto 27/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.32. Facilidad de comunicación con la B.V.G.

PREGUNTA #14 Cuando usted lo necesita, logra comunicarse fácilmente?

Alternativa	Casas de Valores	Adm.de Fondos	Emisores	Emp.canceladas	Totales
SI	95%	100%	93%	88%	94%
NO	5%	0%	7%	13%	6%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC.Perezllona

Fecha de Elaboración: Agosto 27/99

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.33. Necesidad de Productos Diferentes

PREGUNTA #15 Necesita usted algún producto diferente a los que ofrece la B.V.G.?

Alternativa	Casas de Valores	Adm.de Fondos	Emisores	Emp.canceladas	Seminarios	Totales
SI	20%	27%	26%	13%	4%	16%
NO	80%	73%	74%	88%	96%	84%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

PREGUNTA #16 Qué característica o beneficio debería tener?

SI

Actualización para los operadores

Análisis del entorno para aplicar (mercados específicos)

Imprimir liquidaciones de Bolsa desde la Oficina

Cta. Cte al exterior

Mayor información acerca del mercado extranjero no solo índices sino también emisores

* INFORME DE PORTAFOLIOS DE FONDOS Y MONTOS DE PAPELES NEGOCIABLES MENSUALES Y POR EMPRESAS

* BAJO COSTO, PRECIO JUSTO RN FUNCION BENEFICIO

FORMAR ADJUDICACIONES SUBASTAS, INFORMES FINANCIEROS DE BANCOS, TASAS DE ACTIVOS Y PA
FUTUROS DE TITULOS (DIVISAS)

* Facilidad de financiamiento cualquier negocio

* Facilidad para negociación entre empresas sin negociar títulos valores

APERTURA DE CAPITAL

CULTURA Y PROFESIONALIDAD DE LA EMPRESA

INFORMACION DE MOVIM.DE BOLSA

ACTUALIZAR CAPITAL

PAPELES DE CORTO PLAZO

PROMOCION AL EXTERIOR

ESTANDARIZADO SISTEMA DE INF. GERENCIAL

FLEXIBILIDAD EN HORARIO

SERVICIO EN PROCESOS MAS RAPIDO

INFORMACION ACTUAL Y MONITORES *

INFORME DIARIO OFERTA Y DEMANDA DEL MERCADO

QUE DIFUSION

NECESITAN PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS

AYUDA PARA NEGOCIAR LOS CDR

GENERAR A TRAVES DE COLATERALES

AMPLIAR CONCEPTOS MAS DIDACTICOS

MAYOR ESPECIFICACION

MAYOR DIFUSION 1

FUTURO DE MONEDAS

Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC.Perez Illana

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

en C. Aguil

4.1.2.2. Tablas Casas de Valores

CARGO: OPERADORES 20

☐ RESPUESTA CORRECTA

Cuadro 4.34. Nivel de conocimiento del mercado bursátil

PREGUNTA #1 Cómo definiría usted al mercado bursátil?

	TOTAL	PORCENTAJES
A	2	10%
B	12	60%
C	6	30%
TOTAL	20	100%

- A En donde las ventas se realizan a un precio superior al máximo autorizado por la ley
B En donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones
C Un conjunto de instituciones financieras que realizan la oferta y demanda de préstamos financieros

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: C. Arcos

Fecha de Elaboración: Agosto 10/99

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.35. Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el merc. bursátil
PREGUNTA #2 Sabe usted lo que se negocia en el mercado bursátil?

	TOTAL	PORCENTAJES
A	20	100%
B	0	0%
C	0	0%
TOTAL	20	100%

A: Acciones, obligaciones, pagarés, bonos
C: Cheques a fecha, dinero
B: Hipotecas, cupones, bonos

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: C. Arccs
Fecha de Elaboración: Agosto 10/99
Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.36. Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores
PREGUNTA #3 Qué es para usted una Bolsa de Valores?

	TOTAL	PORCENTAJES
A	19	95%
B	1	5%
C	0	0%
TOTAL	20	100%

- A Mercado de participación entre intermediarios debidamente autorizados con el propósito de realizar operaciones de títulos valores emitidas por empresas inscritas
B Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas, ofreciendo además asesoría en finanzas
C Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportaciones de accionistas que responden al monto de sus acciones

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: C. Arccs

Fecha de Elaboración: Agosto 10/99
Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.37. Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores

PREGUNTA #4Cuál son las actividades que se realizan en la bolsa de valores?

	TOTAL	PORCENTAJES
A	1	5%
B	1	5%
C	18	90%
TOTAL	20	100%

- A Negociar Acciones
 B Proveer Servicios Financieros y bancarios para los bancos privados y públicos en el país
 C Compra y o venta de títulos valores emitidos por empresas (emisoras) y participan también intermediari y operadores

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: C. Arcos
 Fecha de Elaboración: Agosto 10/99
 Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.38. Nivel de conocimiento actores que intervienen en bolsa de valores

PREGUNTA #5 Cuales son los actores que intervienen en la bolsa de valores?

	TOTAL	PORCENTAJES
A	3	15%
B	17	85%
C	0	0%
TOTAL	20	100%

- A Gobierno,público en general y bancos
 B Operaciones de Valores y emisores
 C Grandes y medianas Empresas

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: C. Arcos
 Fecha de Elaboración: Agosto 10/99
 Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.39. Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G.
PREGUNTA #6 Trabaja actualmente con la B.V.G.?

	TOTAL	PORCENTAJES
Si Trabaja	19	95%
No trabaja	1	5%
TOTAL	20	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: C. Arcos
 Fecha de Elaboración: Agosto 10/99
 Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.40. Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G.
PREGUNTA #7 Seguirá trabajando o volverá a trabajar con la B.V.G.?

	TOTAL	PORCENTAJES
SI	20	100%
NO	0	0%
TOTAL	20	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: C. Arcos
 Fecha de Elaboración: Agosto 10/99
 Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.41. Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios

PREGUNTA #8 Cuál de los siguientes productos y servicios ha escuchado?

	TOTAL	PORCENTAJES
Rueda a viva voz	19	95%
Rueda electrónica	17	85%
Compenzación de saldos netos	0	0%
Infobursátil	16	80%
Módulo Valorizador	12	60%
Decevale	12	60%
Reuters	15	75%
Al cierre	16	80%
Transparencia	14	70%
Capital	13	65%
Manual de Renta Fija	17	85%
Diccionario financiero y bursátil	12	60%
Guía didáctica del Mercado de Valores	11	55%
Conferencias y Cursos de Capacitación	12	60%
Internet	15	75%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: C. Arcos

Fecha de Elaboración: Agosto 11/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.42. Productos y servicios más utilizados

PREGUNTA #9a. Se enlistan los prod/serv brindados por la BVG. Elija prod/serv que más ha utilizado.

	TOTAL	PORCENTAJES
1 Rueda a viva voz	6	30%
2 Rueda electrónica	12	60%
3 Compenzación de saldos netos	0	0%
4 Infobursátil	0	0%
5 Módulo Valorizador	0	0%
6 Decevale	0	0%
7 Reuters	0	0%
8 Al cierre	2	10%
9 Transparencia	0	0%
10 Capital	0	0%
11 Manual de Renta Fija	0	0%
12 Diccionario financiero y bursátil	0	0%
13 Guía didáctica del Mercado de V	0	0%
14 Conferencias y Cursos de Capac	0	0%
15 Internet	0	0%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: C. Arcos

Fecha de Elaboración: Agosto 11/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.43. Nivel de conocimiento de los productos y servicios

PREGUNTA #9.b. De acuerdo a las respuestas, conocen los product/serv. de la B.V.G.?

	TOTAL	PORCENTAJES
SI	16	80%
NO	4	20%
TOTAL	20	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: C. Arcos

Fecha de Elaboración: Agosto 11/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.44. Medición de la utilidad de la información

PREGUNTA #10 Cómo considera la utilidad de la información brindada por los prod/serv. de la B.V.G.?

Muy Util
Util
Poco Util
Nada Util

	TOTAL	PORCENTAJES
A	14	70%
B	6	30%
C	0	0%
D	0	0%
TOTAL	20	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: C. Arcos

Fecha de Elaboración: Agosto 11/99

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.45. Satisfacción del precio de los productos y servicios

PREGUNTA #11 Considera que el precio de los prod/serv compensa los servicios recibidos?

	TOTAL	PORCENTAJES
SI	14	70%
NO	6	30%
TOTAL	20	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: C. Arcos

Fecha de Elaboración: Agosto 11/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.46. Satisfacción de los productos y servicios

PREGUNTA #12 Podría decirnos el grado de satisfacción de los prod y/o serv?

	TOTAL	PORCENTAJES
Muy Satisfecho A	2	10%
Satisfecho B	17	85%
Poco Satisfecho C	1	5%
Nada Satisfecho D	0	0%
TOTAL	20	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: C. Arcos

Fecha de Elaboración: Agosto 11/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.47. Oportunidad de los productos

PREGUNTA #13 Generalmente usted recibe el producto cuando lo necesita?

Siempre
A veces
Nunca

	TOTAL	PORCENTAJES
A	15	75%
B	4	20%
C	1	5%
TOTAL	20	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: C. Arcos
Fecha de Elaboración: Agosto 11/99
Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.48. Facilidad de comunicación con la B.V.G.

PREGUNTA #14 Cuando usted lo necesita, logra comunicarse fácilmente?

	TOTAL	PORCENTAJES
SI	19	95%
NO	1	5%
TOTAL	20	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: C. Arcos
Fecha de Elaboración: Agosto 11/99
Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.49. Necesidad de Productos Diferentes

PREGUNTA #15 Necesita usted algún producto diferente a los que ofrece la B.V.G.?

	TOTAL	PORCENTAJES
SI	4	20%
NO	16	80%
TOTAL	20	100%

PREGUNTA #16 Qué característica o beneficio debería tener?

SI ACTUALIZACIÓN PARA LOS OPERADORES

ANÁLISIS DEL ENTORNO PARA APLICAR (mercados específicos)

IMPRIMIR LIQUIDACIONES DE BOLSA DESDE LA OFICINA

MAYOR INFORMACION DE EMISORES DEL MERCADO EXTRANJERO

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: C. Arcos

Fecha de Elaboración: Agosto 11/99

Lugar: Guayaquil



4.1.2.3. Tablas de Emisores

4.1.2.3.1. Tablas de Emisores Totales

CARGO:	GERENTE GENERAL:	5	CONTADOR:	6
	TESORERO:	10	SUBGERENTE FINANCIERO:	2
	GERENTE FINANCIERO:	45	JEFE DE INVERSIONES:	2
			☐ RESPUESTA CORRECTA	

ACTIVIDAD:

<i>a</i>	Agricultura, Caza, Silvicultura y Pesca	3
<i>b</i>	Bienes Inmuebles, Electricidad, Gas y Agua	3
<i>c</i>	Comercio al por mayor y al por menor, Restaurantes y Hoteles	12
<i>d</i>	Construcción	2
<i>e</i>	Establecimientos Financieros y Servicios Prestados a las Empresas	34
<i>f</i>	Industrias Manufactureras	14
<i>g</i>	Transportes, Almacenamiento y Comunicaciones	2

Cuadro 4.50. Nivel de conocimiento del mercado bursátil

PREGUNTA #1 Cómo definiría usted al mercado bursátil?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	%
A	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2.94%	0	0%	0	0%	1	1%
B	3	100%	3	100%	11	91.67%	2	100%	24	70.59%	13	92.86%	2	100%	58	83%
C	0	0%	0	0%	1	8.33%	0	0%	9	26.47%	1	7.14%	0	0%	11	16%
Total	3	100%	3	100%	12	100%	2	100%	34	100%	14	100%	2	100%	70	100%

A: En donde las ventas se realizan a un precio superior al máximo autorizado por la ley.

B: En donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones.

C: Un conjunto de instituciones financieras que realizan la oferta y demanda de préstamos financieros.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 01/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.51. Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil

PREGUNTA #2 Sabe usted lo que se negocia en el mercado bursátil?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	%
A	3	100%	3	100%	11	92%	2	100%	33	97%	13	93%	2	100%	67	96%
B	0	0%	0	0%		8%	0	0%	1	3%	1	7%	0	0%	3	4%
C	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	3	100%	3	100%	12	100%	2	100%	34	100%	14	100%	2	100%	70	100%

A: Acciones, obligaciones, pagarés, bonos.

B: Hipotecas, cupones, bonos.

C: Cheques a fecha, dinero.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 01/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.52. Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores

PREGUNTA #3 Qué es para usted una Bolsa de Valores?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	%
A	3	100%	3	100%	11	92%	2	100%	32	94%	14	100%	2	100%	67	96%
B	0	0%	0	0%	1	8%	0	0%	2	6%	0	0%	0	0%	3	4%
C	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	3	100%	3	100%	12	100%	2	100%	34	100%	14	100%	2	100%	70	100%

A: Mercado en el que participan intermediarios debidamente autorizados con el propósito de realizar operaciones de títulos de valores emitidas por empresas inscritas en ella.

B: Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas, además de brindar asesoría en materia de finanzas corporativas a las empresas.

C: Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 01/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.53. Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores

PREGUNTA #4 Cuál son las actividades que se realizan en la bolsa de valores?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	%
A	0	0%	0	0%	1	8%	0	0%	3	9%	2	14%	0	0%	6	9%
B	1	33%	0	0%	0	0%	0	0%	1	3%	2	14%	0	0%	4	6%
C	2	67%	3	100%	11	92%	2	100%	30	88%	10	71%	2	100%	60	86%
Total	3	100%	3	100%	12	100%	2	100%	34	100%	14	100%	2	100%	70	100%

A: Negociar acciones.

B: Proveer servicios financieros y bancarios para los bancos privados y públicos en el país.

C: Compra y venta de títulos valores emitidos por empresas (emisoras) y participan también intermediarios y operadores.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 01/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.54. Nivel de conocimiento de actores que intervienen en bolsa de valores

PREGUNTA #5 Cuáles son los actores que intervienen en la bolsa de valores?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	%
A	2	67%	0	0%	3	25%	1	50%	3	9%	3	21%	1	50%	13	19%
B	1	33%	3	100%	8	67%	1	50%	31	91%	11	79%	1	50%	56	80%
C	0	0%	0	0%	1	8%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
Total	3	100%	3	100%	12	100%	2	100%	34	100%	14	100%	2	100%	70	100%

A: Gobierno, público en general y bancos.

B: Operadores de valores, emisores e inversionistas

C: Grandes y medianas empresas.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 01/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.55. Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G.

PREGUNTA #6 Trabaja actualmente con la B.V.G.?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	%
SI	2	66.67%	2	66.67%	9	100%	2	100%	30	84%	13	90%	2	100%	60	86%
NO	1	33.33%	1	33.33%	3	0%	0	0%	4	16%	1	10%	0	0%	10	14%
Total	3	100%	3	100%	12	100%	2	100%	34	100%	14	100%	2	100%	70	100%

SI
NO
Total

SITUACIÓN PAÍS 1 SOLO TRABAJA 2 TRABAJA CON B.V.G. 3
CORTO TIEMPO 1 NO CONTESTA 1 2
10. DE LA LISTA RIESGO PAÍS 1
2 TIENEN CASAS DE VALORES 2

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 02/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.56. Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G.

PREGUNTA #7 Seguirá trabajando o volverá a trabajar con la B.V.G.?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	%
SI	3	100%	3	100%	12	100%	2	100%	33	100%	14	100%	2	100%	69	99%
NO	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	0%	0	0%	0	0%	1	1%
Total	3	100%	3	100%	12	100%	2	100%	34	100%	14	100%	2	100%	70	100%

SI
NO
Total

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 02/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.57. Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios

PREGUNTA #8 Cuál de los siguientes productos y servicios ha escuchado?

	A	B	C	D	E	F	G	TOTAL	%
1	3 100%	3 100%	7 58%	0 0%	25 74%	5 36%	1 50%	44	63%
2	1 33.33%	2 66.67%	7 58%	0 0%	24 71%	4 29%	0 0%	38	54%
3	0 0%	2 66.67%	2 17%	0 0%	12 35%	1 7%	0 0%	17	24%
4	0 0%	3 100%	4 33%	2 100%	14 41%	6 43%	1 50%	30	43%
5	0 0%	0 0%	1 8%	0 0%	7 21%	0 0%	1 50%	9	13%
6	0 0%	2 66.67%	0 0%	0 0%	16 47%	2 14%	0 0%	20	29%
7	1 33.33%	2 66.67%	3 25%	0 0%	20 59%	3 21%	0 0%	29	41%
8	1 33.33%	2 66.67%	4 33%	1 50%	21 62%	5 36%	1 50%	35	50%
9	0 0%	2 66.67%	3 25%	0 0%	13 38%	5 36%	0 0%	23	33%
10	2 66.67%	2 66.67%	3 25%	1 50%	17 50%	7 50%	0 0%	32	46%
11	0 0%	0 0%	5 42%	0 0%	15 44%	2 14%	2 100%	24	34%
12	1 33.33%	2 66.67%	6 50%	0 0%	16 47%	5 36%	1 50%	31	44%
13	0 0%	2 66.67%	5 42%	0 0%	14 41%	5 36%	0 0%	26	37%
14	1 33.33%	2 66.67%	5 42%	1 50%	15 44%	10 71%	0 0%	34	49%
15	1 33.33%	2 66.67%	6 50%	0 0%	19 56%	5 36%	0 0%	33	47%

- 1 : Rueda a viva voz
 2: Rueda electrónica
 3: Compensación de saldos netos
 4: Infobursátil
 5: Módulo Valorizador

- 6: DECEVALE
 7: Reuters
 8: Al Cierre
 9: Transparencia
 10: Capital

- 11: Manual de Renta Fija
 12: Diccionario Financiero y bursátil
 13: Guía Didáctica del Mercado de Valores
 14: Conferencia y Cursos de Capacitación
 15: Internet

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 02/99

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.58. Productos y servicios más utilizados

PREGUNTA #9a. A continuación se enlistan los productos y servicios brindados por la B.V.G.
Escoja el producto o servicio que más ha utilizado.

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	%
1	1	33%	0	0%	1	8%	0	0%	4	12%	0	0%	0	0%	6	9%
2	0	0%	0	0%	1	8%	0	0%	6	18%	0	0%	0	0%	7	10%
3	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
4	0	0%	0	0%	1	8%	2	100%	2	6%	2	14%	1	50%	8	11%
5	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	3%	1	7%	0	0%	2	3%
6	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
7	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4	12%	0	0%	0	0%	4	6%
8	1	33%	0	0%	2	17%	0	0%	8	24%	1	7%	0	0%	12	17%
9	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	3%	0	0%	0	0%	1	1%
10	0	0%	2	67%	1	8%	0	0%	3	9%	7	50%	0	0%	13	19%
11	1	33%	0	0%	1	8%	0	0%	2	6%	0	0%	1	50%	5	7%
12	0	0%	0	0%	3	25%	0	0%	1	3%	0	0%	0	0%	4	6%
13	0	0%	0	0%	1	8%	0	0%	1	3%	0	0%	0	0%	2	3%
14	0	0%	1	33%	0	0%	0	0%	0	0%	1	7%	0	0%	2	3%
15	0	0%	0	0%	1	8%	0	0%	1	3%	2	14%	0	0%	4	6%
Total	3	100%	3	100%	12	100%	2	100%	34	100%	14	100%	2	100%	70	100%

- 1: Rueda a viva voz
2: Rueda electrónica
3: Compensación de sald netos
4: Infobursátil
5: Modulo Valonzador

- 6: DECEVALE
7: Reuters
8: Al Cierre
9: Transparencia
10: Capital

- 11: Manual de Renta Fija
12: Diccionario Financiero y bursátil
13: Guia Didáctica del Merc. de Valores
14: Conferencia y Cursos de Capacitac.
15: Internet

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 02/99

ISSN: 0790-9001

**Cuadro 4.59. Nivel de conocimiento de los productos y servicios****PREGUNTA #9.b.** De acuerdo a las respuestas, conocen los productos

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	%
SI	2	67%	3	100%	6	50%	1	50%	23	68%	10	60%	1	100%	46	66%
NO	1	33%	0	0%	6	50%	1	50%	11	32%	4	40%	1	0%	24	34%
Total	3	100%	3	100%	12	100%	2	100%	34	100%	14	100%	2	100%	70	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 02/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.60. Medición de la utilidad de la información**PREGUNTA #10** Cómo considera la utilidad de la información brindada por los prod y/o serv. de la B.V.G.?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	%
Muy util	2	67%	2	67%	1	8%	0	0%	14	41%	8	57%	1	50%	28	40%
Util	1	33%	1	33%	11	92%	2	100%	19	56%	6	43%	1	50%	41	59%
Poco util	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	3%	0	0%	0	0%	1	1%
Nada util	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	3	100%	3	100%	12	100%	2	100%	34	100%	14	100%	2	100%	70	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 02/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.61. Satisfacción del precio de los productos y servicios**PREGUNTA #11** Considera que el precio de los productos y servicios compensa los servicios recibidos?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	%
SI	3	100%	3	100%	11	92%	2	100%	28	82%	13	93%	2	100%	62	89%
NO	0	0%	0	0%	1	8%	0	0%	6	18%	1	7%	0	0%	8	11%
Total	3	100%	3	100%	12	100%	2	100%	34	100%	14	100%	2	100%	70	100%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 02/99

Lugar: Guayaquil

**Cuadro 4.62. Satisfacción de los productos y servicios****PREGUNTA #12** Podría decirnos el grado de satisfacción de los prod y/o serv?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	%
A	1	33%	0	0%	0	0%	0	0%	5	15%	5	36%	1	50%	12	17%
B	2	67%	1	100%	11	92%	2	100%	28	82%	8	57%	1	50%	55	79%
C	0	0%	0	0%	1	8%	0	0%	1	3%	1	7%	0	0%	3	4%
D	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	3	100%	3	100%	12	100%	2	100%	34	100%	14	100%	2	100%	70	100%

A: Muy satisfecho

B: Satisfecho

C: Poco satisfecho

D: Nada satisfecho

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 03/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.63. Oportunidad de los productos**PREGUNTA #13** Generalmente usted recibe el producto cuando lo necesita?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	%
Siempre	3	100%	3	100%	4	33%	0	0%	21	62%	8	57%	1	50%	40	57%
A veces	0	0%	0	0%	8	67%	2	100%	11	32%	5	36%	1	50%	27	39%
Nunca	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	6%	1	7%	0	0%	3	4%
Total	3	100%	3	100%	12	100%	2	100%	34	100%	14	100%	2	100%	70	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 03/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.64. Facilidad de comunicación con la B.V.G.**PREGUNTA #14** Cuando usted lo necesita, logra comunicarse fácilmente?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	%
SI	3	100%	3	100%	11	92%	2	100%	31	91%	14	100%	1	50%	65	93%
NO	0	0%	0	0%	1	8%	0	0%	3	9%	0	0%	1	50%	5	7%
Total	3	100%	3	100%	12	100%	2	100%	34	100%	14	100%	2	100%	70	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 03/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.65. Necesidad de productos en los clientes
PREGUNTA #15 Necesita algún producto diferente a los que ofrece la B.V.G.?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	%
SI	1	33%	1	33%	3	25%	0	0%	9	26%	2	14%	2	100%	18	26%
NO	2	67%	2	67%	9	75%	2	100%	25	74%	12	86%	0	0%	52	74%
Total	3	100%	3	100%	12	100%	2	100%	34	100%	14	100%	2	100%	70	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 03/99

Lugar: Guayaquil

PREGUNTA #16 Qué característica o beneficio debería tener?

SI	APERTURA DE CAPITAL	ACTUALIZAR CAPITAL
	CULTURA PROFESIONAL	PAPELES DE CORTO PLAZO
	DE LA EMPRESA	PROMOCION AL EXTERIOR
	INFORMACION DE MOVIM DE BOLSA	ESTANDARIZADO SISTEMA DE INF GERENCIAL
	SECTOR CONSTRUCCION	FLEXIBILIDAD EN HORARIO
	MAYOR DIFUSION	SERVICIO EN PROCESO MAS RAPIDO
	INFORME DIARIO OFERTA	MAYOR DIFUSION *
	DEMANDA DEL MERC	FUTURO DE MONEDAS
	BUSQUE DIFUSION	INFORMACION ACTUAL
	NECESITAN PRESENTACION DE LOS PRODUCTOS	VIA MONITORES *
	AYUDA PARA NEGOCIAR LOS CDR	
	AMPLIAR CONCEPTOS MAS DIDACTICOS	
	MAJOR ESPECIFICACION	
	GENERAR A TRAVES DE COLATERALES	



4.1.2.3.2. Tablas de Emisores de Guayaquil

CARGO: GERENTE GENERAL: 3 CONTADOR: 5 JEF. DE INVERSIONES: 2
TESORERO: 8 GERENTE FINANCIERO: 29

☐ RESPUESTA CORRECTA

ACTIVIDAD:

a Agricultura, Caza, Silvicultura y Pesca 3
b Bienes Inmuebles, Electricidad, Gas y Agua 3
c Comercio al por mayor y al por menor, Restaurantes y Hoteles 3
d Construcción 2
e Establecimientos Financieros y Servicios Prestados a las Empresas 25
f Industrias Manufactureras 10
g Transportes, Almacenamiento y Comunicaciones 1

Cuadro 4.66. Nivel de conocimiento del mercado bursátil

PREGUNTA #1 Cómo definiría usted al mercado bursátil?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	PORCENTAJES
A	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
B	3	100%	3	100%	3	66.67%	2	100%	17	68%	9	90%	1	100%	38	81%
C	0	0%	0	0%	0	33.33%	0	0%	8	32%	1	10%	0	0%	9	19%
Total	3	100%	3	100%	3	100%	2	100%	25	100%	10	100%	1	100%	47	100%

A: En donde las ventas se realizan a un precio superior al máximo autorizado por la ley.

B: En donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones.

C: Un conjunto de instituciones financieras que realizan la oferta y demanda de préstamos financieros.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Carmelo

Fecha de Elaboración: Agosto 14/99

Lugar: Guayaquil



**Cuadro 4.67. Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil****PREGUNTA #2** Sabe usted lo que se negocia en el mercado bursátil?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	PORCENTAJES
A	3	100%	3	100%	2	66.67%	2	100%	24	96%	10	100%	1	100%	45	96%
B	0	0%	0	0%	1	33.33%	0	0%	1	4%	0	0%	0	0%	2	4%
C	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	3	100%	3	100%	3	100%	2	100%	25	100%	10	100%	1	100%	47	100%

A: Acciones, obligaciones, pagarés, bonos.

B: Hipotecas, cupones, bonos.

C: Cheques a fecha, dinero.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 14/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.68. Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores**PREGUNTA #3** Qué es para usted una Bolsa de Valores?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	PORCENTAJES
A	3	100%	3	100%	3	100%	2	100%	23	92%	9	90%	1	100%	44	94%
B	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%	1	10%	0	0%	2	4%
C	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%	0	0%	0	0%	1	2%
Total	3	100%	3	100%	3	100%	2	100%	25	100%	10	100%	1	100%	47	100%

A: Mercado en el que participan intermediarios debidamente autorizados con el propósito de realizar operaciones de títulos de valores emitidos por empresas inscritas en ella.

B: Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas, además de brindar asesoría en materia de finanzas corporativas a las empresas.

C: Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 14/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.69. Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores

PREGUNTA #4 Cuál son las actividades que se realizan en la bolsa de valores?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	PORCENTAJES
A	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	8%	0	0%	0	0%	2	4%
B	1	33.33%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	20%	0	0%	3	6%
C	2	66.67%	3	100%	3	100%	2	100%	23	92%	8	80%	1	100%	42	89%
Total	3	100%	3	100%	3	100%	2	100%	25	100%	10	100%	1	100%	47	100%

A: Negociar acciones.

B: Proveer servicios financieros y bancarios para los bancos privados y públicos en el país.

C: Compra y venta de títulos valores emitidos por empresas (emisoras) y participan también intermediarios y operadores.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 14/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.70. Nivel de conocimiento de actores que intervienen en bolsa de valores

PREGUNTA #5 Cuales son los actores que intervienen en la bolsa de valores?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	PORCENTAJES
A	2	66.67%	0	0%	0	0%	1	50%	3	12%	3	30%	0	0%	9	19%
B	1	33.33%	3	100%	2	66.67%	1	50%	22	88%	7	70%	1	100%	37	79%
C	0	0%	0	0%	1	33.33%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%
Total	3	100%	3	100%	3	100%	2	100%	25	100%	10	100%	1	100%	47	100%

A: Gobierno, público en general y bancos.

B: Operadores de valores, emisores e inversionista C: Grandes y medianas empresas.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 14/99

Lugar: Guayaquil

**Cuadro 4.71. Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G.****PREGUNTA #6 Trabaja actualmente con la B.V.G.?**

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	PORCENTAJES
SI	2	66.67%	2	66.67%	3	100%	2	100%	21	84%	9	90%	1	100%	40	85%
NO	1	33.33%	1	33.33%	0	0%	0	0%	-	0%	1	10%	0	0%	7	15%
Total	3	100%	3	100%	3	100%	2	100%	25	100%	10	100%	1	100%	47	100%

SI ES NO PORQUE SITUACION PAIS SOLO TRABAJA TEMPORALMENTE

POLITICA DE LA INSTITUCION POR FLESCOPAGU
NO TIENE CASAS DE VALORES

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 14/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.72. Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G.**PREGUNTA #7 Seguirá trabajando o volverá a trabajar con la B.V.G.?**

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	PORCENTAJES
SI	3	100%	3	100%	3	100%	2	100%	25	100%	10	100%	1	100%	47	100%
NO	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	3	100%	3	100%	3	100%	2	100%	25	100%	10	100%	1	100%	47	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 14/99

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.73. Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios

PREGUNTA #8 Cuál de los siguientes productos y servicios ha escuchado?

	A		B		C		D		E		F		G		TOTAL	PORCENTAJES
1	3	100%	3	100%	0	0%	0	0%	17	62.96%	2	20%	0	0%	25	53%
2	1	33.33%	2	66.67%	0	0%	0	0%	16	64%	3	30%	0	0%	25	53%
3	0	0%	2	66.67%	0	0%	0	0%	7	28%	1	10%	0	0%	10	21%
4	0	0%	3	100%	1	33.33%	2	100%	9	36%	4	40%	0	0%	19	40%
5	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5	20%	0	0%	0	0%	5	11%
6	0	0%	2	66.67%	0	0%	0	0%	10	40%	2	20%	0	0%	14	30%
7	1	33.33%	2	66.67%	0	0%	0	0%	13	52%	2	20%	0	0%	18	38%
8	1	33.33%	2	66.67%	0	0%	1	50%	18	72%	1	10%	0	0%	23	49%
9	0	0%	2	66.67%	0	0%	0	0%	11	44%	2	20%	0	0%	15	32%
10	2	66.67%	2	66.67%	1	33.33%	1	50%	13	52%	5	50%	0	0%	24	51%
11	0	0%	0	0%	1	33.33%	0	0%	10	40%	2	20%	1	100%	14	30%
12	1	33.33%	2	66.67%	1	33.33%	0	0%	11	44%	4	40%	0	0%	19	40%
13	0	0%	2	66.67%	1	33.33%	0	0%	10	40%	5	50%	0	0%	18	38%
14	1	33.33%	2	66.67%	1	33.33%	1	50%	11	44%	7	70%	0	0%	23	49%
15	1	33.33%	2	66.67%	1	33.33%	0	0%	13	52%	3	30%	0	0%	20	43%

1: Rueda a viva voz
 2: Rueda electrónica
 3: Compensación de saldos netos
 4: Infobursátil
 5: Módulo Valorizador

6: DECEVALE
 7: Reuters
 8: Al Cierre
 9: Transparencia
 10: Capital

11: Manual de Renta Fija
 12: Diccionario Financiero y bursátil
 13: Guía Didáctica del Mercado de Valores
 14: Conferencia y Cursos de Capacitación
 15: Internet

Fuente: Investigación de mercado para la BVG

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 14/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.74. Productos y servicios más utilizados

PREGUNTA #9a. A continuación se enlistan los productos y servicios brindados por la B.V.G.
Escoja el producto o servicio que más ha utilizado.

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	PORCENTAJES
1	1	33.33%	0	0%	0	0%	0	0%	3	12%	0	0%	0	0%	4	9%
2	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	12%	0	0%	0	0%	3	6%
3	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
4	0	0%	0	0%	1	33.33%	2	100%	2	8%	2	20%	0	0%	7	15%
5	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%	1	10%	0	0%	2	4%
6	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
7	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	8%	0	0%	0	0%	2	4%
8	1	33.33%	0	0%	0	0%	0	0%	8	32%	0	0%	0	0%	9	19%
9	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%	0	0%	0	0%	1	2%
10	0	0%	2	66.67%	1	33.33%	0	0%	3	12%	5	50%	0	0%	11	23%
11	1	33.34%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	50%	2	4%
12	0	0%	0	0%	1	33.34%	0	0%	1	4%	0	0%	0	0%	2	4%
13	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%	0	0%	0	0%	1	2%
14	0	0%	1	33.33%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%
15	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	20%	0	50%	2	4%
Total	3	100%	3	100%	3	100%	2	100%	25	100%	10	100%	1	100%	47	100%

1 : Rueda a viva voz
2: Rueda electrónica
3: Compensación de sald netos
4: Infobursátil
5: Módulo Valorizador

6: DECEVALE
7: Reuters
8: Al Cierre
9: Transparencia
10: Capital

11: Manual de Renta Fija
12: Diccionario Financiero y bursátil
13: Guía Didáctica del Mercado de Valores
14: Conferencia y Cursos de Capacitación
15: Internet

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Cierre: Agosto 15/99

Lugar: Guayaquil

**Cuadro 4.75. Nivel de conocimiento de los productos y servicios****PREGUNTA #9.b.** De acuerdo a las respuestas, conocen los productos o servicios de la B.V.G.?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	PORCENTAJES
SI	2	66.67%	3	100%	1	33.33%	1	50%	17	68%	6	60%	1	100%	31	66%
NO	1	33.33%	0	0%	2	66.67%	1	50%	8	32%	4	40%	0	0%	16	34%
Total	3	100%	3	100%	3	100%	2	100%	25	100%	10	100%	1	100%	47	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 15/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.76. Medición de la utilidad de la información**PREGUNTA #10** Cómo considera la utilidad de la información brindada por los prod/serv.de la B.V.G.?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	PORCENTAJES
Muy util	2	66.67%	2	66.67%	0	0%	0	0%	10	40%	8	80%	1	100%	23	49%
Util	1	33.33%	1	33.33%	3	100%	2	100%	14	56%	2	20%	0	0%	23	49%
Poco util	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%	0	0%	0	0%	1	2%
Nada util	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	3	100%	3	100%	3	100%	2	100%	25	100%	10	100%	1	100%	47	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 15/99

Lugar: Guayaquil

**Cuadro 4.77. Satisfacción del precio de los productos y servicios****PREGUNTA #11** Considera que el precio de los productos y servicios compensa los servicios recibidos?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	PORCENTAJES
SI	3	100%	3	100%	3	100%	2	100%	22	88%	9	90%	1	100%	43	91%
NO	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	12%	1	10%	0	0%	4	9%
Total	3	100%	3	100%	3	100%	2	100%	25	100%	10	100%	1	100%	47	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 16/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.78. Satisfacción de los productos y servicios**PREGUNTA #12** Podría decirnos el grado de satisfacción de los prod y/o serv?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	PORCENTAJES
Muy satisfecho	1	33.33%	0	0%	0	0%	0	0%	5	20%	5	50%	1	100%	12	26%
Satisfecho	2	66.67%	3	100%	3	100%	2	100%	19	76%	4	40%	0	0%	33	70%
Poco satisfecho	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%	1	10%	0	0%	2	4%
Nada satisfecho	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	3	100%	3	100%	3	100%	2	100%	25	100%	10	100%	1	100%	47	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 16/99

Lugar: Guayaquil

**Cuadro 4.79. Oportunidad de los productos****PREGUNTA #13** Generalmente usted recibe el producto cuando lo necesita?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	PORCENTAJES
Siempre	3	100%	3	100%	1	33.33%	0	0%	17	68%	7	70%	1	100%	32	68%
A veces	0	0%	0	0%	2	66.67%	2	100%	7	28%	2	20%	0	0%	13	28%
Nunca	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%	1	10%	0	0%	2	4%
Total	3	100%	3	100%	3	100%	2	100%	25	100%	10	100%	1	100%	47	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 16/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.80. Facilidad de comunicación con la B.V.G.**PREGUNTA #14** Cuando usted lo necesita, logra comunicarse fácilmente?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	PORCENTAJES
SI	3	100%	3	100%	3	100%	2	100%	24	96%	10	100%	1	100%	46	98%
No	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%	0	0%	0	0%	1	2%
Total	3	100%	3	100%	3	100%	2	100%	25	100%	10	100%	1	100%	47	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 16/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.81. Necesidad de productos en los clientes**PREGUNTA #15** Necesita algún producto diferente a los que ofrece la B.V.G.?

	A	%	B	%	C	%	D	%	E	%	F	%	G	%	TOTAL	PORCENTAJES
SI	1	33.33%	1	33.33%	0	0%	0	0%	7	28%	1	10%	1	100%	11	23%
NO	2	66.67%	2	66.67%	3	100%	2	100%	18	72%	9	90%	0	0%	36	77%
Total	3	100%	3	100%	3	100%	2	100%	25	100%	10	100%	1	100%	47	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 16/99

Lugar: Guayaquil



PREGUNTA #16 Qué característica o beneficio debería tener?

SI APERTURA DE CAPITALES

CULTURA Y PROFESIONALIDAD
DE LA EMPRESA
INFORMACION DE MOVIM DE BOLSA
SECTOR CONSTRUCCION
ACTUALIZAR CAPITAL
PAPELES DE CORTO PLAZO
PROMOCION A EXTERIOR
ESTANDARIZADO SISTEMA DE NF GERENCIAL
FLEXIBILIDAD EN HORARIO
SERVICIO EN PROCESO MAS RAPIDO

NECESITAN PRESENTACION DE LOS PRODUCTOS

AMPLIAR CONCEPTOS MAS DIDACTICOS
MAYOR ESPECIFICACION

4.1.2.3.3. Tablas de Emisores de Quito

CARGO: GERENTE GENERAL: 1
TESORERO: 2
GERENTE FINANCIERO 13

CONTRALOR: 1
SUBGERENTE FINANCIERO: 2

☐ RESPUESTA CORRECTA

ACTIVIDAD:

<i>c</i>	Comercio al por mayor y al por menor, Restaurantes y Hoteles	8
<i>e</i>	Establecimientos Financieros y Servicios Prestados a las Empresas	8
<i>f</i>	Industrias Manufactureras	2
<i>g</i>	Transportes, Almacenamiento y Comunicaciones	1

Cuadro 4.82. Conocimiento del mercado bursátil
PREGUNTA #1 Cómo definiría usted al mercado bursátil?

	C	E	F	G	TOTAL	PORCENTAJES
A	0	0	0	0	0	0%
B	7	7	2	1	17	89%
C	1	1	0	0	2	11%
Total	8	8	2	1	19	100%

A: En donde las ventas se realizan a un precio superior al máximo autorizado por la ley.

B: En donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones.

C: Un conjunto de instituciones financieras que realizan la oferta y demanda de préstamos financieros.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Julio 15/99

Lugar: Quito



Cuadro 4.83. Conocimiento del mercado bursátil
PREGUNTA #2 Sabe usted lo que se negocia en el mercado bursátil?

	C	E	F	G	TOTAL	PORCENTAJES
A	8	8	1	1	18	95%
B	0	0	1	0	1	5%
C	0	0	0	0	0	0%
Total	8	8	2	1	19	100%

A: Acciones, obligaciones, pagarés, bonos.

C: Cheques a fecha, dinero.

B: Hipotecas, cupones, bonos.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Julio 15/99

Lugar: Quito

Cuadro 4.84. Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores
PREGUNTA #3 Qué es para usted una Bolsa de Valores?

	C	E	F	G	TOTAL	PORCENTAJES
A	8	7	2	1	18	95%
B	0	1	0	0	1	5%
C	0	0	0	0	0	0%
Total	8	8	2	1	19	100%

A: Mercado en el que participan intermediarios debidamente autorizados con el propósito de realizar operaciones de títulos de valores emitidos por empresas inscritas en ella.

B: Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas, además de brindar asesoría en materia de finanzas corporativas a las empresas.

C: Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Julio 15/99

Lugar: Quito

Cuadro 4.85. Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores

PREGUNTA #4 Cuál son las actividades que se realizan en la bolsa de valores?

	C	E	F	G	TOTAL	PORCENTAJES
A	0	1	0	0	1	5%
B	0	1	0	0	1	5%
C	8	6	2	1	17	89%
Total	8	8	2	1	19	100%

A: Negociar acciones.

B: Proveer servicios financieros y bancarios para los bancos privados y públicos en el país.

C: Compra y venta de títulos valores emitidos por empresas (emisoras) y participan también intermediarios y operadores.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Julio 15/99

Lugar: Quito

Cuadro 4.86. Nivel de conocimiento de actores que intervienen en bolsa de valores

PREGUNTA #5 Cuáles son los actores que intervienen en la bolsa de valores?

	C	E	F	G	TOTAL	PORCENTAJES
A	3	0	0	1	4	21%
B	5	8	2	0	15	79%
C	0	0	0	0	0	0%
Total	8	8	2	1	19	100%

A: Gobierno, público en general y bancos.

B: Operadores de valores, emisores e inversionistas

C: Grandes y medianas empresas

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Julio 15/99

Lugar: Quito



Cuadro 4.87. Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G.
PREGUNTA #6 Trabaja actualmente con la B.V.G.?

	C	E	F	G	TOTAL	PORCENTAJES
SI	5	8	2	1	15	79%
NO	4	0	0	0	4	21%
Total	9	8	2	1	19	100%

SI ES NO PORQUE

TRABAJA CON B.V.G. 2

NO CONTESTA 2

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Julio 16/99

Lugar: Quito

Cuadro 4.88. Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G.
PREGUNTA #7 Seguirá trabajando o volverá a trabajar con la B.V.G.?

	C	E	F	G	TOTAL	PORCENTAJES
SI	8	7	2	1	18	95%
NO	0	1	0	0	1	5%
Total	8	8	2	1	19	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Julio 16/99

Lugar: Quito

Cuadro 4.89. Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios
PREGUNTA #8 Cuál de los siguientes productos y servicios ha escuchado?

	C	E	F	G	TOTAL	PORCENTAJES
1	6	7	1	1	15	79%
2	6	7	1	0	14	74%
3	2	4	0	0	6	32%
4	3	4	1	1	9	47%
5	1	1	0	1	3	16%
6	0	5	0	0	5	26%
7	3	6	0	0	8	42%
8	4	2	1	1	8	42%
9	3	1	1	0	5	26%
10	2	3	1	0	6	32%
11	4	4	0	1	9	47%
12	5	3	0	1	9	47%
13	4	3	0	0	7	37%
14	4	4	1	0	9	47%
15	5	6	1	0	12	63%

1 : Rueda a viva voz

2: Rueda electrónica

3: Compensación de saldos netos

4: Infobursatil

5: Módulo Valorizador

6: DECEVALE

7: Reuters

8: Al Cierre

9: Transparencia

10: Capital

11: Manual de Renta Fija

12: Diccionario Financiero y bursatil

13: Guía Didáctica del Mercado de Valores

14: Conferencia y Cursos de Capacitación

15: Internet

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G

Elaborado por: M.J. Pazmín

Fecha de Elaboración: Julio 16/99

Lugar: Quito

Cuadro 4.90. Productos y servicios más utilizados

PREGUNTA #9a. A continuación se enlistan los productos y servicios brindados por la BVG.

Escoja el producto o servicio que más le ha utilizado.

	C	E	F	G	TOTAL	PORCENTAJES
1	0	1	0	0	1	5%
2	1	2	0	0	3	16%
3	0	0	0	0	0	0%
4	0	0	0	1	1	5%
5	0	0	0	0	0	0%
6	0	0	0	0	0	0%
7	0	2	0	0	2	11%
8	2	0	1	0	3	16%
9	0	0	0	0	0	0%
10	0	0	1	0	1	5%
11	1	2	0	0	3	16%
12	2	0	0	0	2	11%
13	1	0	0	0	1	5%
14	0	0	0	0	0	0%
15	1	1	0	0	2	11%
Total	8	8	2	1	19	100%

1: Rueda a viva voz

2: Rueda electrónica

3: Compensación de saldos netos

4: Infobursátil

5: Módulo Valorizador

6: DECEVALE

7: Reuters

8: Al Cierre

9: Transparencia

10: Capital

11: Manual de Renta Fija

12: Diccionario Financiero y bursátil

13: Guía Didáctica del Mercado de Valores

14: Conferencia y Cursos de Capacitación

15: Internet

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Julio 16/99

Lugar: Quito



Cuadro 4.91. Nivel de conocimiento de los productos y servicios
PREGUNTA #9.b. De acuerdo a las respuestas, conocen los prod/serv de la BVG.

	C	E	F	G	TOTAL	PORCENTAJES
SI	4	5	2	0	11	58%
NO	4	3	0	1	8	42%
Total	8	8	2	1	19	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Julio 16/99

Lugar: Quito

Cuadro 4.92. Medición de la utilidad de la información
PREGUNTA #10 Cómo considera la utilidad de la información brindada por los prod/serv. de la BVG.

	C	E	F	G	TOTAL	PORCENTAJES
Muy util	1	3	0	0	4	21%
Util	7	5	2	1	15	79%
Poco util	0	0	0	0	0	0%
Nada util	0	0	0	0	0	0%
Total	8	8	2	1	19	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Julio 16/99

Lugar: Quito

Cuadro 4.93. Satisfacción del precio de los productos y servicios
PREGUNTA #11 Considera que el precio de los prod/serv compensa los servicios recibidos?

	C	E	F	G	TOTAL	PORCENTAJES
SI	7	5	2	1	15	79%
NO	1	3	0	0	4	21%
Total	8	8	2	1	19	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Julio 16/99



Cuadro 4.94. Satisfacción de los productos y servicios
PREGUNTA #12 Podría decirnos el grado de satisfacción de los prod y/o serv?

	C	E	F	G	TOTAL	PORCENTAJES
Muy satisfecho	0	0	0	0	0	0%
Satisfecho	8	8	2	1	19	100%
Poco satisfecho	0	0	0	0	0	0%
Nada satisfecho	0	0	0	0	0	0%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Julio 16/99

Lugar: Quito

Cuadro 4.95. Oportunidad de los productos
PREGUNTA #13 Generalmente usted recibe el producto cuando lo necesita?

	C	E	F	G	TOTAL	PORCENTAJES
Siempre	3	3	1	0	7	37%
A veces	5	4	1	1	11	58%
Nunca	0	1	0	0	1	5%
Total	8	8	2	1	19	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Julio 16/99

Lugar: Quito

Cuadro 4.96. Facilidad de comunicación con la B.V.G.
PREGUNTA #14 Cuando usted lo necesita, logra comunicarse fácilmente?

	C	E	F	G	TOTAL	PORCENTAJES
SI	7	6	2	0	15	79%
NO	1	2	0	1	4	21%
Total	8	8	2	1	19	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Julio 16/99



Cuadro 4.97. Necesidad de productos en los clientes
PREGUNTA #15 Necesita algún producto diferente a los que ofrece la B.V.G.?

SI
NO
Total

C	E	F	G	TOTAL	PORCENTAJES
3	2	1	1	7	37%
5	6	1	0	12	63%
8	8	2	1	19	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Julio 16/99

Lugar: Quito

PREGUNTA #16 Qué característica o beneficio debería tener?

SI MAYOR DIFUSION 2

INFORME DIARIO OFERTA

DEMANDA DEL MERCADO

BUSQUE DIFUSION DE CERCO 1

MAYOR DIFUSION 1

TUTURO DE MONEDAS

INFORMACION ACTUAL

PAR MONITORES 1

AYUDA PARA NEGOCIAR LOS CER

DEBERAR A TRAVES DE LOS CER

4.1.2.3.4. Tablas de Emisores de Cuenca

CARGO: GERENTE FINANCIERO: 3
GERENTE GENERAL: 1

☐ RESPUESTA CORRECTA

ACTIVIDAD:

- c* Comercio al por mayor y al por menor, Restaurantes y Hoteles
e Establecimientos Financieros y Servicios Prestados a las Empresas
f Industrias Manufactureras

Cuadro 4.98. Nivel de conocimiento del mercado bursátil
PREGUNTA #1 Cómo definiría usted al mercado bursátil?

	C	E	F	TOTAL	PORCENTAJES
A	0	1	0	1	25%
B	1	0	2	3	75%
C	0	0	0	0	0%
Total	1	1	2	4	100%

A: En donde las ventas se realizan a un precio superior al máximo autorizado por la ley.

B: En donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones.

C: Un conjunto de instituciones financieras que realizan la oferta y demanda de préstamos financieros.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 04/99

Lugar: Cuenca



Cuadro 4.99. Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil

PREGUNTA #2 Sabe usted lo que se negocia en el mercado bursátil?

	C	E	F	TOTAL	PORCENTAJES
A	1	1	2	4	100%
B	0	0	0	0	0%
C	0	0	0	0	0%
Total	1	1	2	4	100%

A: Acciones, obligaciones, pagares, bonos.

C: Cheques a fecha, dinero.

B: Hipotecas, cupones, bonos.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 04/99

Lugar: Cuenca

Cuadro 4.50. Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores

PREGUNTA #3 Qué es para usted una Bolsa de Valores?

	C	E	F	TOTAL	PORCENTAJES
A	1	1	1	3	75%
B	0	0	0	0	0%
C	0	0	1	1	25%
Total	1	1	2	4	100%

A: Mercado en el que participan intermediarios debidamente autorizados con el propósito de realizar operaciones de títulos de valores emitidos por empresas inscritas en ella.

B: Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas, además de brindar asesoría en materia de finanzas corporativas a las empresas.

C: Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 04/99

Lugar: Cuenca

Cuadro 4.51. Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores

PREGUNTA #4 Cuál son las actividades que se realizan en la bolsa de valores?

	C	E	F	TOTAL	PORCENTAJES
A	1	0	2	3	75%
B	0	0	0	0	0%
C	0	1	0	1	25%
Total	1	1	2	4	100%

A: Negociar acciones.

B: Proveer servicios financieros y bancarios para los bancos privados y públicos

C: Compra y venta de títulos valores emitidos por empresas (emisoras) y participan también intermediarios y operadores.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 04/99

Lugar: Cuenca

Cuadro 4.52. Nivel de conocimiento de actores que intervienen en bolsa de valores

PREGUNTA #5 Cuales son los actores que intervienen en la bolsa de valores?

	C	E	F	TOTAL	PORCENTAJES
A	0	0	0	0	0%
B	1	1	2	4	100%
C	0	0	0	0	0%
Total	1	1	2	4	100%

A: Gobierno, público en general y bancos

B: Operadores de valores, emisores e inversionistas

C: Grandes y medianas empresas

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 04/99

Lugar: Cuenca

Cuadro 4.53. Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G.

PREGUNTA #6 Trabaja actualmente con la B.V.G.?

	C	E	F	TOTAL	PORCENTAJES
SI	1	1	2	4	100%
NO	0	0	0	0	0%
Total	1	1	2	4	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 05/99

Lugar: Cuenca

Cuadro 4.54. Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G.

PREGUNTA #7 Seguirá trabajando o volverá a trabajar con la B.V.G.?

	C	E	F	TOTAL	PORCENTAJES
SI	1	1	2	4	100%
NO	0	0	0	0	0%
Total	1	1	2	4	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 05/99

Lugar: Cuenca

Cuadro 4.105. Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios

PREGUNTA #8 ¿Cuál de los siguientes productos y servicios ha escuchado?

	C	E	F	TOTAL *	PORCENTAJES
1	1	1	2	4	100%
2	1	1	0	2	50%
3	0	1	0	1	25%
4	0	1	1	2	50%
5	0	1	0	1	25%
6	0	1	0	1	25%
7	0	1	1	2	50%
8	0	1	2	3	75%
9	0	1	2	3	75%
10	0	1	1	2	50%
11	0	1	0	1	25%
12	0	0	1	1	25%
13	0	0	0	0	0%
14	0	0	2	2	50%
15	0	1	1	2	50%

1: Rueda a viva voz
 2: Rueda electrónica
 3: Compensación de saldos netos
 4: Infobursátil
 5: Módulo Valorizador

6: DECEVALE
 7: Reuters
 8: Al Cierre
 9: Transparencia
 10: Capital

11: Manual de Renta Fija
 12: Diccionario Financiero y bursátil
 13: Guía Didáctica del Mercado de Valores
 14: Conferencia y Cursos de Capacitación
 15: Internet

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 05/99

Lugar: Cuenca

Cuadro 4.106. Productos y servicios más utilizados

PREGUNTA #9a. A continuación se enlistan los productos y servicios brindados por la BVG.

Escoja el producto o servicio que más ha utilizado.

	C	E	F	TOTAL	PORCENTAJES
1	1	0	0	1	25%
2	0	1	0	1	25%
3	0	0	0	0	0%
4	0	0	0	0	0%
5	0	0	0	0	0%
6	0	0	0	0	0%
7	0	0	0	0	0%
8	0	0	0	0	0%
9	0	0	0	0	0%
10	0	0	1	1	25%
11	0	0	0	0	0%
12	0	0	0	0	0%
13	0	0	0	0	0%
14	0	0	1	1	25%
15	0	0	0	0	0%

1: Rueda a viva voz
 2: Rueda electrónica
 3: Compensación de saldos netos
 4: Infobursátil
 5: Módulo Valorizador

6: DECEVALE
 7: Reuters
 8: Al Cierre
 9: Transparencia
 10: Capital

11: Manual de Renta Fija
 12: Diccionario Financiero y bursátil
 13: Guía Didáctica del Merc. de Valores
 14: Conferencia y Cursos de Capacitac.
 15: Internet

Fuente: Investigación de mercado para la BVG

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 05/99

Lugar: Cuenca

**Cuadro 4.107. Nivel de conocimiento de los productos y servicios****PREGUNTA #9.b.** De acuerdo a las respuestas, conocen los productos

	C	E	F	TOTAL	PORCENTAJES
SI	1	1	2	4	100%
NO	0	0	0	0	0%
Total	1	1	2	4	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 05/99

Lugar: Cuenca

Cuadro 4.108. Medición de la utilidad de la información**PREGUNTA #10** Cómo considera la utilidad de la información brindada por los prod/serv de la BVG?

	C	E	F	TOTAL	PORCENTAJES
Muy util	0	1	0	1	25%
Util	1	0	2	3	75%
Poco util	0	0	0	0	0%
Nada util	0	0	0	0	0%
Total	1	1	2	4	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 05/99

Lugar: Cuenca

Cuadro 4.109. Satisfacción del precio de los productos y servicios**PREGUNTA #11** Considera que el precio de los prod/serv compensa los servicios recibidos?

	C	E	F	TOTAL	PORCENTAJES
SI	1	1	2	4	100%
NO	0	0	0	0	0%
Total	1	1	2	4	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 05/99

Lugar: Cuenca

Cuadro 4.110. Satisfacción de los productos y servicios
PREGUNTA #12 Podría decirnos el grado de satisfacción de los prod y/o serv?

	C	E	F	TOTAL	PORCENTAJES
Muy satisfecho	0	0	0	0	0%
Satisfecho	0		2	3	75%
Poco satisfecho	1	0	0	1	25%
Nada satisfecho	0	0	0	0	0%
Total	1	1	2	4	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 05/99

Lugar: Cuenca

Cuadro 4.111. Oportunidad de los productos
PREGUNTA #13 Generalmente usted recibe el producto cuando lo necesita?

	C	E	F	TOTAL	PORCENTAJES
Siempre	0	1	0	1	25%
A veces	1	0	2	3	75%
Nunca	0	0	0	0	0%
Totales	1	1	2	4	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 05/99

Lugar: Cuenca

Cuadro 4.112. Facilidad de comunicación con la B.V.G.
PREGUNTA #14 Cuando usted lo necesita, logra comunicarse fácilmente?

	C	E	F	TOTAL	PORCENTAJES
SI	1	1	2	4	100%
NO	0	0	0	0	0%
Total	1	1	2	4	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 05/99

Lugar: Cuenca

Cuadro 4.113. Necesidad de productos en los clientes
PREGUNTA #15 Necesita algún producto diferente a los que ofrece la B.V.G.?

	C	D	E	F	PORCENTAJES
SI	0	0	0	0	0%
NO	1	1	2	4	100%
Total	1	1	2	4	100%

PREGUNTA #16 Qué característica o beneficio debería tener?

NO No necesitan productos diferentes

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 06/99

Lugar: Cuenca

4.1.2.4. Tablas de Administradoras de Fondos

CARGO: GERENTES: 6
SUBGERENTE: 1
OPERADOR: 1

EJECUTIVO: 1
TESORERO E INVERSIONISTA: 2

☐ RESPUESTA CORRECTA

Cuadro 4.114. Nivel de conocimiento del mercado bursátil

PREGUNTA #1 Cómo definiría usted al mercado bursátil?

ALTERNATIVA	TOTALES	PORCENTAJE
A	1	9%
B	7	64%
C	3	27%
Total	11	100%

- A En donde las ventas se realizan a un precio superior al máximo autorizado por la ley
- B En donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones
- C Un conjunto de instituciones financieras que realizan la oferta y demanda de préstamos financieros

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC. Perezlona

Fecha de Elaboración: Agosto 13/99

Lugar: ...



Cuadro 4.115. Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil
PREGUNTA #2 Sabe usted lo que se negocia en el mercado bursátil?

ALTERNAT	TOTALES	PORCENTAJE
A	11	100%
B	0	0%
C	0	0%
Total		0%

- A Acciones, obligaciones, pagarés, bonos
 B Hipotecas, cupones, bonos
 C Cheques a fecha, dinero

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: MC. Perezllona
 Fecha de Elaboración: Agosto 13/99
 Lugar: Guayaquil

**Cuadro 4. 16. Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores****PREGUNTA #3** Qué es para usted una Bolsa de Valores?

ALTERNATIVA	TOTALES	PORCENTAJE
A	10	91%
B	1	9%
C	0	0%
Total	11	100%

- A Mercado de participación entre intermediarios debidamente autorizados con el propósito de realizar operaciones de títulos valores emitidos por empresas inscritas
- B Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas, ofreciendo además asesoría en finanzas
- C Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportaciones de accionistas que responden al monto de sus acciones

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC. Perezllona

Fecha de Elaboración: Agosto 13/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.117. Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores

PREGUNTA #4 Cuál son las actividades que se realizan en la bolsa de valores?

ALTERNAT	TOTALES	PORCENTAJE
A	0	0%
B	0	0%
C	11	100%
Total	11	100%

- A Negociar Acciones
 B Proveer Servicios Financieros y bancarios para los bancos privados y públicos en el país
 C Compra y o venta de títulos valores emitidos por empresas (emisoras) y participan también intermediarios y operadores

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC. Perezllona

Fecha de Elaboración: Agosto 13/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.118. Nivel de conocimiento de actores que intervienen en Bolsa Valores

PREGUNTA #5 Cuales son los actores que intervienen en la bolsa de valores?

ALTERNAT	TOTALES	PORCENTAJE
A	1	9%
B	10	91%
C	0	0%
Total	11	100%

- A Los actores que intervienen en general y en la bolsa de valores
 B Los actores que intervienen en la bolsa de valores y emisoras
 C Los actores que intervienen en la bolsa de valores y emisoras

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC. Perezllona

Fecha de Elaboración: Agosto 13/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.119. Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G.

PREGUNTA #6 Trabaja actualmente con la B.V.G.?

ALTERNAT	TOTALES	PORCENTAJE
SI	10	91%
NO	1	9%
Total	11	100%

No, Por qué? UTILIZA B.V.Q.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC. Perezllona

Fecha de Elaboración: Agosto 15/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.120. Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G.

PREGUNTA #7 Seguirá trabajando o volverá a trabajar con la B.V.G.?

ALTERNAT	TOTALES	PORCENTAJE
SI	11	100%
NO	0	0%
Total	11	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC. Perezllona

Fecha de Elaboración: Agosto 15/99

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.121. Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios

PREGUNTA #8 Cuál de los siguientes productos y servicios ha escuchado?

	ALTERNAT	TOTALES	PORCENTAJE
Rueda a viva voz	1	7	63.6%
Rueda electrónica	2	8	72.7%
Compenzación de saldos netos	3	4	36.3%
Infobursátil	4	5	45.4%
Módulo Valorizador	5	2	18.1%
Decevale	6	4	36.3%
Reuters	7	7	63.6%
Al cierre	8	7	63.6%
Transparencia	9	3	27.2%
Capital	10	5	45.4%
Manual de Renta Fija	11	4	36.3%
Diccionario financiero y bursátil	12	4	36.3%
Guía del Mercado de Valores	13	5	45.4%
Cursos de Capacitación	14	5	45.4%
Internet	15	4	36.3%
	Total	74	0%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC. Perezllona

Fecha de Elaboración: Agosto 15/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.122. Productos y servicios más utilizados

PREGUNTA #9a. Se enlistan prod/serv brindados por BVG. Elija el prod/serv que más ha utilizado?

	ALTERNAT	TOTALES	PORCENTAJE
Rueda a viva voz	1	3	27%
Rueda electrónica	2	2	18%
Compensación de saldos netos	3	0	0%
Infobursátil	4	1	9%
Módulo Valorizador	5	0	0%
Decevale	6	0	0%
Reuters	7	0	0%
Al cierre	8	3	27%
Transparencia	9	1	9%
Capital	10	0	0%
Manual de Renta Fija	11	0	0%
Diccionario financiero y bursátil	12	0	0%
Guía del Mercado de Valores	13	0	0%
Cursos de Capacitación	14	0	0%
Internet	15	1	9%
Total		11	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC. Perezllona

Fecha de Elaboración: Agosto 16/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.123. Nivel de conocimiento de los productos y servicios
PREGUNTA #9.b. De acuerdo a las respuestas, conocen los prod/serv. de la BVG?

ALTERNAT	TOTALES	PORCENTAJE
SI	7	64%
NO	4	36%
Total	11	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: MC. Perezllona
 Fecha de Elaboración: Agosto 16/99
 Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.124. Medición de la utilidad de la información
PREGUNTA #10 Cómo considera la utilidad de la información brindada por los prod/serv de BVG?

	ALTERNAT	TOTALES	PORCENTAJE
Muy Util	A	4	36%
Util	B	7	64%
Poco o Nada Ut	C	0	0%
Nada Util	D	0	0%
	Total	11	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: MC. Perezllona
 Fecha de Elaboración: Agosto 16/99
 Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.125. Satisfacción del precio de los productos y servicios

PREGUNTA #11 Considera que el precio de los prod/servicios compensa los servicios recibidos?

ALTERNAT	TOTALES	PORCENTAJE
SI	9	82%
NO	2	18%
Total	11	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC. Perezllona

Fecha de Elaboración: Agosto 16/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.126. Satisfacción de los productos y servicios

PREGUNTA #12 Podría decirnos el grado de satisfacción de los prod y/o serv?

	ALTERNAT	TOTALES	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	A	1	9%
Satisfecho	B	10	91%
Poco Satisfecho	C	0	0%
Nada Satisfecho	D	0	0%
	Total	11	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC. Perezllona

Fecha de Elaboración: Agosto 16/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.127. Oportunidad de los productos

PREGUNTA #13 Generalmente usted recibe el producto cuando lo necesita?

Siempre
A veces
Nunca

ALTERNAT	TOTALES	PORCENTAJE
A	8	73%
B	3	27%
C	0	0%
Total	11	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC. Perezllona

Fecha de Elaboración: Agosto 17/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.128. Facilidad de comunicación con la B.V.G.

PREGUNTA #14 Cuando usted lo necesita, logra comunicarse fácilmente?

ALTERNAT	TOTALES	PORCENTAJE
SI	11	100%
NO	0	0%
Total	11	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC. Perezllona

Fecha de Elaboración: Agosto 17/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.129. Necesidad de Productos Diferentes

PREGUNTA #15 Necesita usted algún producto diferente a los que ofrece la B.V.G.?

ALTERNAT	TOTALES	PORCENTAJE
SI	3	27%
NO	8	73%
Total	11	100%

PREGUNTA #16 Qué característica o beneficio debería tener?

- SI**
- * INFORME DE PORTAFOLIOS DE FONDOS Y MONTOS DE PAPELES NEGOCIABLES MENSUALES Y POR EMPRESAS
 - * BAJO COSTO, PRECIO JUSTO RN FUNCION BENEFICIO
 - * INFORMAR ADJUDICACIONES SUBASTAS, INFORMES FINANCIEROS DE BANCOS, TASAS DE ACTIVOS Y PASIVOS

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC. Perezilona

Fecha de Elaboración: Agosto 17/99

Lugar: Guayaquil



4.1.2.5 Tablas Asistentes a Seminarios

Cuadro 4.130 Nivel de conocimiento del mercado bursátil

Pregunta 1: ¿Qué es el mercado bursátil?

	Bernardino		Jefferson		Aleman		Otro		U.C.S.G.		U.E.S.S.		Laica		U.Estatal		ICHE		TOTAL	PORCENTAJE
A	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5	18%	5	7%
B	5	100%	5	100%	5	83%	0	0%	4	80%	4	80%	10	100%	3	75%	21	75%	57	83%
C	0	0%	0	0%	1	17%	1	100%	1	20%	1	20%	0	0%	1	25%	2	7%	7	10%
TOTAL	5	100%	5	100%	6	100%	1	100%	5	100%	5	100%	10	100%	4	100%	28	100%	69	100%

- A: En donde las ventas se realizan a un precio superior al máximo autorizado por la ley
 B: En donde se intercambian esencialmente acciones obligaciones
 C: Un conjunto de instituciones financieras que realizan la oferta y demanda de préstamos financieros

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.131 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil

Pregunta 2: ¿Qué se negocia en el mercado bursátil?

	Bernardino		Jefferson		Aleman		Otro		U.C.S.G.		U.E.S.S.		Laica		U.Estatal		ICHE		TOTAL	PORCENTAJE
A	5	100%	5	100%	5	83%	1	100%	5	100%	5	100%	10	100%	3	75%	20	71%	59	86%
B	0	0%	0	0%	1	17%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	8	29%	10	14%
C	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	5	100%	5	100%	6	100%	1	100%	5	100%	5	100%	10	100%	4	100%	28	100%	69	100%

- A: Acciones, obligaciones, pagarés, bonos
 B: Hipotecas, cupones, bonos
 C: Cheques de pago a la orden

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.132 Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores

Pregunta 3: ¿Qué es una Bolsa de Valores?

	Bernardino		Jefferson		Alemán		Otro		U.C.S.G.		U.E.S.S.		Laica		U.Estatal		ICHE		TOTAL		PORCENTAJE	
A	4	80%	4	80%	4	67%	1	100%	3	60%	3	60%	8	80%	3	75%	19	68%	49		71%	
B	0	0%	1	20%	2	33%	0	0%	0	0%	1	20%	1	10%	1	25%	4	14%	10		14%	
C	1	20%	0	0%	0	0%	0	0%	2	40%	1	20%	1	10%	0	0%	5	18%	10		14%	
TOTAL	5	100%	5	100%	6	100%	1	100%	5	100%	5	100%	10	100%	4	100%	28	100%	69		100%	

- A: Mercado en el que participan intermediarios con el propósito de realizar operaciones de títulos valores emitidos por empresas inscritas en ella.
- B: Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas además de brindar asesoría en materia de finanzas corporativas a las empresas.
- C: Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.133 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores

Pregunta 4: ¿Qué actividades se realizan en una Bolsa de Valores?

	Bernardino		Jefferson		Alemán		Otro		U.C.S.G.		U.E.S.S.		Laica		U.Estatal		ICHE		TOTAL		PORCENTAJE	
A	0	0%	0	0%	3	50%	1	100%	3	60%	4	80%	3	30%	3	75%	6	21%	23		33%	
B	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	1	14%	5		7%	
C	5	100%	5	100%	3	50%	0	0%	2	40%	1	20%	7	70%	0	0%	18	64%	41		59%	
TOTAL	5	100%	5	100%	6	100%	1	100%	5	100%	5	100%	10	100%	4	100%	28	100%	69		100%	

A: Negociar acciones

B: Proveer servicios financieros para los bancos y públicos en general

C: Compra y venta de valores emitidos por empresas y también

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.134 Nivel de conocimiento de actores en la Bolsa de Valores

Pregunta 5: ¿Cuáles son los actores que intervienen en una Bolsa de Valores?

	Bernardino		Jefferson		Aleman		Otro		U.C.S.G.		U.E.S.S.		Laica		U.Estatat		ICHE		TOTAL		PORCENTAJE	
A	1	20%	2	40%	3	50%	1	100%	1	20%	2	40%	3	30%	1	25%	9	32%	23		33%	
B	4	80%	3	60%	3	50%	0	0%	4	80%	2	40%	7	70%	2	50%	15	54%	40		58%	
C	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	20%	0	0%	1	25%	4	14%	6		9%	
TOTAL	5	100%	5	100%	6	100%	1	100%	5	100%	5	100%	10	100%	4	100%	28	100%	69		100%	

A: Gobierno, publico en general y bancos

B: Operadores de valores, emisores, inversionistas

C: Grandes y medianas empresas

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.135 Clientes Potenciales cautivos

Pregunta 6: ¿Volvería a recibir algún seminario dictado por la BVG?

	Bernardino		Jefferson		Aleman		Otro		U.C.S.G.		U.E.S.S.		Laica		U.Estatat		ICHE		TOTAL		PORCENTAJE	
SI	5	100%	5	100%	5	83%	1	100%	3	60%	4	80%	10	100%	3	75%	28	100%	64		93%	
NO	0	0%	0	0%	1	17%	0	0%	2	40%	1	20%	0	0%	1	25%	0	0%	5		7%	
TOTAL	5	100%	5	100%	6	100%	1	100%	5	100%	5	100%	10	100%	4	100%	28	100%	69		100%	

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.136 Nivel de posicionamiento de nombres de productos/servicios

Pregunta 7: ¿Qué productos y/o servicios conoce de la BVG?

	Bernardino		Jefferson		Aleman		Otro		U.C.S.G.		U.E.S.S.		Laica		U.Estatat		ICHE		TOTAL	PORCENTAJE
1	3	60%	4	80%	4	67%	1	100%	5	100%	5	100%	9	90%	3	75%	12	43%	46	67%
2	4	80%	5	100%	3	50%	0	0%	3	60%	1	20%	8	80%	2	50%	6	21%	32	46%
3	1	20%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	0	0%	2	3%
4	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	40%	1	20%	5	50%	0	0%	16	57%	24	35%
5	1	20%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	0	0%	2	3%
6	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	20%	2	50%	0	0%	4	6%
7	0	0%	1	20%	0	0%	0	0%	2	40%	0	0%	1	10%	0	0%	3	11%	7	10%
8	3	60%	1	20%	0	0%	0	0%	5	100%	2	40%	5	50%	2	50%	18	64%	36	52%
9	0	0%	2	40%	0	0%	0	0%	2	40%	1	20%	0	0%	0	0%	4	14%	9	13%
10	1	20%	4	80%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	9	90%	1	25%	3	11%	19	28%
11	2	40%	1	20%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	1	10%	0	0%	4	14%	9	13%
12	2	40%	3	60%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	5	50%	1	25%	8	29%	20	29%
13	2	40%	2	40%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	3	30%	1	25%	7	25%	16	23%
14	4	80%	5	100%	2	33%	1	100%	4	80%	3	60%	9	90%	1	25%	26	93%	55	80%
15	5	100%	4	80%	1	17%	0	0%	3	60%	1	20%	9	90%	3	75%	19	68%	45	65%
16 ning.	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	0	0%	1	1%

1: Rueda a viva voz

2: Rueda electrónica

3: Compensación de saldos netos

4: Infobursátil

5: Módulo Valorizador

6: DECEVALE

7: Reuters

8: Al Cierre

9: Transparencia

10: Capital

11: Manual de Renta Fija

12: Diccionario Financiero y bursátil

13: Guía Didáctica del Mercado de Valores

14: Conferencia y Cursos de Capacitación

15: Internet

Fuente: Inv de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: [Nombre]

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: [Lugar]

Cuadro 4.137 Medición de la utilidad de la información

Pregunta 8: ¿Cómo considera la información brindada por los productos y servicios de BVG?

	Bernardino		Jefferson		Aleman		Otro		U.C.S.G.		U.E.S.S.		Laica		U.Estatat		ICHE		TOTAL	PORCENTAJE
A	3	60%	1	20%	2	33%	0	0%	2	40%	1	20%	5	50%	1	25%	10	36%	25	36%
B	2	40%	4	80%	4	67%	1	100%	3	60%	4	80%	5	50%	3	75%	16	57%	42	61%
C	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	7%	2	3%
D	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	5	100%	5	100%	6	100%	1	100%	5	100%	5	100%	10	100%	4	100%	28	100%	69	100%

A: Muy Util.
B: Util
C: Poco Util
D: Nada Util

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: L. Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.138 Satisfacción del precio de los productos y servicios

Pregunta 9: ¿Cree usted que el precio de los productos compensa los servicios recibidos?

	Bernardino		Jefferson		Aleman		Otro		U.C.S.G.		U.E.S.S.		Laica		U.Estatat		ICHE		TOTAL	PORCENTAJE
SI	5	100%	5	100%	1	17%	1	100%	5	100%	5	100%	10	100%	0	0%	19	68%	51	74%
NO	0	0%	0	0%	3	50%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	75%	9	32%	15	22%
NO SABE	0	0%	0	0%	2	33%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	0	0%	3	4%
TOTAL	5	100%	5	100%	6	100%	1	100%	5	100%	5	100%	10	100%	4	100%	28	100%	69	100%

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: L. Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.139 Satisfacción de los productos y servicios

Pregunta 10: ¿Cuál es el grado de satisfacción que tiene de los prod. y serv. que ha utilizado de BVG?

	Bernardino		Jefferson		Aleman		Otro		U.C.S.G.		U.E.S.S.		Laica		U.Estatal		ICHE		TOTAL	PORCENTAJE
A	1	20%	2	40%	1	17%	0	0%	0	0%	1	20%	2	20%	1	25%	8	29%	16	23%
B	4	80%	3	60%	5	83%	1	100%	5	100%	4	80%	8	80%	3	75%	18	64%	51	74%
C	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	7%	2	3%
D	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	5	100%	5	100%	6	100%	1	100%	5	100%	5	100%	10	100%	4	100%	28	100%	69	100%

- A: Muy satisfecho
B: Satisfecho
C: Poco satisfecho
D: Nada satisfecho

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: L. Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.140 Necesidad de Productos Diferentes

Pregunta 11: ¿Necesita algún producto diferente a los que ofrece la BVG?

	Bernardino		Jefferson		Aleman		Otro		U.C.S.G.		U.E.S.S.		Laica		U.Estatal		ICHE		TOTAL	PORCENTAJE
SI	0	0%	2	40%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%	3	4%
NO	5	100%	3	60%	6	100%	1	100%	5	100%	5	100%	10	100%	4	100%	27	96%	66	96%
TOTAL	5	100%	5	100%	6	100%	1	100%	5	100%	5	100%	10	100%	4	100%	28	100%	69	100%

- Si: **Pregunta 12:** ¿Qué tipo de producto sería?
- * Facilidad de financiamiento cualquier negocio
 - * Facilidad para negociación entre empresas sin negociar títulos valores
 - * Títulos Internacionales

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: L. Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

4.1.2.6. Tablas de Empresas Canceladas

CARGO: GERENTE GENERAL 1
GERENTE FINANCIERO 2
ASISTENTE DE GERENCIA FINANCIERA 2

GERENTE DE OPERACIONES 1
CONTADOR 3

☐ RESPUESTA CORRECTA

ACTIVIDAD:

- c** Comercio al por mayor y al por menor, Restaurantes y Hoteles 1
- d** Construcción 2
- e** Establecimientos Financieros y Servicios Prestados a las Empresas 2
- f** Industrias Manufactureras 3
- g** Transportes, Almacenamiento y Comunicaciones

Cuadro 4.141. Nivel de conocimiento del mercado bursátil

PREGUNTA #1 Cómo definiría usted al mercado bursátil?

	C	%	D	%	E	%	F	%	TOTAL	%
A	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
B	0	0%	1	50%	2	100%	3	100%	6	75%
C	1	100%	1	50%	0	0%	0	0%	2	25%
Total	1	100%	2	100%	2	100%	3	100%	8	100%

- A En donde las ventas se realizan a un precio superior al máximo autorizado por la ley.
- B En donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones.
- C Un conjunto de instituciones financieras que realizan la oferta y demanda de préstamos financieros.

Fuente: Investigación de mercado para la BVG

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 4/99

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.142. Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil

PREGUNTA #2 Sabe usted lo que se negocia en el mercado bursátil?

	C	%	D	%	E	%	F	%	TOTAL	%
A	1	100%	2	100%	2	100%	3	100%	8	100%
B	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
C	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	1	100%	2	100%	2	100%	3	100%	8	100%

A Acciones, obligaciones, pagarés, bonos.

B Hipotecas, cupones, bonos.

C Cheques a fecha, dinero.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 4/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.143. Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores

PREGUNTA #3 Qué es para usted una Bolsa de Valores?

	C	%	D	%	E	%	F	%	TOTAL	%
A	1	100%	2	100%	2	100%	2	67%	7	88%
B	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
C	0	0%	0	0%	0	0%	1	33%	1	13%
Total	1	100%	2	100%	2	100%	3	100%	8	100%

A Mercado en el que participan intermediarios debidamente autorizados con el propósito de realizar operaciones de títulos de valores emitidas por empresas inscritas en ella.

B Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas, además de brindar asesoría en materia de finanzas corporativas a las empresas.

C Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 4/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.144. Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores

PREGUNTA #4Cuál son las actividades que se realizan en la bolsa de valores?

	C	%	D	%	E	%	F	%	TOTAL	%
A	0	0%	1	50%	0	0%	0	0%	1	13%
B	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
C	1	100%	1	50%	2	100%	3	100%	7	88%
Total	1	100%	2	100%	2	100%	3	100%	8	100%

A Negociar Acciones

B Proveer Servicios Financieros y bancarios para los bancos privados y públicos en el país

C Compra y o venta de títulos valores emitidos por empresas (emisoras)
y participan también intermediarios y operadores

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 4/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.145. Nivel de conocimiento de actores que intervienen en Bolsa Valores

PREGUNTA #5 Cuales son los actores que intervienen en la bolsa de valores?

	C	%	D	%	E	%	F	%	TOTAL	%
A	0	0%	0	0%	1	50%	0	0%	1	13%
B	1	100%	2	100%	1	50%	2	67%	6	75%
C	0	0%	0	0%	0	0%	1	33%	1	13%
Total	1	100%	2	100%	2	100%	3	100%	8	100%

A Gobierno, público en general y bancos.

B Operadores de valores, emisores e inversionistas

C Grandes y medianas empresas.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 5/99

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.146. Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G.

PREGUNTA #6 Trabaja actualmente con la B.V.G.?

SI
NO
Total

C	%	D	%	E	%	F	%	TOTAL	%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
1	100%	2	100%	2	100%	3	100%	8	100%
1	100%	2	100%	2	100%	3	100%	8	100%

SI ES NO PORQUE NO DESEAN SERVICIOS OTRO FINANCIAMIENTO CAMBIO DE NEGOCIO COSTO DEMASIADO ALTO 2
NINGUNA NINGUNA NO CONTESTA 1

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 5/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.147. Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G.

PREGUNTA #7 Seguirá trabajando o volverá a trabajar con la B.V.G.?

SI
NO
Total

C	%	D	%	E	%	F	%	TOTAL	%
1	100%	0	0%	1	50%	1	33%	2	38%
0	0%	2	100%	1	50%	2	67%	5	63%
1	100%	2	100%	2	100%	3	100%	8	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 5/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.148. Nivel de posicionamiento de nombres de productos y servicios

PREGUNTA #8Cuál de los siguientes productos y servicios ha escuchado?

	C	D	E	F	TOTAL	%
1	0	1	1	1	3	38%
2	0	1	1	2	4	50%
3	0	0	1	0	1	13%
4	0	0	0	3	3	38%
5	0	0	0	0	0	0%
6	0	0	1	0	1	13%
7	0	0	1	1	2	25%
8	0	2	2	2	6	75%
9	0	0	1	1	2	25%
10	0	0	1	1	2	25%
11	0	0	1	1	2	25%
12	1	1	2	2	6	75%
13	0	1	1	1	3	38%
14	1	1	1	1	4	50%
15	0	1	1	2	4	50%

1 : Rueda a viva voz

2: Rueda electrónica

3: Compensación de saldos netos

4: Infobursátil

5: Módulo Valorizador

6: DECEVALE

7: Reuters

8: Al Cierre

9: Transparencia

10: Capital

11: Manua^l de Renta Fija

12: Diccionario Financiero y bursátil

13: Guía Didáctica del Mercado de Valores

14: Conferencia y Cursos de Capacitación

15: Internet

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 6/99

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.149. Productos y servicios más utilizados
PREGUNTA #9a. Se enlistan los prod/serv brindados por la BVG.
 Escoja el producto o servicio que más ha utilizado.

	C	D	E	F	TOTAL	%
1	0	0	1	0	1	13%
2	0	0	0	0	0	0%
3	0	0	0	0	0	0%
4	0	0	0	0	0	0%
5	0	0	0	0	0	0%
6	0	0	0	0	0	0%
7	0	0	0	0	0	0%
8	0	2	0	2	4	50%
9	0	0	0	1	1	13%
10	0	0	0	0	0	0%
11	0	0	1	0	1	13%
12	0	0	0	0	0	0%
13	0	0	0	0	0	0%
14	1	0	0	0	1	13%
15	0	0	0	0	0	0%

1 : Rueda a viva voz

2: Rueda electrónica

3: Compensación de sald netos

4: Infobursátil

5: Módulo Valorizador

6: DECEVALE

7: Reuters

8: Al Cierre

9: Transparencia

10: Capital

11: Manual de Renta Fija

12: Diccionario Financiero y bursátil

13: Guía Didáctica del Merc. de Valores

14: Conferencia y Cursos de Capacitac.

15: Internet

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmino

Fecha de Elaboración: Agosto 6/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.150. Nivel de conocimiento de los productos y servicios

PREGUNTA #9.b. De acuerdo a las respuestas, conocen los productos o servicios de la B.V.G.?

	C	%	D	%	E	%	F	%	TOTAL	%
SI	0	0%	0	0%	1	50%	2	100%	3	38%
NO	1	100%	2	100%	1	50%	1	50%	5	63%
Total	1	100%	2	100%	2	100%	3	150%	8	1

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 6/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.151. Medición de la utilidad de la información

PREGUNTA #10 Cómo considera la utilidad de la información brindada por los prod/serv

	C	%	D	%	E	%	F	%	TOTAL	%
Muy util	1	100%	0	0%	1	50%	1	33%	3	38%
Util	0	0%	2	100%	1	50%	2	67%	5	63%
Poco util	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Nada util	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	1	100%	2	100%	2	100%	3	100%	8	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 8/99

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.152. Satisfacción del precio de los productos y servicios

PREGUNTA #11 Considera que el precio de los prod. y serv. compensa los servicios recibidos?

	C	%	D	%	E	%	F	%	TOTAL	%
SI	1	100%	2	100%	2	100%	0	0%	5	63%
NO	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%	3	38%
Total	1	100%	2	100%	2	100%	3	100%	8	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 8/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.153. Satisfacción de los productos y servicios

PREGUNTA #12 Podría decirnos el grado de satisfacción de los prod y/o serv?

	C	%	D	%	E	%	F	%	TOTAL	%
Muy satisfecho	0	0%	0	0%	1	50%	0	0%	2	25%
Satisfecho	0	0%	2	100%	1	50%	3	100%	6	75%
Poco satisfecho	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Nada satisfecho	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	0	0%	2	100%	2	100%	3	100%	8	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 8/99

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.154. Oportunidad de los productos

PREGUNTA #13 Generalmente usted recibe el producto cuando lo necesita?

	C	%	D	%	E	%	F	%	TOTAL	%
Siempre	1	100%	2	100%	1	50%	1	33%	5	63%
A veces	0	0%	0	0%	1	50%	2	67%	3	38%
Nunca	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	1	100%	2	100%	2	100%	3	100%	8	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 8/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.155. Facilidad de comunicación con la B.V.G.

PREGUNTA #14 Cuando usted lo necesita, logra comunicarse fácilmente?

	C	%	D	%	E	%	F	%	TOTAL	%
SI	1	100%	2	100%	2	100%	2	67%	7	88%
NO	0	0%	0	0%	0	0%	1	33%	1	13%
Total	1	100%	2	100%	2	100%	3	100%	8	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 8/99

Lugar: Guayaquil

**Cuadro 4.156. Necesidad de productos en los clientes****PREGUNTA #15** Necesita algún producto diferente a los que ofrece la B.V.G.?

	C	%	D	%	E	%	F	%	TOTAL	%
SI	0	0%	0	0%	1	50%	0	0%	1	13%
NO	1	100%	2	100%	1	50%	3	100%	7	88%
Total	1	100%	2	100%	2	100%	3	100%	8	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 8/99

Lugar: Guayaquil

PREGUNTA #16 Qué característica o beneficio debería tener?

SI FUTUROS DE TITULOS (DIVISAS)

4.1.3. Tablas de Público en General

4.1.3.1. Tablas de Público en General Totales s

Cuadro 4.157 Nivel de conocimiento del Mercado Bursátil

Pregunta #1 ¿ Cómo definiría usted al mercado bursátil?

	PROFESIONALES		TOP		UNIVERSIDADES		TOTAL	PORCENTAJE
A	15	21%	10	10%	10	14%	35	15%
B	47	68%	72	72%	44	63%	163	68%
C	8	11%	18	18%	16	23%	42	18%
Total	70	100%	100	100%	70	100%	240	100%

- A Donde las ventas se realizan aun precio superior al máximo autorizado por la ley.
B Donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones.
C Conjunto de instituciones financieras querealizan la oferta y demanda de préstamos financieros.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: F. Icaza

Fecha de Elaboración: Agosto 25/99

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.158 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el Mercado Bursátil

Pregunta #2 ¿Sabe ud. lo que se negocia en el mercado bursátil?

	PROFESIONALES		TOP		UNIVERSIDADES		TOTAL	PORCENTAJE
A	67	96%	96	96%	60	86%	223	93%
B	3	4%	3	3%	8	11%	14	6%
C	0	0%	1	1%	2	3%	3	1%
Total	70	100%	100	100%	70	100%	240	100%

- A Acciones, obligaciones, pagarés, bonos.
 B Hipotecas, cupones, bonos.
 C Cheques afecha, dinero.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
 Elaborado por: F. Icaza
 Fecha de Elaboración: Agosto 25/99
 Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.159 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores

Pregunta #3 ¿Qué es para ud. una Bolsa de Valores?

	PROFESIONALES		TOP		UNIVERSIDADES		TOTAL	PORCENTAJE
A	59	84%	84	84%	52	74%	195	81%
B	8	11%	9	9%	12	17%	29	12%
C	3	4%	7	7%	6	9%	16	7%
Total	70	100%	100	100%	70	100%	240	100%

- A Mercado en el que participan intermediarios con el propósito de realizar operaciones de títulos valores emitidas por empresas inscritas en ella.
 B Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas, además de brindar asesoría en materia de finanzas corporativas a las empresas.
 C Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
 Elaborado por: F. Icaza
 Fecha de Elaboración: Agosto 25/99
 Lugar: Guayaquil



**Cuadro 4.160 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores****Pregunta #4** ¿Cuáles son las actividades que se realizan en la Bolsa de Valores?

	PROFESIONALES		TOP		UNIVERSIDADES		TOTAL	PORCENTAJE
A	26	37%	16	16%	31	44%	73	30%
B	4	6%	2	2%	4	6%	10	4%
C	40	57%	82	82%	35	50%	157	65%
Total	70	100%	100	100%	70	100%	240	100%

- A Negociar acciones.
B Proveer servicios financieros y bancarios para los bancos privados y públicos en el país.
C Compra y/o venta de títulos valores emitidos por empresas y participan también intermediarios y operadores

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: F. Icaza

Fecha de Elaboración: Agosto 26/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.161 Nivel de conocimiento de actores en la Bolsa de Valores**Pregunta #5** ¿Cuáles son los actores que intervienen en una Bolsa de Valores?

	PROFESIONALES		TOP		UNIVERSIDADES		TOTAL	PORCENTAJE
A	23	33%	38	38%	23	33%	84	35%
B	44	63%	60	60%	41	59%	145	60%
C	3	4%	2	2%	6	9%	11	5%
Total	70	100%	100	100%	70	100%	240	100%

- A Gobierno, público en general y bancos.
B Operadores de valores, emisores e inversionistas.
C Grandes y medianas empresas.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: F. Icaza

Fecha de Elaboración: Agosto 26/99

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.162 Nivel de conocimiento del Mercado Bursátil en Ecuador
Pregunta #6 ¿Seleccione las Bolsa de Valores que existen en el País?

	PROFESIONALES		TOP		UNIVERSIDADES		TOTAL	PORCENTAJE
A	70	48%	96	46%	70	100%	236	98%
B	4	3%	0	0%	4	6%	8	3%
C	19	13%	23	11%	5	7%	47	20%
D	55	37%	90	43%	51	73%	196	82%

- A Bolsa de Valores de Guayaquil
B Bolsa de Valores de Manta
C Bolsa de Valores de Cuenca
D Bolsa de Valores de Quito

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 26/99
Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.163 Conocimiento de Productos y Servicios de la BVG
Pregunta #7 ¿ Conoce algún producto y servicio de la BVG ?

	PROFESIONALES		TOP		UNIVERSIDADES		TOTAL	PORCENTAJE
A	7	10%	1	1%	0	0%	8	3%
B	31	45%	44	44%	32	52%	107	47%
C	31	45%	54	55%	30	48%	115	50%
Total	69	100%	99	100%	62	100%	230	100%

- A Todos
B Ninguno
C Alguno

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 26/99
Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.164 Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la BVG
Pregunta #8 ¿ Cuáles son los productos que ud. ha escuchado nombrar de la BVG ?

	PROFESIONALES		TOP		UNIVERSIDADES		TOTAL	PORCENTAJE
1	13	8%	21	11%	13	43%	47	20%
2	11	7%	24	12%	11	37%	46	20%
3	7	4%	5	3%	1	3%	13	6%
4	12	8%	20	10%	4	13%	36	16%
5	8	5%	3	2%	1	3%	12	5%
6	6	4%	3	2%	0	0%	9	4%
7	8	5%	23	12%	5	17%	36	16%
8	12	8%	14	7%	11	37%	37	16%
9	11	7%	6	3%	0	0%	17	7%
10	7	4%	4	2%	5	17%	16	7%
11	7	4%	5	3%	9	30%	21	9%
12	11	7%	9	5%	8	27%	28	12%
13	8	5%	11	6%	13	43%	32	14%
14	23	15%	20	10%	16	53%	59	26%
15	13	8%	31	16%	16	53%	60	26%

- 1 Rueda a viva voz
- 2 Rueda electronica
- 3 Compensacion de Saldos Netos
- 4 Infobursatil
- 5 Modulo Valorizador
- 6 Decevale
- 7 Reuters
- 8 Al cierre
- 9 Transparencia

- 10 Capital
- 11 Manual de Renta Fija
- 12 Diccionario Financiero y Bursatil
- 13 Guía didáctica del mercado de valores
- 14 Conferencia y cursos de capacitación
- 15 Internet.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: F. Icaza

Fecha de Elaboración: Agosto 26/99

Lugar: Guayaquil



**Cuadro 4.165 Conocimiento de las características de los productos y servicios****Pregunta #9** ¿ Conoce el producto/servicio que ha escuchado mencionar de la BVG?

	PROFESIONALES		TOP		UNIVERSIDADES		TOTAL	PORCENTAJE
SI	44	64%	35	49%	23	77%	102	60%
NO	25	36%	36	51%	7	23%	68	40%
Total	69	100%	71	100%	30	100%	170	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: F. Icaza

Fecha de Elaboración: Agosto 27/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.166 Clientes Potenciales a la Inversión**Pregunta #10** ¿ Invertiría ud. a través de la BVG ?

	PROFESIONALES		TOP		UNIVERSIDADES		TOTAL	PORCENTAJE
SI	49	71%	76	76%	42	68%	167	73%
NO	20	29%	23	23%	20	32%	63	27%
Total	69	100%	99	100%	62	100%	230	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: F. Icaza

Fecha de Elaboración: Agosto 27/99

Lugar: Guayaquil

**Cuadro 4.167 Nivel de Atractividad a la Inversión****Pregunta #11 ¿ Qué tan atractivo le resultaría invertir en la BVG?**

	PROFESIONALES		TOP		UNIVERSIDADES		TOTAL	PORCENTAJE
A	7	10%	14	18%	9	21%	30	16%
B	37	55%	53	69%	24	57%	114	61%
C	15	22%	8	10%	8	19%	31	17%
D	8	12%	2	3%	1	2%	11	6%
Total	67	100%	77	100%	42	100%	186	100%

- A MUY ATRACTIVO
B ATRACTIVO
C POCO ATRACTIVO
D NADA ATRACTIVO

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 27/99
Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.169 Clientes Potenciales al Financiamiento**Pregunta #13 ¿ Se financiaría a traves de la BVG?**

	PROFESIONALES		TOP		UNIVERSIDADES		TOTAL	PORCENTAJE
SI	44	64%	60	61%	37	60%	141	61%
NO	25	36%	39	39%	25	40%	89	39%
Total	69	100%	99	100%	62	100%	230	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 27/99
Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.168 Motivaciones para la inversión

Pregunta #12 ¿ Califique las motivaciones que haría que ud. invierta a través de la BVG?

	Muy importante		Importante		Indiferente		Poco import		Nada importa	
Ofrezca rendimientos altos	101	44%	51	22%	11	5%	4	2%	2	1%
Costos bajos	84	37%	67	29%	12	5%	4	2%	1	0%
Segura y sólida	145	63%	18	8%	5	2%	0	0%	0	0%
Servicios variados	54	23%	86	37%	20	9%	9	4%	1	0%
Sean amables	74	32%	64	28%	18	8%	9	4%	3	1%
Rápidos y ágiles	124	54%	36	16%	6	3%	5	2%	0	0%
Otras	21	9%	5	2%	0	0%	0	0%	0	0%
Transparencia										
Confianza										
Difusión										
Prestigio										
Eficiencia										

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: F. Icaza

Fecha de Elaboración: Agosto 31/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.170 Nivel de Atractividad al Financiamiento

Pregunta #14 ¿ Qué tan atractivo le resulta financiarse ?

	PROFESIONALES		TOP		UNIVERSIDADES		TOTAL	PORCENTAJE
A	5	8%	11	18%	8	22%	24	15%
B	36	56%	37	61%	27	73%	100	62%
C	12	19%	12	20%	2	5%	26	16%
D	11	17%	1	2%	0	0%	12	7%
Total	64	100%	61	100%	37	100%	162	100%

- A MUY ATRACTIVO
- B ATRACTIVO
- C POCO ATRACTIVO
- D NADA ATRACTIVO

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: F. Icaza

Fecha de Elaboración: Agosto 28/99

Lugar: Guayaquil



**Cuadro 4.171 Motivaciones para el financiamiento**

Pregunta #15 ¿ Califique las motivaciones que haría que ud. Se financie a través de la BVG (totales)?

	Muy importa		Importante		Indiferente		Poco import		Nada importa	
Oportunid altas captar inv.	91	40%	56	24%	14	6%	4	2%	1	0,4%
Costos bajos	96	42%	56	24%	10	4%	3	1%	0	0,0%
Segura y sólida	140	61%	21	9%	4	2%	0	0%	0	0,0%
Servicios variados	50	22%	93	40%	17	7%	5	2%	2	0,9%
Sean amables	70	30%	68	30%	27	12%	4	2%	1	0,4%
Rápidos y ágiles	118	51%	41	18%	3	1%	0	0%	0	0,0%
Otras	14	6%	3	1%	0	0%	0	0%	0	0,0%
Transparencia										
Confianza										
Difusión										
Prestigio										
Eficiencia										

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: F. Icaza

Fecha de Elaboración: Agosto 31/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.172 Utilidad de los productos y servicios actuales

Pregunta #16 ¿Cual producto/servicio podría serle útil ?

	PROFESIONALES		TOP		UNIVERSIDADES		TOTAL	PORCENTAJE
1	3	2%	8	2%	11	18%	22	10%
2	5	4%	29	7%	18	29%	52	23%
3	0	0%	8	2%	3	5%	11	5%
4	6	5%	43	10%	21	34%	70	30%
5	0	0%	15	4%	12	19%	27	12%
6	0	0%	10	2%	2	3%	12	5%
7	6	5%	28	7%	16	26%	50	22%
8	6	5%	32	8%	22	35%	60	26%
9	5	4%	44	11%	20	32%	69	30%
10	7	6%	40	10%	23	37%	70	30%
11	7	6%	16	4%	10	16%	33	14%
12	14	11%	30	7%	25	40%	69	30%
13	15	12%	22	5%	20	32%	57	25%
14	33	27%	50	12%	28	45%	111	48%
15	15	12%	44	11%	25	40%	84	37%

- 1 Rueda a viva voz
- 2 Rueda electronica
- 3 Compensacion de Saldos Netos
- 4 Infobursatil
- 5 Modulo Valorizador
- 6 Decevale
- 7 Reuters
- 8 Al cierre
- 9 Transparencia

- 10 Capital
- 11 Manual de Renta Fija
- 12 Diccionario Financiero y Bursatil
- 13 Guía didáctica del mercado de valores
- 14 Conferencia y cursos de capacitación
- 15 Internet

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G

Elaborado por: F. Icaza

Fecha de Elaboración: Agosto 29/99

Lugar: Guayaquil



**Cuadro 4.173 Necesidad de nuevos productos y servicios**

Pregunta #17 ¿ Necesita algún producto/servicio diferente a los que ofrece la BVG actualmente ?

SI
NO
Total

PROFESIONALES		TOP		UNIVERSIDADES		TOTAL	PORCENTAJE
6	9%	17	17%	8	13%	31	13%
63	91%	82	83%	54	87%	199	87%
69	100%	99	100%	62	100%	230	100%

Pregunta #18 ¿Qué característica o beneficio debería tener?

SI:

PROFESIONALES

- 1.- Cambiar imagen, entrar mas en el medio.
- 2.-Sea mas adsequisible al publico en general.

UNIVERSIDADES

- *Mayor difusión en universidades
- *Seguimiento a cursos y conferencias dictadas
- *Programa definido para expandir mercado bursátil



4.1.3.2 Tablas de las Top Empresas del Ecuador

4.1.3.2.1 Tablas de las Top Empresas Totales

Cuadro 4.174 Cargos de los ejecutivos encuestados

CARGO	a		b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
Contador		0		0%	4	7%	1	50%	0	0%	1	5%	1	11%	7	7%
Gte. Gen.		0		0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Gte. Finan.		7		88%	41	75%	0	0%	3	75%	19	86%	7	78%	77	77%
Contralor		0		0%	3	5%	0	0%	0	0%	1	5%	0	0%	4	4%
Otros:		1		13%	7	13%	1	50%	1	25%	1	5%	1	11%	12	12%
TOTAL		8		100%	55	100%	2	100%	4	100%	22	100%	9	100%	100	100%

SECTOR

- a AGRICULTURA, CAZA, SEVICULTURA Y PESCA.
- b BIENES INMUEBLES, ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA.
- c COMERCIO, RESTAURANTES Y HOTELES.
- d CONSTRUCCION.
- e ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS Y EMPRESAS DE SERVICIOS.
- f INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
- g TRANSPORTES, ALAMACENAMIENTO Y COMUNICACIÓN.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca

**Cuadro 4.175 Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil****Pregunta #1 ¿Qué es el Mercado Bursátil?**

	a		b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
A		0	0%	4	7%	0	0%	2	50%	3	14%	1	11%	10	10%	
B		8	100%	40	73%	2	100%	2	50%	14	64%	6	67%	72	72%	
C		0	0%	11	20%	0	0%	0	0%	5	23%	2	22%	18	18%	
TOTAL		8	100%	55	100%	2	100%	4	100%	22	100%	9	100%	100	100%	

- A Donde las ventas se realizan aun precio superior al máximo autorizado por la ley
B Donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones
C Conjunto de instituciones financieras querealizan la oferta y demanda de préstamos fiancieros

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar:Guayaquil, Quito, Cuenca

Cuadro 4.176 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil**Pregunta #2 ¿Qué es lo que se negocia en el Mercado Bursátil?**

	a	b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
A		7	88%	53	96%	1	50%	4	100%	22	100%	9	100%	96	96%
B		1	13%	1	2%	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	3	3%
C		0	0%	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
TOTAL		8	100%	55	100%	2	100%	4	100%	22	100%	9	100%	100	100%

- A Acciones, obligaciones, pagarés, bonos.
B Hipotecas, cupones, bonos.
C Cheques afecha, dinero.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar:Guayaquil, Quito, Cuenca

Cuadro 4.177 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores

Pregunta #3 ¿Qué es para ud. una Bolsa de Valores?

	a		b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
A		6	75%	47	85%	1	50%	4	100%	17	77%	9	100%	84	84%	
B		1	13%	6	11%	1	50%	0	0%	1	5%	0	0%	9	9%	
C		1	13%	2	4%	0	0%	0	0%	4	18%	0	0%	7	7%	
TOTAL		8	100%	55	100%	2	100%	4	100%	22	100%	9	100%	100	100%	

- A Mercado en el que participan intermediarios con el propósito de realizar operaciones de títulos valores emitidos por empresas inscritas en ella.
- B Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas además de brindar asesoría en materia de finanzas corporativas a las empresas.
- C Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vasquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca

Cuadro 4.178 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores

Pregunta #4 ¿Cuáles son las actividades que se realizan en la Bolsa de Valores?

	a	b	c	d	e	f	g	TOTAL	PORCENTAJE					
A	1	13%	8	15%	2	100%	0	0%	4	18%	1	11%	16	16%
B	0	0%	1	2%	0	0%	0	0%	1	5%	0	0%	2	2%
C	7	88%	46	84%	0	0%	4	100%	17	77%	8	89%	82	82%
TOTAL	8	100%	55	100%	2	100%	4	100%	22	100%	9	100%	100	100%

- A Negociar acciones.
- B Proveer servicios financieros y bancarios para los bancos privados y públicos en el país.
- C Compra y/o venta de títulos valores emitidos por empresas y participan también intermediarios y operadores.

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vasquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca

Cuadro 4.179 Nivel de conocimiento de actores en la Bolsa de Valores

Pregunta #5 ¿Cuáles son los actores que intervienen en una Bolsa de Valores ?

	a		b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
A	0	4	50%	22	40%	1	50%	0	0%	7	32%	4	44%	38	38%	
B	0	4	50%	32	58%	1	50%	4	100%	14	64%	5	56%	60	60%	
C	0	0	0%	1	2%	0	0%	0	0%	1	5%	0	0%	2	2%	
TOTAL	0	8	100%	55	100%	2	100%	4	100%	22	100%	9	100%	100	100%	

- A Gobierno, público en general y bancos.
B Operadores de valores y emisores.
C Grandes y medianas empresas.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca

Cuadro 4.180 Nivel de conocimiento del Mercado Bursátil en Ecuador

Pregunta #6 ¿Seleccione las Bolsa de Valores que existen en el País?

	a	b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
A		7	47%	52	44%	2	40%	4	57%	22	50%	9	45%	96	46%
B		0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
C		3	20%	15	13%	1	20%	1	14%	1	2%	2	10%	23	11%
D		5	33%	51	43%	2	40%	2	29%	21	48%	9	45%	90	43%
TOTAL		15	100%	118	100%	5	100%	7	100%	44	100%	20	100%	209	100%

- A Bolsa de Valores de Guayaquil
B Bolsa de Valores de Manta
C Bolsa de Valores de Cuenca
D Bolsa de Valores de Quito



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca

**Cuadro 4.181 Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la BVG****Pregunta #7 ¿ Conoce algún producto y servicio de la BVG ?**

	<i>a</i>	<i>b</i>		<i>c</i>		<i>d</i>		<i>e</i>		<i>f</i>		<i>g</i>		<i>TOTAL</i>	<i>PORCENTAJE</i>
A		1	13%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
B		3	38%	26	48%	1	50%	0	0%	13	59%	1	11%	44	44%
C		4	50%	28	52%	1	50%	4	100%	9	41%	8	89%	54	55%
TOTAL		8	100%	54	100%	2	100%	4	100%	22	100%	9	100%	99	100%

- A TODOS
B NINGUNO
C ALGUNOS

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca

Cuadro 4.182 Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la BVG

Pregunta #8 ¿ Cuáles son los productos que ud. ha escuchado nombrar de la BVG ?

	a	b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
1		1	8%	10	10%	0	0%	2	11%	3	10%	5	15%	21	11%
2		2	15%	12	12%	0	0%	1	5%	4	14%	5	15%	24	12%
3		0	0%	2	2%	0	0%	1	5%	0	0%	2	6%	5	3%
4		1	8%	12	12%	1	100%	3	16%	1	3%	2	6%	20	10%
5		0	0%	1	1%	0	0%	0	0%	1	3%	1	3%	3	2%
6		0	0%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	2	6%	3	2%
7		0	0%	14	13%	0	0%	4	21%	1	3%	4	12%	23	12%
8		1	8%	9	9%	0	0%	2	11%	1	3%	1	3%	14	7%
9		0	0%	4	4%	0	0%	0	0%	1	3%	1	3%	6	3%
10		0	0%	3	3%	0	0%	0	0%	1	3%	0	0%	4	2%
11		0	0%	1	1%	0	0%	0	0%	2	7%	2	6%	5	3%
12		2	15%	3	3%	0	0%	1	5%	2	7%	1	3%	9	5%
13		1	8%	7	7%	0	0%	1	5%	1	3%	1	3%	11	6%
14		2	15%	8	8%	0	0%	2	11%	5	17%	3	9%	20	10%
15		3	23%	17	16%	0	0%	2	11%	6	21%	3	9%	31	16%
TOTAL		13	100%	104	100%	1	100%	19	100%	29	100%	33	100%	199	100%

1	Rueda a Viva voz	6	Decevale	11	Manual de Renta Fija
2	Rueda Electrónica	7	Reuters (Datatec)	12	Diccionario Financiero y Bursátil
3	Compensación de Saldos Netos	8	Al Cierre	13	Guía didáctica del Mercado de Valores
4	Infobursátil	9	Transparencia	14	Conferencias y cursos de capacitación
5	Módulo Valorizador	10	Capital	15	Internet (Página Web)

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vasquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca





Cuadro 4.183 Conocimiento de las características de los productos y servicios

Pregunta #9 ¿ Conoce el producto/servicio que ha escuchado mencionar de la BVG ?

	a	b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
SI		2	50%	16	47%	0	0%	3	75%	9	45%	5	63%	35	49%
NO		2	50%	18	53%	1	100%	1	25%	11	55%	3	38%	36	51%
TOTAL		4	100%	34	100%	1	100%	4	100%	20	100%	8	100%	71	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar:Guayaquil, Quito, Cuenca

Cuadro 4.184 Clientes Potenciales a la Inversión

Pregunta #10 ¿ Invertiría ud. en la BVG ?

	a	b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
SI		7	88%	44	80%	1	50%	3	75%	14	64%	8	89%	77	77%
NO		1	13%	11	20%	1	50%	1	25%	8	36%	1	11%	23	23%
TOTAL		8	100%	55	100%	2	100%	4	100%	22	100%	9	100%	100	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar:Guayaquil, Quito, Cuenca



Cuadro 4.185 Nivel de Atractividad a la Inversión
Pregunta #11 ¿ Qué tan atractivo le resultaría invertir en la BVG?

	<i>a</i>	<i>b</i>		<i>c</i>		<i>d</i>		<i>e</i>		<i>f</i>		<i>g</i>		TOTAL	PORCENTAJE
A		4	57%	7	16%	0	0%	0	0%	2	14%	1	14%	14	18%
B		3	43%	28	62%	1	100%	3	100%	12	86%	6	86%	53	69%
C		0	0%	8	18%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	8	10%
D		0	0%	2	4%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	3%
TOTAL		7	100%	45	100%	1	100%	3	100%	14	100%	7	100%	77	100%

- A Muy atractivo
B Atractivo
C Poco Atractivo
D Nada Atractivo

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vázquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca

Cuadro 4.186 Motivaciones para la inversión

Pregunta # 12 Califique las motivaciones que harían que ud.invierta a través de la BVG ?

Ofrezca rendimientos altos
Costos bajos
Segura y solida
Servicios variados
Sean amables
Rapidos y agiles
Otra

TOTAL

TOTALES					PORCENTAJES				
A	B	C	D	E	A	B	C	D	E
14	20	1	3	1	9%	25%	17%	38%	100%
17	18	1	3	0	11%	22%	17%	38%	0%
37	2	0	0	0	25%	2%	0%	0%	0%
19	18	1	1	0	13%	22%	17%	13%	0%
19	16	3	1	0	13%	20%	50%	13%	0%
33	6	0	0	0	22%	7%	0%	0%	0%
11	1	0	0	0	7%	1%	0%	0%	0%
150	81	6	8	1	100%	100%	100%	100%	100%

- A** Muy importante
- B** Importante
- C** Indiferente
- D** Poco importante
- E** Nada importante

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Quito



Cuadro 4.187 Clientes Potenciales al Financiamiento en TOP Totales

Pregunta #13 ¿ Se financiaría ud. a través de la BVG ?

SI NO TOTAL	a		b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
		5	63%	33	60%	1	8%	3	75%	11	50%	8	89%	61	61%	
		3	38%	22	40%	1	8%	1	25%	11	50%	1	11%	39	39%	
	8	100%	55	100%	2	17%	4	100%	22	100%	9	100%	100	100%		

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar:Guayaquil, Quito, Cuenca

Cuadro 4.188 Nivel de Atractividad al Financiamiento en TOP Totales

Pregunta #14 ¿ Qué tan atractivo le resulta financiarse ?

	a		b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
A		1	20%	7	21%	0	0%	1	33%	1	9%	1	13%	11	18%	
B		2	40%	20	61%	1	100%	2	67%	7	64%	5	63%	37	61%	
C		2	40%	5	15%	0	0%	0	0%	3	27%	2	25%	12	20%	
D		0	0%	1	3%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%	
TOTAL		5	100%	33	100%	1	100%	3	100%	11	100%	8	100%	61	100%	

- A Muy atractivo
- B Atractivo
- C Poco Atractivo
- D Nada Atractivo

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar:Guayaquil, Quito, Cuenca

Cuadro 4.189 Motivaciones para el financiamiento

Pregunta # 15 Califique las motivaciones que harían que ud.se financie a través de la BVG ?

Captar altas Inversiones
Costos bajos
Segura y solida
Servicios variados
Sean amables
Rapidos y agiles
Otra

TOTAL

TOTALES					PORCENTAJES				
A	B	C	D	E	A	B	C	D	E
13	18	4	3	1	9%	23%	36%	43%	100%
21	14	1	3	0	15%	18%	9%	43%	0%
34	5	0	0	0	24%	6%	0%	0%	0%
18	18	3	0	0	13%	23%	27%	0%	0%
18	17	3	1	0	13%	22%	27%	14%	0%
33	6	0	0	0	24%	8%	0%	0%	0%
3	1	0	0	0	2%	1%	0%	0%	0%
140	79	11	7	1	100%	100%	100%	100%	100%

- A Muy importante
- B Importante
- C Indiferente
- D Poco importante
- E Nada importante

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Quito



Cuadro 4.190 Necesidades de los productos y servicios actuales en TOP Totales
Pregunta #16 ¿Cuál producto/servicio podría serle útil ?

	a	b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
1		1	2%	6	2%	0	0%	0	0%	0	0%	1	3%	8	2%
2		5	12%	18	7%	0	0%	0	0%	5	6%	0	0%	28	7%
3		0	0%	5	2%	0	0%	1	17%	2	2%	0	0%	8	2%
4		5	12%	23	10%	1	20%	2	33%	9	10%	3	9%	43	10%
5		1	2%	9	4%	0	0%	0	0%	3	3%	2	6%	15	4%
6		0	0%	8	3%	0	0%	0	0%	0	0%	2	6%	10	2%
7		3	7%	17	7%	0	0%	0	0%	4	5%	4	11%	28	7%
8		4	9%	18	7%	0	0%	0	0%	8	9%	2	6%	32	8%
9		5	12%	26	11%	0	0%	1	17%	8	9%	4	11%	44	11%
10		4	9%	23	10%	0	0%	1	17%	10	11%	2	6%	40	10%
11		1	2%	10	4%	0	0%	0	0%	3	3%	2	6%	16	4%
12		2	5%	19	8%	1	20%	0	0%	7	8%	1	3%	30	7%
13		2	5%	11	5%	1	20%	0	0%	5	6%	3	9%	22	5%
14		4	9%	25	10%	1	20%	0	0%	13	15%	7	20%	50	12%
15		6	14%	24	10%	1	20%	0	0%	11	13%	2	6%	44	11%
TOTAL		43	100%	242	100%	5	100%	5	83%	88	100%	35	100%	418	100%

- | | | |
|--------------------------------|---------------------|--|
| 1 Rueda a Viva voz | 6 Decevale | 11 Manual de Renta Fija |
| 2 Rueda Electrónica | 7 Reuters (Datatec) | 12 Diccionario Financiero y Bursátil |
| 3 Compensación de Saldos Netos | 8 Al Cierre | 13 Guía didáctica del Mercado de Valores |
| 4 Infobursátil | 9 Transparencia | 14 Conferencias y cursos de capacitación |
| 5 Módulo Valorizador | 10 Capital | 15 Internet (Página Web) |

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vasquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca



ACEPTACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA B.V.G.

Cuadro 4.191 Necesidad de nuevos productos y servicios en TOP Totales

Pregunta #17 ¿ Necesita algún producto/servicio diferente a los que ofrece la BVG actualmente ?

	a	b		c		d		e		f	f	g	g	TOTAL	PORCENTAJE
SI		3	38%	9	17%	0	0%	2	50%	2	9%	1	11%	17	17%
NO		5	63%	45	83%	2	100%	2	50%	20	91%	8	89%	82	83%
TOTAL		8	100%	54	100%	2	100%	4	100%	22	100%	9	100%	99	100%

Si: **Pregunta #18** ¿ Qué característica o beneficio debería tener ?

b Un diccionario mas completo y actualizado del mercado bursatil y financiero
Negociar CDR.
Información financiera de las empresas más grandes del Ecuador.

c Difusion
Cotizaciones de CDR diario
Cursos del mercado bursatil
Tener brokers internos
Folletos semanales y quincenales
Mayor información de O y D.
Negociar CDR.
Mayor Difusión del mercado bursátil.

e Trabajar a futuro.
Muchos concesionarios.

f Conocer mas acerca de la BVG
Productos de financiamiento nuevos y a bajo costo.

g Difusión del mercado bursátil.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vasquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca



4.1.3.2.2 Tablas de las Top Empresas de Guayaquil

Cuadro 4.192 Cargos de los ejecutivos encuestados

CARGO	a	b		c		d		e	e	f	f	g	g	TOTAL	PORCENTAJE
Contador	0	0	0%	2	7%	0	0%	0	0%	1	13%	0	0%	3	7%
Gte. Gen.	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Gte. Finan.	0	1	50%	22	79%	0	0%	2	100%	7	88%	4	100%	36	80%
Contralor	0	0	0%	2	7%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	4%
Otros:	0	1	50%	2	7%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	4	9%
TOTAL	0	2	100%	28	100%	1	100%	2	100%	8	100%	4	100%	45	100%

SECTOR

- a AGRICULTURA, CAZA, SEVICULTURA Y PESCA.
- b BIENES INMUEBLES, ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA.
- c COMERCIO, RESTAURANTES Y HOTELES.
- d CONSTRUCCION.
- e ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS Y EMPRESAS DE SERVICIOS.
- f INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
- g TRANSPORTES, ALAMACENAMIENTO Y COMUNICACIÓN.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil



**Cuadro 4.193 Nivel de Conocimiento del mercado bursátil****Pregunta #1 ¿Qué es el Mercado Bursátil?**

	a		b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
A	0	0	0%	4	14%	0	0%	2	100%	2	25%	1	25%	9	20%	
B	0	2	100%	20	71%	1	100%	0	0%	6	75%	1	25%	30	67%	
C	0	0	0%	4	14%	0	0%	0	0%	0	0%	2	50%	6	13%	
TOTAL	0	2	100%	28	100%	1	100%	2	100%	8	100%	4	100%	45	100%	

- A Donde las ventas se realizan aun precio superior al máximo autorizado por la ley
B Donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones
C Conjunto de instituciones financieras que realizan la oferta y demanda de préstamos financieros

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.194 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil**Pregunta #2 ¿Qué es lo que se negocia en el Mercado Bursátil?**

	a		b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
A	0	1	50%	28	100%	0	0%	2	100%	8	100%	4	100%	43	96%	
B	0	1	50%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	2	4%	
C	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
TOTAL	0	2	100%	28	100%	1	100%	2	100%	8	100%	4	100%	45	100%	

- A Acciones, obligaciones, pagarés, bonos.
B Hipotecas, cupones, bonos.
C Cheques afecha, dinero.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.195 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores

Pregunta #3 ¿Qué es para ud. una Bolsa de Valores?

	a		b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
A	0	1	50%	25	89%	1	100%	2	100%	7	88%	4	100%	40	89%	
B	0	0	0%	3	11%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	7%	
C	0	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	1	13%	0	0%	2	4%	
TOTAL	0	2	100%	28	100%	1	100%	2	100%	8	100%	4	100%	45	100%	

- A Mercado en el que participan intermediarios con el propósito de realizar operaciones de títulos valores emitidos por empresas inscritas en ella.
- B Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas además de brindar asesoría en materia de finanzas corporativas a las empresas.
- C Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.196 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores

Pregunta #4 ¿Cuáles son las actividades que se realizan en la Bolsa de Valores?

	a	b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
A	0	1	50%	3	11%	1	100%	0	0%	1	13%	1	25%	7	16%
B	0	0	0%		4%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%
C	0	1	50%	24	86%	0	0%	2	100%	7	88%	3	75%	37	82%
TOTAL	0	2	100%	28	100%	1	100%	2	100%	8	100%	4	100%	45	100%

- A Negociar acciones.
- B Proveer servicios financieros y bancarios para los bancos privados y públicos en el país.
- C Compra y/o venta de títulos valores emitidos por empresas y participan también intermediarios y operadores

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.197 Nivel de conocimiento de actores en la Bolsa de Valores

Pregunta #5 ¿Cuáles son los actores que intervienen en una Bolsa de Valores ?

	a	b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
A	0	2	100%	12	43%	0	0%	0	0%	2	25%	1	25%	17	38%
B	0	0	0%	15	54%	1	100%	2	100%	6	75%	3	75%	27	60%
C	0	0	0%	1	4%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%
TOTAL	0	2	100%	28	100%	1	100%	2	100%	8	100%	4	100%	45	100%

- A Gobierno, público en general y bancos.
 B Operadores de valores, emisores e inversionistas
 C Grandes y medianas empresas.

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.198 Nivel de conocimiento del Mercado Bursátil en Ecuador

Pregunta #6 ¿Seleccione las Bolsa de Valores que existen en el País?

	a	b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
	0	2	50%	28	50%	1	50%	2	50%	8	50%	4	50%		
A	0	2	50%	28	50%	1	50%	2	50%	8	50%	4	50%	45	50%
B	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
C	0	1	25%	4	7%	0	0%	0	0%	0	0%		0%	5	6%
D	0	1	25%	24	43%	1	50%	2	50%	8	50%	4	50%	40	44%
TOTAL	0	4	100%	56	100%	2	100%	4	100%	16	100%	8	100%	90	100%

- A Bolsa de Valores de Guayaquil
 B Bolsa de Valores de Manta
 C Bolsa de Valores de Cuenca
 D Bolsa de Valores de Quito

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.199 Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la BVG

Pregunta #7 ¿ Conoce algún producto y servicio de la BVG ?

	<i>a</i>	<i>b</i>		<i>c</i>		<i>d</i>		<i>e</i>		<i>f</i>		<i>g</i>		TOTAL	PORCENTAJE
A	0	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%
B	0	0	0%	15	54%	0	0%	0	0%	4	22%	0	0%	19	42%
C	0	1	50%	13	46%	1	100%	2	100%	4	22%	4	100%	25	56%
TOTAL	0	2	100%	28	100%	1	100%	2	100%	8	100%	4	100%	45	100%

A TODOS
B NINGUNO
C ALGUNOS

Fuente: Investigación de mercado para la BVG

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.200 Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la BVG

Pregunta #8 ¿Cuáles son los productos que ud. ha escuchado nombrar de la BVG ?

	a	b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
1	0	1	50%	3	11%	0	0%	0	0%	1	13%	2	50%	7	8%
2	0	2	100%	3	11%	0	0%	0	0%	1	13%	3	75%	9	11%
3	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	50%	2	2%
4	0	1	50%	3	11%	1	100%	1	50%	0	0%	1	25%	7	8%
5	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	1	1%
6	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	1	1%
7	0	0	0%	7	25%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	8	9%
8	0	1	50%	3	11%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	5	6%
9	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	1	1%
10	0	0	0%	1	4%	0	0%	0	0%	1	13%	0	0%	2	2%
11	0	0	0%	1	4%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	2	2%
12	0	1	50%	2	7%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	4	5%
13	0	1	50%	3	11%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	5	6%
14	0	2	100%	5	18%	0	0%	1	50%	2	25%	2	50%	12	14%
15	0	2	100%	8	29%	0	0%	0	0%	4	50%	2	50%	16	19%

1 Rueda a Viva voz

2 Rueda Electrónica

3 Compensación de Saldos Netos

4 Infobursátil

5 Módulo Valorizador

6 Decevale

7 Reuters (Datatec)

8 Al Cierre

9 Transparencia

10 Capital

11 Manual de Renta Fija

12 Diccionario Financiero y Bursátil

13 Guía didáctica del Mercado de Valores

14 Conferencias y cursos de capacitación

15 Internet (Página Web)

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

**Cuadro 4.201 Conocimiento de las características de los productos y servicios**

Pregunta #9 ¿ Conoce el producto/servicio que ha escuchado mencionar de la BVG ?

SI NO TOTAL	a	b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
	0	1	50%	6	46%	0	0%	2	100%	4	100%	2	50%	15	58%
	0	1	50%	7	54%	1	100%		0%	0	0%	2	50%	11	42%
	0	2	100%	13	100%	1	100%	2	100%	4	100%	4	100%	26	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vázquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.202 Clientes Potenciales a la Inversión

Pregunta #10 ¿ Invertiría ud. en la BVG ?

SI NO TOTAL	a	b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
	0	2	100%	22	79%	1	100%	2	100%	8	100%	3	75%	38	84%
	0	0	0%	6	21%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	7	16%
	0	2	100%	28	100%	1	100%	2	100%	8	100%	4	100%	45	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vázquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil





Cuadro 4.203 Nivel de Atractividad a la Inversión en TOP Guayaquil

Pregunta #11 ¿ Qué tan atractivo le resultaría invertir en la BVG?

	a	b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
A	0	1	50%	3	14%	0	0%	0	0%	1	13%	0	0%	5	13%
B	0	1	50%	13	59%	1	100%	2	100%	7	88%	3	100%	27	71%
C	0	0	0%	4	18%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4	11%
D	0	0	0%	2	9%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	5%
TOTAL	0	2	100%	22	100%	1	100%	2	100%	8	100%	3	100%	38	100%

- A** Muy atractivo
- B** Atractivo
- C** Poco Atractivo
- D** Nada Atractivo

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G

Elaborado por: J. Vasquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.204 Motivaciones para la inversión en TOP Guayaquil

Pregunta # 12 Califique las motivaciones que harían que ud.invierta a través de la BVG ?

Ofrezca rendimientos altos
Costos bajos
Segura y solida
Servicios variados
Sean amables
Rapidos y agiles
Otra
TOTAL

TOTALES					PORCENTAJES				
A	B	C	D	E	A	B	C	D	E
22	17	4	1	0	13%	21%	29%	25%	0%
23	15	2	0	0	14%	19%	14%	0%	0%
30	12	1	0	0	18%	15%	7%	0%	0%
18	19	4	2	0	11%	24%	29%	50%	0%
28	10	2	1	1	17%	13%	14%	25%	100%
34	7	1	0	0	21%	9%	7%	0%	0%
10	0	0	0	0	6%	0%	0%	0%	0%
165	80	14	4	1	100%	100%	100%	100%	100%

- A Muy importante
- B importante
- C Indiferente
- D Poco importante
- E Nada importante

Fuente: Investigación de mercado para la B V G

Elaborado por: J. Vázquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil





Cuadro 4.205 Clientes Potenciales al Financiamiento

Pregunta #13 ¿ Se financiaría ud. a través de la BVG ?

SI NO TOTAL	a		b		c		d		e	e	f	f	g	g	TOTAL	PORCENTAJE
	0	2	100%	17	61%	1	100%	1	50%	6	75%	4	100%	31	69%	
	0	0	0%	11	39%	0	0%	1	50%	2	25%	0	0%	14	31%	
	0	2	100%	28	100%	1	100%	2	100%	8	100%	4	100%	45	100%	

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.206 Nivel de Atractividad al Financiamiento

Pregunta #14 ¿ Qué tan atractivo le resulta financiarse ?

	a	b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
A	0	1	50%	5	29%	0	0%	0	0%	1	17%	1	25%	8	26%
B	0	1	50%	10	59%	1	100%	1	100%	5	83%	3	75%	21	68%
C	0	0	0%	1	6%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	3%
D	0	0	0%	1	6%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	3%
TOTAL	0	2	100%	17	100%	1	100%	1	100%	6	100%	4	100%	31	100%

- A Muy atractivo
- B Atractivo
- C Poco Atractivo
- D Nada Atractivo

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.207 Motivaciones para el financiamiento en TOP Guayaquil

Pregunta # 15 Califique las motivaciones que harían que ud.se financie a través de la BVG ?

Captar altas Inversiones
Costos bajos
Segura y solida
Servicios variados
Sean amables
Rapidos y agiles
Otra

TOTAL

TOTALES					PORCENTAJES				
A	B	C	D	E	A	B	C	D	E
26	10	3	1	1	13%	14%	21%	33%	50%
28	12	2	0	0	14%	16%	14%	0%	0%
26	13	2	0	0	13%	18%	14%	0%	0%
17	18	5	1	0	9%	25%	36%	33%	0%
21	7	1	1	1	11%	10%	7%	33%	50%
33	6	1	0	0	17%	8%	7%	0%	0%
9	0	0	0	0	5%	0%	0%	0%	0%
196	73	14	3	2	100%	100%	100%	100%	100%

- A** Muy importante
- B** Importante
- C** Indiferente
- D** Poco importante
- E** Nada importante

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.208 Necesidades de los productos y servicios actuales
Pregunta #16 ¿Cuál producto/servicio podría serle útil ?

	a		b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
1	0	0	0%	3	11%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	2%	
2	0	2	100%	9	32%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	11	9%	
3	0	0	0%	3	11%	0	0%	0	0%	1	13%	0	0%	4	3%	
4	0	0	0%	5	18%	1	100%	1	50%	1	13%	0	0%	8	6%	
5	0	0	0%	4	14%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4	3%	
6	0	0	0%	2	7%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	2%	
7	0	0	0%	4	14%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	5	4%	
8	0	1	50%	5	18%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	6	5%	
9	0	0	0%	11	39%	0	0%	0	0%	1	13%	1	25%	13	10%	
10	0	0	0%	9	32%	0	0%	0	0%	2	25%	1	25%	12	10%	
11	0	0	0%	4	14%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	5	4%	
12	0	0	0%	10	36%	0	0%	0	0%	2	25%	0	0%	12	10%	
13	0	0	0%	5	18%	0	0%	0	0%	1	13%	1	25%	7	6%	
14	0	0	0%	15	54%	0	0%	1	50%	5	63%	2	50%	23	18%	
15	0	1	50%	7	25%	0	0%	0	0%	2	25%	0	0%	10	8%	

- 1 Rueda a Viva voz
- 2 Rueda Electrónica
- 3 Compensación de Saldos Netos
- 4 Infobursatín
- 5 Módulo Valorizador

- 6 Decevale
- 7 Reuters (Datatec)
- 8 Al Correo
- 9 Transparencia
- 10 Capital

- 11 Manual de Renta Fija
- 12 Diccionario Financiero y Bursatín
- 13 Guía didáctica del Mercado de Valores
- 14 Conferencias y cursos de capacitación
- 15 Internet (Página Web)

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: J. Vásquez
 Fecha de Elaboración: Agosto 1999
 Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.209 Necesidad de nuevos productos y servicios

Pregunta #17 ¿ Necesita algún producto/servicio diferente a los que ofrece la BVG actualmente ?

	a	b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJE
SI		1	50%	6	21%		0%		0%	1	13%		0%	8	18%
NO		1	50%	22	79%	1	100%	2	100%	7	88%	4	100%	37	82%
TOTAL		2	100%	28	100%	1	100%	2	100%	8	100%	4	100%	45	100%

Si: **Pregunta #18** ¿ Qué característica o beneficio debería tener ?

- b Un diccionario mas completo y actualizado del mercado bursatil y financiero
- c Difusion
Cotizaciones de CDR diario
Cursos del mercado bursatil
Tener brokers internos
Folletos semanales y quincenales
- f Conocer mas acerca de la BVG

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil





4.1.3.2 Tabla no. 10 Top Empresas de Quito.

Cuadro 4.210 Cargos de los ejecutivos encuestados

CARGO	a	b	c	d	e	f	g	TOTAL	PORCENTAJES
Contador	0	0	2	9%	0	0	0%	3	8%
Gte. General	0	0	0	0%	0	0	0%	0	0%
Gte. Financ.	0	5	100%	16	70%	0	1	28	70%
Contralor	0	0	0%	1	4%	0	0%	2	5%
Otros:	0	0	0%	4	17%	0	1	7	18%
TOTAL	0	5	100%	23	100%	0	2	40	100%

SECTORES

- a AGRICULTURA, CAZA, SEVICULTURA Y PESCA.
- b BIENES INMUEBLES, ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA.
- c COMERCIO, RESTAURANTES Y HOTELES.
- d CONSTRUCCION.
- e ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS Y EMPRESAS DE SERVICIOS.
- f INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
- g TRANSPORTES, ALAMACENAMIENTO Y COMUNICACIÓN.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vasquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Quito



Cuadro 4.211 Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil

Pregunta #1 ¿Qué es el Mercado Bursátil?

	a	b		c		d	e		f		g		TOTAL	PORCENTAJES
A	0	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
B	0	5	100%	16	70%	0	2	100%	3	60%	5	100%	31	78%
C	0	0	0%	7	30%	0	0	0%	2	40%	0	0%	9	23%
TOTAL	0	5	100%	23	100%	0	2	100%	5	100%	5	100%	40	100%

- A Donde las ventas se realizan aun precio superior al máximo autorizado por la ley
 B Donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones
 C Conjunto de instituciones financieras que realizan la oferta y demanda de préstamos financieros

Fuente: Investigación de mercado para la B V G

Elaborado por: J. Vasquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Quito

Cuadro 4.212 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil

Pregunta #2 ¿Qué es lo que se negocia en el Mercado Bursátil?

	a	b		c		d	e		f		g		TOTAL	PORCENTAJES
A	0	5	100%	22	96%	0	2	100%	5	100%	5	100%	39	98%
B	0	0	0%	1	4%	0	0	0%	0	0%	0	0%	1	3%
C	0	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	0	5	100%	23	100%	0	2	100%	5	100%	5	100%	40	100%

- A Acciones, obligaciones, pagares, bonos.
 B Hipotecas, cupones, bonos.
 C Cheques afecha, dinero.

Fuente: Investigación de mercado para la B V G

Elaborado por: J. Vasquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Quito

Cuadro 4.213 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores

Pregunta #3 ¿Qué es para ud. una Bolsa de Valores?

	a	b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJES
A	0	4	80%	20	87%	0	2	100%	5	100%	5	100%	36	90%	
B	0	1	20%	3	13%	0	0	0%	0	0%	0	0%	4	10%	
C	0	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
TOTAL	0	5	100%	23	100%	0	2	100%	5	100%	5	100%	40	100%	

- A Mercado en el que participan intermediarios con el propósito de realizar operaciones de títulos valores emitidas por empresas inscritas en ella.
- B Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas además de brindar asesoría en materia de finanzas corporativas a las empresas.
- C Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vázquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Quito

Cuadro 4.214 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores

Pregunta #4 ¿Cuáles son las actividades que se realizan en la Bolsa de Valores?

	a	b	c	d	e	f	g	TOTAL	PORCENTAJES					
A	0	0	0%	3	13%	0	0	0%	0	0%	0	0%	3	8%
B	0	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
C	0	5	100%	20	87%	0	2	100%	5	100%	5	100%	37	93%
TOTAL	0	5	100%	23	100%	0	2	100%	5	100%	5	100%	40	100%

- A Negociar acciones.
- B Proveer servicios financieros y bancarios para los bancos privados y públicos en el país
- C Compra y/o venta de títulos valores emitidos por empresas y participan también intermediarios y participan también intermediarios y operadores.

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vázquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Quito

Cuadro 4.215 Nivel de conocimiento de actores en la Bolsa de Valores

Pregunta #5 ¿Cuáles son los actores que intervienen en una Bolsa de Valores ?

	<i>a</i>		<i>b</i>		<i>c</i>		<i>d</i>		<i>e</i>		<i>f</i>		<i>g</i>		TOTAL	PORCENTAJES
A	0	1	20%	7	30%	0	0	0%	1	20%	3	60%	12	30%		
B	0	4	80%	16	70%	0	2	100%	4	80%	2	40%	28	70%		
C	0	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%		
TOTAL	0	5	100%	23	100%	0	2	100%	5	100%	5	100%	40	100%		

A Gobierno, público en general y bancos.

B Operadores de valores y emisores.

C Grandes y medianas empresas.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vázquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Quito

Cuadro 4.216 Nivel de conocimiento del Mercado Bursátil en Ecuador

Pregunta #6 ¿Seleccione las Bolsa de Valores que existen en el País?

	<i>a</i>		<i>b</i>		<i>c</i>		<i>d</i>		<i>e</i>		<i>f</i>		<i>g</i>		TOTAL	PORCENTAJES
A	0	4	80%	20	87%	0	2	100%	5	100%	5	100%	36	40%		
B	0	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%		
C	0	1	20%	11	48%	0	1	50%	1	20%	2	40%	16	18%		
D	0	3	60%	23	100%	0	2	100%	5	100%	5	100%	38	42%		

A Bolsa de Valores de Guayaquil

B Bolsa de Valores de Manta

C Bolsa de Valores de Cuenca

D Bolsa de Valores de Quito

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vázquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Quito

Cuadro 4.217 Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la BVG

Pregunta #7 ¿ Conoce algún producto y servicio de la BVG ?

	<i>a</i>	<i>b</i>		<i>c</i>		<i>d</i>	<i>e</i>		<i>f</i>		<i>g</i>		TOTAL	PORCENTAJES
A	0	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
B	0	2	40%	9	39%	0	0	0%	4	80%	1	20%	16	40%
C	0	3	60%	14	61%	0	2	100%	1	20%	4	80%	24	60%
TOTAL	0	5	100%	23	100%	0	2	100%	5	100%	5	100%	40	100%

A TODOS
B NINGUNO
C ALGUNOS

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Quito



Cuadro 4.218 Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la BVG

Pregunta #8 ¿Cuáles son los productos que ud. ha escuchado nombrar de la BVG ?

	a	b		c		d	e		f		g		TOTAL	PORCENTAJES
1	0	0	0%	6	43%	0	2	100%	0	0%	3	75%	11	46%
2	0	0	0%	9	64%	0	1	50%	1	100%	2	50%	13	54%
3	0	0	0%	1	7%	0	1	50%	0	0%	0	0%	2	8%
4	0	0	0%	8	57%	0	2	100%	1	100%	1	25%	12	50%
5	0	0	0%	1	7%	0	0	0%	1	100%	0	0%	2	8%
6	0	0	0%	1	7%	0	0	0%	0	0%	1	25%	2	8%
7	0	0	0%	6	43%	0	2	100%	0	0%	3	75%	11	46%
8	0	0	0%	6	43%	0	1	50%	0	0%	0	0%	7	29%
9	0	0	0%	3	21%	0	0	0%	1	100%	0	0%	4	17%
10	0	0	0%	2	14%	0	0	0%	0	0%	0	0%	2	8%
11	0	0	0%	0	0%	0	0	0%	1	100%	1	25%	2	8%
12	0	1	33%	1	7%	0	1	50%	0	0%	0	0%	3	13%
13	0	0	0%	3	21%	0	1	50%	0	0%	0	0%	4	17%
14	0	0	0%	2	14%	0	1	50%	1	100%	1	25%	5	21%
15	0	1	33%	8	57%	0	2	100%	0	0%	1	25%	12	50%

1 Rueda a Viva voz

2 Rueda Electrónica

3 Compensación de Saldos Netos

4 Infobursatín

5 Módulo Valorizador

6 Decevale

7 Reuters (Datatec)

8 Al Cierre

9 Transparencia

10 Capital

11 Manual de Renta Fija

12 Diccionario Financiero y Bursatín

13 Guía didáctica del Mercado de Valores

14 Conferencias y cursos de capacitación

15 Internet (Página Web)

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vázquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Quito

**Cuadro 4.219 Conocimiento de las características de los productos y servicios****Pregunta #9** ¿ Conoce el producto/servicio que ha escuchado mencionar de la BVG ?

	a	b		c		d	e		f		g		TOTAL	PORCENTAJES
SI	0	2	67%	9	64%	0	1	50%	1	100%	3	75%	16	67%
NO	0	1	33%	5	36%	0	1	50%		0%	1	25%	8	33%
TOTAL	0	3	100%	14	100%	0	2	100%	1	100%	4	100%	24	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G

Elaborado por: J. Vasquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Quito

Cuadro 4.220 Clientes Potenciales a la Inversión**Pregunta #10** ¿ Invertiría ud. en la BVG ?

	a	b		c		d	e		f		g		TOTAL	PORCENTAJES
SI	0	4	80%	20	87%	0	1	50%	4	80%	5	100%	34	85%
NO	0	1	20%	3	13%	0	1	50%	1	20%	0	0%	5	15%
TOTAL	0	5	100%	23	100%	0	2	100%	5	100%	5	100%	40	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G

Elaborado por: J. Vasquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Quito

Cuadro 4.221 Nivel de Atractividad a la Inversión

Pregunta #11 ¿ Qué tan atractivo le resultaría invertir en la BVG?

	a		b		c		d	e		f		g		TOTAL	PORCENTAJES
A	0	2	50%	4	20%	0	0	0%	1	25%	1	20%	8	24%	
B	0	2	50%	12	60%	0	1	100%	3	75%	4	80%	22	65%	
C	0	0	0%	4	20%	0	0	0%	0	0%	0	0%	4	12%	
D	0	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
TOTAL	0	4	100%	20	100%	0	1	100%	4	100%	5	100%	34	100%	

- A Muy atractivo
B Atractivo
C Poco Atractivo
D Nada Atractivo

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vasquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Quito



Cuadro 4.222 Motivaciones para la inversión

Pregunta # 12 Califique las motivaciones que harían que ud. invierta a través de la BVG ?

Ofrezca rendimientos altos
Costos bajos
Segura y solida
Servicios variados
Sean amables
Rápidos y ágiles
Otra
TOTAL

TOTALES					PORCENTAJES				
A	B	C	D	E	A	B	C	D	E
14	20	1	3	1	9%	25%	17%	38%	100%
17	18	1	3	0	11%	22%	17%	38%	0%
37	2	0	0	0	25%	2%	0%	0%	0%
19	18	1	1	0	13%	22%	17%	13%	0%
19	16	3	1	0	13%	20%	50%	13%	0%
33	6	0	0	0	22%	7%	0%	0%	0%
11	1	0	0	0	7%	1%	0%	0%	0%
150	81	6	8	1	100%	100%	100%	100%	100%

- A Muy importante
- B Importante
- C Indiferente
- D Poco importante
- E Nada importante

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Quito





Cuadro 4.223 Clientes Potenciales al Financiamiento

Pregunta #13 ¿ Se financiaría ud. a través de la BVG ?

	a	b		c		d	e		f		g		TOTAL	PORCENTAJES
SI	0	3	60%	15	65%	0	2	100%	3	60%	4	80%	27	68%
NO	0	2	40%	8	35%	0	0	0%	2	40%	1	20%	13	33%
TOTAL	0	5	100%	23	100%	0	2	100%	5	100%	5	100%	40	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vázquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Quito

Cuadro 4.224 Nivel de Atractividad al Financiamiento

Pregunta #14 ¿ Qué tan atractivo le resulta financiarse ?

	a	b		c		d	e		f		g		TOTAL	PORCENTAJES
A	0	0	0%	2	13%	0	1	50%	0	0%	0	0%	3	11%
B	0	1	33%	9	60%	0	1	50%	0	0%	2	50%	13	48%
C	0	2	67%	4	27%	0	0	0%	3	100%	2	50%	11	41%
D	0	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	0	3	100%	15	100%	0	2	100%	3	100%	4	100%	27	100%

- A Muy atractivo
- B Atractivo
- C Poco Atractivo
- D Nada Atractivo

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vázquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Quito

Cuadro 4.225 Motivaciones para el financiamiento

Pregunta # 15 Califique las motivaciones que harían que ud.se financie a través de la BVG ?

Captar altas Inversiones
Costos bajos
Segura y solida
Servicios variados
Sean amables
Rapidos y agiles
Otra

TOTAL

TOTALES					PORCÉNTAJES				
A	B	C	D	E	A	B	C	D	E
13	18	4	3	1	9%	23%	36%	43%	100%
21	14	1	3	0	15%	18%	9%	43%	0%
34	5	0	0	0	24%	6%	0%	0%	0%
18	18	3	0	0	13%	23%	27%	0%	0%
18	17	3	1	0	13%	22%	27%	14%	0%
33	6	0	0	0	24%	8%	0%	0%	0%
3	1	0	0	0	2%	1%	0%	0%	0%
140	79	11	7	1	100%	100%	100%	100%	100%

- A Muy importante
- B Importante
- C Indiferente
- D Poco importante
- E Nada importante



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Quito



ACEPTACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA B.V.G.

Cuadro 4.226 Necesidades de los productos y servicios actuales

Pregunta #16 ¿Cuál producto/servicio podría serle útil ?

	a	b		c		d	e		f		g		TOTAL	PORCENTAJES
1	0	1	20%	3	13%	0	0	0%	0	0%	1	20%	5	13%
2	0	3	60%	8	35%	0	1	50%	3	60%	0	0%	15	38%
3	0	0	0%	2	9%	0	1	50%	0	0%	0	0%	3	8%
4	0	4	80%	16	70%	0	1	50%	4	80%	3	60%	28	70%
5	0	1	20%	5	22%	0	0	0%	2	40%	2	40%	10	25%
6	0	0	0%	5	22%	0	0	0%	0	0%	2	40%	7	18%
7	0	3	60%	11	48%	0	0	0%	2	40%	3	60%	19	48%
8	0	2	40%	11	48%	0	0	0%	3	60%	2	40%	18	45%
9	0	4	80%	13	57%	0	1	50%	5	100%	3	60%	26	65%
10	0	3	60%	11	48%	0	1	50%	2	40%	1	20%	18	45%
11	0	1	20%	4	17%	0	0	0%	1	20%	1	20%	7	18%
12	0	1	20%	7	30%	0	0	0%	1	20%	1	20%	10	25%
13	0	1	20%	4	17%	0	0	0%	0	0%	2	40%	7	18%
14	0	3	60%	8	35%	0	0	0%	2	40%	5	100%	18	45%
15	0	4	80%	15	65%	0	0	0%	3	60%	2	40%	24	60%

- 1 Rueda a Viva voz
- 2 Rueda Electrónica
- 3 Compensación de Saldos Netos
- 4 Infobursatín
- 5 Módulo Valorizador

- 6 Decevale
- 7 Reuters (Datatec)
- 8 Al Cierre
- 9 Transparencia
- 10 Capital

- 11 Manual de Renta Fija
- 12 Diccionario Financiero y Bursatín
- 13 Guía didáctica del Mercado de Valores
- 14 Conferencias y cursos de capacitación
- 15 Internet (Página Web)

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Quito



Cuadro 4.227 Necesidad de nuevos productos y servicios en TOP Quito

Pregunta #17 ¿ Necesita algún producto/servicio diferente a los que ofrece la BVG actualmente ?

	a		b		c		d		e		f		g		TOTAL	PORCENTAJES
SI	0	2	40%	3	13%	0	2	100%	1	20%	1	20%	9		23%	
NO	0	3	60%	19	83%	0	0	0%	4	80%	4	80%	30		77%	
TOTAL	0	5	100%	22	96%	0	2	100%	5	100%	5	100%	39		100%	

Pregunta #18 ¿ Qué característica o beneficio debería tener ?

Si:

- b** Negociar CDR.
Información financiera de las empresas más grandes del Ecuador.
- c** Mayor información de O y D.
Negociar CDR.
Mayor Difusión del mercado bursátil.
- e** Trabajar a futuro.
Muchos concesionarios.
- f** Productos de financiamiento nuevos y a bajo costo.
- g** Difusión del mercado bursátil.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Quito



4.1.3.2.4 Tablas de las Top Empresas de Cuenca

Cuadro 4.228 Cargos de los ejecutivos encuestados

CARGO	a	b		c		d		e	f		g	TOTAL	PORCENTAJES
Contador	0	0	0%	0	0%	1	100%	0	0	0%	0	1	7%
Gte. General	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
Gte. Financ.	0	1	100%	3	75%	0	0%	0	9	100%	0	13	87%
Contralor	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
Otros:	0	0	0%	1	25%	0	0%	0	0	0%	0	1	7%
TOTAL	0	1	100%	4	100%	1	100%	0	9	100%	0	15	100%

SECTORES

- a* AGRICULTURA, CAZA, SEVICULTURA Y PESCA.
- b* BIENES INMUEBLES, ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA.
- c* COMERCIO, RESTAURANTES Y HOTELES.
- d* CONSTRUCCION.
- e* ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS Y EMPRESAS DE SERVICIOS.
- f* INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
- g* TRANSPORTES, ALAMACENAMIENTO Y COMUNICACIÓN.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G

Elaborado por: J. Vázquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Cuenca



Cuadro 4.229 Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil

Pregunta #1 ¿Qué es el Mercado Bursátil?

	a	b		c		d		e	f		g	TOTAL	PORCENTAJES
A	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	1	11%	0	1	7%
B	0	1	100%	4	100%	1	100%	0	5	56%	0	11	73%
C	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	3	33%	0	3	20%
TOTAL	0	1	100%	4	100%	1	100%	0	9	100%	0	15	100%

- A Donde las ventas se realizan aun precio superior al máximo autorizado por la ley
B Donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones
C Conjunto de instituciones financieras querealizan la oferta y demanda de préstamos fiancieros

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Cuenca

Cuadro 4.230 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil

Pregunta #2 ¿Qué es lo que se negocia en el Mercado Bursátil?

	a	b		c		d		e	f		g	TOTAL	PORCENTAJES
A	0	1	100%	3	75%	1	100%	0	9	100%	0	14	93%
B	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
C	0	0	0%	1	25%	0	0%	0	0	0%	0	1	7%
TOTAL	0	1	100%	4	100%	1	100%	0	9	100%	0	15	100%

- A Acciones, obligaciones, pagarés, bonos.
B Hipotecas, cupones, bonos.
C Cheques afecha, dinero.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Cuenca

**Cuadro 4.231 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores****Pregunta #3 ¿Qué es para ud. una Bolsa de Valores?**

	<i>a</i>	<i>b</i>		<i>c</i>		<i>d</i>		<i>e</i>	<i>f</i>		<i>g</i>	TOTAL	PORCENTAJES
A	0	1	100%	2	50%	0	0%	0	5	56%	0	8	53%
B	0	0	0%	0	0%	1	100%	0	1	11%	0	2	13%
C	0	0	0%	2	50%	0	0%	0	3	33%	0	5	33%
TOTAL	0	1	100%	4	100%	1	100%	0	9	100%	0	15	100%

- A Mercado en el que participan intermediarios con el propósito de realizar operaciones de títulos valores emitidas por empresas inscritas en ella.
- B Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas además de brindar asesoría en materia de finanzas corporativas a las empresas.
- C Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Cuenca

Cuadro 4.232 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores**Pregunta #4 ¿Cuáles son las actividades que se realizan en la Bolsa de Valores?**

	<i>a</i>	<i>b</i>		<i>c</i>		<i>d</i>		<i>e</i>	<i>f</i>		<i>g</i>	TOTAL	PORCENTAJES
A	0	0	0%	2	50%	1	100%	0	3	33%	0	6	40%
B	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	1	11%	0	1	7%
C	0	1	100%	2	50%	0	0%	0	5	56%	0	8	53%
TOTAL	0	1	100%	4	100%	1	100%	0	9	100%	0	15	100%

- A Negociar acciones.
- B Proveer servicios financieros y bancarios para los bancos privados y públicos en el país.
- C Compra y/o venta de títulos valores emitidos por empresas y participan también intermediarios y operadores.

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Cuenca

Cuadro 4.233 Nivel de conocimiento de actores en la Bolsa de Valores

Pregunta #5 ¿Cuáles son los actores que intervienen en una Bolsa de Valores ?

	a	b		c		d		e	f		g	TOTAL	PORCENTAJES
A	0	1	100%	3	75%	1	100%	0	4	44%	0	9	60%
B	0	0	0%	1	25%	0	0%	0	4	44%	0	5	33%
C	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	1	11%	0	1	7%
TOTAL	0	1	100%	4	100%	1	100%	0	9	100%	0	15	100%

- A Gobierno, público en general y bancos.
 B Operadores de valores, emisores e inversionistas
 C Grandes y medianas empresas.

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: J. Vásquez
 Fecha de Elaboración: Agosto 1999
 Lugar: Cuenca

Cuadro 4.234 Nivel de conocimiento del Mercado Bursátil en Ecuador

Pregunta #6 ¿Seleccione las Bolsa de Valores que existen en el País?

	<i>a</i>	<i>b</i>		<i>c</i>		<i>d</i>		<i>e</i>	<i>f</i>		<i>g</i>	TOTAL	PORCENTAJES
A	0	1	33%	4	50%	1	33%	0	9	53%	0	15	48%
B	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
C	0	1	33%	0	0%	1	33%	0	0	0%	0	2	6%
D	0	1	33%	4	50%	1	33%	0	8	47%	0	14	45%
TOTAL	0	3	100%	8	100%	3	100%	0	17	100%	0	31	100%

- A Bolsa de Valores de Guayaquil
 B Bolsa de Valores de Manta
 C Bolsa de Valores de Cuenca
 D Bolsa de Valores de Quito

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: J. Vásquez
 Fecha de Elaboración: Agosto 1999
 Lugar: Cuenca

Cuadro 4.235 Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la BVG

Pregunta #7 ¿ Conoce algún producto y servicio de la BVG ?

	<i>a</i>	<i>b</i>		<i>c</i>		<i>d</i>		<i>e</i>	<i>f</i>		<i>g</i>	TOTAL	PORCENTAJES
A	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
B	0	1	100%	2	50%	1	100%	0	5	56%	0	9	60%
C	0	0	0%	2	50%	0	0%	0	4	44%	0	6	40%
TOTAL	0	1	100%	4	100%	1	100%	0	9	100%	0	15	100%

A TODOS
B NINGUNO
C ALGUNOS

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Cuenca





Cuadro 4.236 Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la BVG
Pregunta #8 ¿ Cuáles son los productos que ud. ha escuchado nombrar de la BVG ?

	a		b		c		d		e	f		g	TOTAL	PORCENTAJES
1	0	0	0%	1	25%	0	0%	0	2	22%	0	3	20%	
2	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	2	22%	0	2	13%	
3	0	0	0%	1	0%	0	0%	0	0	0%	0	1	7%	
4	0	0	0%	1	0%	0	0%	0	0	0%	0	1	7%	
5	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	
6	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	
7	0	0	0%	1	0%	0	0%	0	1	11%	0	2	13%	
8	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	1	11%	0	1	7%	
9	0	0	0%	1	0%	0	0%	0	0	0%	0	1	7%	
10	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	
11	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	1	11%	0	1	7%	
12	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	2	22%	0	2	13%	
13	0	0	0%	1	0%	0	0%	0	1	11%	0	2	13%	
14	0	0	0%	1	0%	0	0%	0	2	22%	0	3	20%	
15	0	0	0%	1	0%	0	0%	0	2	22%	0	3	20%	

- | | | |
|---------------------------------|---------------------|--|
| 1 Rueda a Viva voz | 6 Decevale | 11 Manual de Renta Fija |
| 2 Rueda Electrónica | 7 Reuters (Datatec) | 12 Diccionario Financiero y Bursátil |
| 3 Compensación de Saludos Netos | 8 Al Cierre | 13 Guía didáctica del Mercado de Valores |
| 4 Infobursátil | 9 Transparencia | 14 Conferencias y cursos de capacitación |
| 5 Módulo Valorizador | 10 Capital | 15 Internet (Página Web) |

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Cuenca

**Cuadro 4.237 Conocimiento de las características de los productos y servicios****Pregunta #9** ¿ Conoce el producto/servicio que ha escuchado mencionar de la BVG ?

	a	b		c		d		e	f		g	TOTAL	PORCENTAJES
SI	0	0	0%	1	50%	0	0%	0	2	50%	0	3	50%
NO	0	0	0%	1	50%	0	0%	0	2	50%	0	3	50%
TOTAL	0	0	0%	2	100%	0	0%	0	4	100%	0	6	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Cuenca

Cuadro 4.238 Clientes Potenciales a la Inversión**Pregunta #10** ¿ Invertiría ud. en la BVG ?

	a	b		c		d		e	f		g	TOTAL	PORCENTAJES
SI	0	1	100%	2	50%	0	0%	0	2	22%		5	33%
NO	0	0	0%	2	50%	1	100%	0	7	78%		10	67%
TOTAL	0	1	100%	4	100%	1	100%	0	9	100%		15	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Cuenca

Cuadro 4.239 Nivel de Atractividad a la Inversión

Pregunta #11 ¿ Qué tan atractivo le resultaría invertir en la BVG?

	<i>a</i>	<i>b</i>		<i>c</i>		<i>d</i>		<i>e</i>	<i>f</i>		<i>g</i>	TOTAL	PORCENTAJES
A	0	1	100%	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	1	20%
B	0	0	0%	2	100%	0	0%	0	2	100%	0	4	80%
C	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
D	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
TOTAL	0	1	100%	2	100%	0	0%	0	2	100%	0	5	100%

- A** Muy atractivo
- B** Atractivo
- C** Poco Atractivo
- D** Nada Atractivo

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G

Elaborado por: J. Vasquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Cuenca



Quadro 4.240 Motivaciones para la inversión

Pregunta # 12 Califique las motivaciones que harían que ud.invierta a través de la BVG ?

Ofrezca rendimientos altos
Costos bajos
Segura y solida
Servicios variados
Sean amables
Rapidos y agiles
Otra

TOTAL

TOTALES					PORCENTAJES				
A	B	C	D	E	A	B	C	D	E
2	11	1	1	0	4%	32%	100%	20%	0%
4	10	0	1	0	8%	29%	0%	20%	0%
13	1	0	1	0	26%	3%	0%	20%	0%
10	4	0	1	0	20%	12%	0%	20%	0%
9	5	0	1	0	18%	15%	0%	20%	0%
12	3	0	0	0	24%	9%	0%	0%	0%
0	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%	0%
50	34	1	5	0	100%	100%	100%	100%	0%

- A** Muy importante
- B** Importante
- C** Indiferente
- D** Poco importante
- E** Nada importante

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Cuenca





Cuadro 4.241 Clientes Potenciales al Financiamiento en TOP Cuenca

Pregunta #13 ¿ Se financiaría ud. a través de la BVG ?

SI
NO
TOTAL

a	b		c		d		e	f		g	TOTAL	PORCENTAJES
0	0	0%	1	25%	0	0%	0	2	22%	0	3	20%
0	1	100%	3	75%	1	100%	0	7	78%	0	12	80%
0	1	100%	4	100%	1	100%	0	9	100%	0	15	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.C.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Cuenca

Cuadro 4.242 Nivel de Atractividad al Financiamiento en TOP Cuenca

Pregunta #14 ¿ Qué tan atractivo le resulta financiarse ?

A
B
C
D
TOTAL

a	b		c		d		e	f		g	TOTAL	PORCENTAJES
0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
0	0	0%	1	100%	0	0%	0	2	100%	0	3	100%
0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
0	0	0%	1	100%	0	0%	0	2	100%	0	3	100%

A Muy atractivo
B Atractivo
C Poco Atractivo
D Nada Atractivo

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.C.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Cuenca

Cuadro 4.243 Motivaciones para el financiamiento

Pregunta # 15 Califique las motivaciones que harían que ud.se financie a través de la BVG ?

Captar altas Inversiones
Costos bajos
Segura y solida
Servicios variados
Sean amables
Rapidos y agiles
Otra

TOTAL

TOTALES					PORCENTAJES				
A	B	C	D	E	A	B	C	D	E
3	10	1	1	0	6%	31%	100%	20%	0%
5	9	0	1	0	10%	28%	0%	20%	0%
13	1	0	1	0	25%	3%	0%	20%	0%
10	4	0	1	0	19%	13%	0%	20%	0%
9	5	0	1	0	17%	16%	0%	20%	0%
12	3	0	0	0	23%	9%	0%	0%	0%
0	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%	0%
52	32	1	5	0	100%	100%	100%	100%	0%

- A** Muy importante
- B** Importante
- C** Indiferente
- D** Poco importante
- E** Nada importante

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: J. Vázquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Cuenca



ACEPTACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA BVG.

Cuadro 4.244 Necesidades de los productos y servicios actuales en TOP Cuenca

Pregunta #16 ¿Cuál producto/servicio podría serle útil ?

	a	b		c		d		e	f		g	TOTAL	PORCENTAJES
1	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
2	0	0	0%	1	25%	0	0%	0	2	22%	0	3	20%
3	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	1	11%	0	1	7%
4	0	1	100%	2	50%	0	0%	0	4	44%	0	7	47%
5	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	1	11%	0	1	7%
6	0	0	0%	1	25%	0	0%	0	0	0%	0	1	7%
7	0	0	0%	2	50%	0	0%	0	2	22%	0	4	27%
8	0	1	100%	2	50%	0	0%	0	5	56%	0	8	53%
9	0	1	100%	2	50%	0	0%	0	2	22%	0	5	33%
10	0	1	100%	3	75%	0	0%	0	6	67%	0	10	67%
11	0	0	0%	2	50%	0	0%	0	2	22%	0	4	27%
12	0	1	100%	2	50%	1	100%	0	4	44%	0	8	53%
13	0	1	100%	2	50%	1	100%	0	4	44%	0	8	53%
14	0	1	100%	2	50%	1	100%	0	6	67%	0	10	67%
15	0	1	100%	2	50%	1	100%	0	6	67%	0	10	67%

1	Rueda a Viva voz	6	Decevale	11	Manual de Renta Fija
2	Rueda Electrónica	7	Reuters (Datatec)	12	Diccionario Financiero y Bursátil
3	Compensación de Saldos Netos	8	Al Cierre	13	Guía didáctica del Mercado de Valores
4	Infobursátil	9	Transparencia	14	Conferencias y cursos de capacitación
5	Módulo Valorizador	10	Capital	15	Internet (Página Web)

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Cuenca



Cuadro 4.245 Necesidad de nuevos productos y servicios en TOP Cuenca

Pregunta #17 ¿ Necesita algún producto/servicio diferente a los que ofrece la BVG actualmente ?

SI
NO
TOTAL

<i>a</i>	<i>b</i>		<i>c</i>		<i>d</i>		<i>e</i>	<i>f</i>		<i>g</i>	TOTAL	PORCENTAJES
0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
0	1	100%	4	100%	1	100%	0	9	100%	0	15	100%
0	1	100%	4	100%	1	100%	0	9	100%	0	15	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G. S.A.

Elaborado por: J. Vásquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Cuenca



4.1.3.3. Tablas de Profesionales

Cuadro 4.246. Cargo de los profesionales encuestados

Profesión	No.
Ingenieros	13
Ingenieros Comerciales	17
Economistas	16
Doctores	5
Otros	19

☐ RESPUESTA CORRECTA

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: F. Icaza

Fecha de Elaboración: Agosto 04/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.247. Nivel de conocimiento del Mercado Bursátil

Pregunta #1 ¿ Cómo definiría usted al mercado bursátil?

	ING S		ING COM		ECON		DRS.		OTROS		TOTAL	PORCENTAJE
A	1	8%	5	29%	5	31%	1	20%	3	16%	15	21%
B	11	85%	9	53%	11	69%	4	80%	12	63%	47	67%
C	1	8%	3	18%	0	0%	0	0%	4	21%	8	11%
Total	13	100%	17	100%	16	100%	5	100%	19	100%	70	100%

- A Donde las ventas se realizan a un precio superior al máximo autorizado por la ley.
- B Donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones.
- C Conjunto de instituciones financieras que realizan la oferta y demanda de préstamos financieros

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: F. Icaza

Fecha de Elaboración: Agosto 04/99

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.248. Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el Mercado Bursátil

Pregunta #2 ¿Sabe ud. lo que se negocia en el mercado bursátil?

	INGS		ING COM		ECON		DRS		OTROS		TOTAL	PORCENTAJE
A	12	92%	16	94%	16	100%	4	80%	19	100%	67	96%
B	1	8%	1	6%	0	0%	1	20%	0	0%	3	4%
C	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	13	100%	17	100%	16	100%	5	100%	19	100%	70	100%

- A Acciones, obligaciones, pagarés, bonos.
 B Hipotecas, cupones, bonos.
 C Cheques a fecha, dinero.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: F. Icaza
 Fecha de Elaboración: Agosto 04/99
 Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.249. Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores

Pregunta #3 ¿Qué es para ud. una Bolsa de Valores?

	INGS		ING COM		ECON		DRS		OTROS		TOTAL	PORCENTAJE
A	11	85%	15	88%	14	88%	5	100%	14	74%	59	84%
B	1	8%	2	12%	2	13%	0	0%	3	16%	8	11%
C	1	8%	0	0%	0	0%	0	0%	2	11%	3	4%
Total	13	100%	17	100%	16	100%	5	100%	19	100%	70	100%

- A Mercado en el que participan intermediarios con el propósito de realizar operaciones de títulos valores emitidas por empresas inscritas en ella.
 B Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas, además de brindar asesoría en materia de finanzas corporativas a las empresas.
 C Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: F. Icaza
 Fecha de Elaboración: Agosto 04/99
 Lugar: Guayaquil

**Cuadro 4.250. Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores****Pregunta #4** ¿Cuáles son las actividades que se realizan en la Bolsa de Valores?

	INGS		ING COM		ECON		DRS.		OTROS		TOTAL	PORCENTAJE
A	5	38%	4	24%	3	19%	2	40%	12	63%	26	37%
B	0	0%	3	18%	0	0%	0	0%	1	5%	4	6%
C	8	62%	10	59%	13	81%	3	60%	6	32%	40	57%
Total	13	100%	17	100%	16	100%	5	100%	19	100%	70	100%

- A Negociar acciones.
B Proveer servicios financieros y bancarios para los bancos privados y públicos en el país.
C Compra y/o venta de títulos valores emitidos por empresas y participan también intermediarios y operadores.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 04/99
Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.251. Nivel de conocimiento de actores en la Bolsa de Valores**Pregunta #5** ¿Cuáles son los actores que intervienen en una Bolsa de Valores?

	INGS		ING COM		ECON		DRS.		OTROS		TOTAL	PORCENTAJE
A	8	62%	5	29%	3	19%	0	0%	7	37%	23	33%
B	5	38%	11	65%	12	75%	4	80%	12	63%	44	63%
C	0	0%	1	6%	1	6%	1	20%	0	0%	3	4%
Total	13	100%	17	100%	16	100%	5	100%	19	100%	70	100%

- A Gobierno, público en general y bancos.
C Grandes y medianas empresas.
B Operadores de valores, emisores e inversionistas

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 05/99
Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.252. Nivel de conocimiento del Mercado Bursátil en Ecuador

Pregunta #6 ¿Seleccione las Bolsa de Valores que existen en el País?

	ING.S		ING.COM		ECON		DRS.		OTROS		TOTAL	PORCENTAJE
A	13	54%	16	52%	13	72%	14	56%	18	35%	70	100%
B	0	0%	0	0%	0	0%	2	8%	2	4%	4	6%
C	0	0%	0	0%	0	0%	9	36%	10	19%	19	27%
D	11	46%	17	55%	11	61%	0	0%	20	38%	55	79%

- A Bolsa de Valores de Guayaquil
C Bolsa de Valores de Cuenca
B Bolsa de Valores de Manta
D Bolsa de Valores de Quito

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 05/99
Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.253. Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la BVG

Pregunta 7 ¿ Conoce algún producto y servicio de la BVG ?

	ING.S		ING.COM		ECON		DRS.		OTROS		TOTAL	PORCENTAJE
A	1	8%	3	18%	3	19%	0	0%	0	0%	7	10%
B	10	77%	12	71%	3	19%	2	40%	4	22%	31	45%
C	2	15%	2	12%	10	63%	3	60%	14	78%	31	45%
Total	13	100%	17	100%	16	100%	5	100%	18	100%	69	100%

- A Todos
B Ninguno
C Alguno

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 06/99
Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.254. Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la BVG
Pregunta #8 ¿ Cuáles son los productos que ud. ha escuchado nombrar de la BVG ?

	INGS		ING COM		ECON		DRS.		OTROS		TOTAL	PORCENTAJE
1	2	29%	4	7%	6	9%	0	0%	1	4%	13	20%
2	0	0%	4	7%	4	6%	0	0%	3	13%	11	16%
3	0	0%	4	7%	3	5%	0	0%	0	0%	7	10%
4	0	0%	4	7%	6	9%	0	0%	2	8%	12	18%
5	0	0%	3	5%	3	5%	0	0%	2	8%	8	12%
6	0	0%	3	5%	3	5%	0	0%	0	0%	6	9%
7	0	0%	3	5%	4	6%	0	0%	1	4%	8	12%
8	2	29%	4	7%	5	8%	0	0%	1	4%	12	18%
9	0	0%	4	7%	6	9%	0	0%	1	4%	11	16%
10	0	0%	4	7%	3	5%	0	0%	0	0%	7	10%
11	0	0%	3	5%	4	6%	0	0%	0	0%	7	10%
12	1	14%	4	7%	3	5%	0	0%	3	13%	11	16%
13	0	0%	4	7%	3	5%	0	0%	1	4%	8	12%
14	1	14%	5	9%	8	12%	3	100%	5	21%	24	34%
15	1	14%	4	7%	4	6%	0	0%	4	17%	13	19%

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 1 Rueda a viva voz | 13 Guía didáctica del mercado de valores |
| 2 Rueda electronica | 14 Conferencia y cursos de capacitación |
| 3 Compensacion de Saldos Netos | 15 Internet |
| 4 Infobursatil | |
| 5 Modulo Valorizador | |
| 6 Decevale | |
| 7 Reuters | |
| 8 Al cierre | |
| 9 Transparencia | |
| 10 Capital | |
| 11 Manual de Renta Fija | |
| 12 Diccionario Financiero y Bursatil | |

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: F. Icaza
 Fecha de Elaboración: Agosto 06/99
 Lugar: Guayaquil





Cuadro 4.255. Conocimiento de las características de los prod/serv
Pregunta #9 ¿ Conoce el producto/servicio que ha escuchado mencionar de la BVG ?

	INGS		ING COM		ECON		DRS		OTROS		TOTAL	PORCENTAJE
SI	7	54%	14	82%	9	56%	4	80%	10	56%	44	64%
NO	6	46%	3	18%	7	44%	1	20%	8	44%	25	36%
Total	13	100%	17	100%	16	100%	5	100%	18	100%	69	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: F. Icaza

Fecha de Elaboración: Agosto 07/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.256. Clientes Potenciales a la Inversión
Pregunta #10 ¿ Invertiría ud. en la BVG ?

	INGS		ING COM		ECON		DRS		OTROS		TOTAL	
SI	8	62%	13	76%	13	81%	2	40%	13	72%	49	71%
NO	5	38%	4	24%	3	19%	3	60%	5	28%	20	29%
Total	13	100%	17	100%	16	100%	5	100%	18	100%	69	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: F. Icaza

Fecha de Elaboración: Agosto 07/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.257. Nivel de Atractividad a la Inversión
Pregunta #11 ¿ Qué tan atractivo le resultaría invertir en la BVG?

	INGRS		ING COM		ECON		DRS.		OTROS		TOTAL	PORCENTAJE
A	0	0%	1	6%	4	25%	0	0%	2	11%	7	10%
B	6	46%	10	59%	6	38%	3	60%	12	67%	37	54%
C	6	46%	3	18%	4	25%	1	20%	1	6%	15	22%
D	1	8%	2	12%	1	6%	1	20%	3	17%	8	12%
Total	13	100%	17	100%	16	100%	5	100%	18	100%	69	100%

- A MUY ATRACTIVO
- B ATRACTIVO
- C POCO ATRACTIVO
- D NADA ATRACTIVO

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: F. Icaza
 Fecha de Elaboración: Agosto 07/99
 Lugar: Guayaquil





Cuadro 4.258. Motivaciones para la inversión

Pregunta #12.- ¿ Califique las motivaciones que haría que ud. invierta a través de la BVG (totales) ?

	Muy importante		Importante		Indiferente		Poco import.		nada importa	
Ofrezca rendimientos altos	45	65%	16	23%	8	12%	0	0%	0	0%
Costos bajos	45	65%	16	23%	8	12%	0	0%	0	0%
Segura y sólida	59	86%	7	10%	3	4%	0	0%	0	0%
Servicios variados	16	23%	32	46%	14	20%	6	9%	1	1%
Sean amables	29	42%	23	33%	9	13%	5	7%	3	4%
Rápidos y ágiles	45	65%	16	23%	3	4%	5	7%	0	0%
otras	3	4%	3	4%	0	0%	0	0%	0	0%
transparencia	1									
confianza	1									
difusión			2							
prestigio	1									
eficiencia			1							

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: F. Icaza

Fecha de Elaboración: Agosto 07/99

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.259. Clientes Potenciales al Financiamiento

Pregunta #13 ¿ Se financiaría a través de la BVG?

	ING S		ING COM		ECON		DRS.		OTROS		TOTAL	PORCENTAJE
SI	9	69%	11	65%	11	69%	2	40%	11	61%	44	64%
NO	4	31%	6	35%	5	31%	3	60%	7	39%	25	36%
Total	13	100%	17	100%	16	100%	5	100%	18	100%	69	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: F. Icaza

Fecha de Elaboración: Agosto 07/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.260. Nivel de Atractividad al Financiamiento

Pregunta #14 ¿ Qué tan atractivo le resulta financiarse ?

	ING S		ING COM		ECON		DRS.		OTROS		TOTAL	PORCENTAJE
A	0	0%	2	12%	4	25%	0	0%	1	6%	7	10%
B	8	62%	9	53%	8	50%	2	40%	10	56%	37	54%
C	4	31%	3	18%	2	13%	2	40%	2	11%	13	19%
D	1	8%	3	18%	2	13%	1	20%	5	28%	12	17%
Total	13	100%	17	100%	16	100%	5	100%	18	100%	69	100%

A MUY ATRACTIVO

B ATRACTIVO

C POCO ATRACTIVO

D NADA ATRACTIVO

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: F. Icaza

Fecha de Elaboración: Agosto 08/99

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.261. Motivaciones para el financiamiento

Pregunta #15.-¿ Califique las motivaciones que haría que ud. Se financie a través de la BVG (totales) ?

	Muy importa		Importante		Indiferente		Poco import		Nada importa	
Oport alta de captar invers.	45	65%	15	22%	9	13%	0	0%	0	0%
Costos bajos	44	64%	19	28%	6	9%	0	0%	0	0%
Segura y sólida	60	87%	6	9%	3	4%	0	0%	0	0%
Servicios variados	18	26%	37	54%	8	12%	4	6%	2	3%
Sean amables	29	42%	23	33%	16	23%	0	0%	1	1%
Rápidos y ágiles	45	65%	18	26%	3	4%	0	0%	0	0%
otras	7	10%	2	3%	0	0%	0	0%	0	0%
transparencia	3									
confianza	3		1							
difusión			1							
prestigio	1									
eficiencia										

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: F. Icaza
 Fecha de Elaboración: Agosto 07/99
 Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.262. Necesidad de los productos y servicios actuales

Pregunta #16 ¿Cuál producto/servicio podría serle útil ?

	INGS		ING COM		ECON		DRS.		OTROS		TOTAL	PORCENTAJE
1	1	8%	1	8%	0	0%	0	0%	1	8%	3	4%
2	2	15%	2	15%	3	23%	0	0%	1	8%	5	7%
3	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
4	1	8%	1	8%	4	31%	0	0%	0	0%	6	9%
5	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
6	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
7	2	15%	2	15%	1	8%	0	0%	1	8%	6	9%
8	3	23%	1	8%	2	15%	0	0%	0	0%	6	9%
9	3	23%	0	0%	2	15%	0	0%	0	0%	5	7%
10	2	15%	4	31%	2	15%	0	0%	0	0%	7	10%
11	1	8%	2	15%	2	15%	0	0%	2	15%	7	10%
12	4	31%	3	23%	3	23%	0	0%	4	31%	14	20%
13	3	23%	4	31%	2	15%	3	23%	4	31%	15	22%
14	6	46%	7	54%	7	54%	3	23%	10	77%	33	48%
15	1	8%	3	23%	4	31%	4	31%	4	31%	15	22%

- 1 Rueda a viva voz
- 2 Rueda electronica
- 3 Compensacion de Saldos Netos
- 4 Infobursatil
- 5 Modulo Valorizador
- 6 Decevale
- 7 Reuters
- 8 Al cierre
- 9 Transparencia
- 10 Capital
- 11 Manual de Renta Fija
- 12 Diccionario Financiero y Bursatil

- 13 Guía didáctica del mercado de valores
- 14 Conferencia y cursos de capacitación
- 15 Internet.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: F. Icaza
 Fecha de Elaboración: Agosto 08/99
 Lugar: Guayaquil



**Cuadro 4.263. Necesidad de nuevos productos y servicios****Pregunta #17** ¿ Necesita algún producto/servicio diferente a los que ofrece la BVG actualmente ?

	INGS		ING COM		ECON		DRS		OTROS		TOTAL	PORCENTAJE
SI	1	8%	1	6%	1	6%	0	0%	3	17%	6	9%
NO	12	92%	16	94%	15	94%	5	100%	15	83%	63	91%
Total	13	100%	17	100%	16	100%	5	100%	18	100%	69	100%

PREGUNTA #18 Qué característica o beneficio debería tener?

- SI Cambiar imagen, entrar más en el medio. 3
Sea más adsequisible al público en general. 3

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: F. Icaza

Fecha de Elaboración: Agosto 10/99

Lugar: Guayaquil

4.1.3.4 Tablas de Estudiantes Universitarios

Cuadro 4.264 Carreras de los estudiantes universitarios encuestados

	Economía		*Adm. Emp.		Ing. Comercial		Finanzas		Gestión Emp.		Total
Católica	4	21%	1	3%	5	36%	0	0%	0	0%	10
Iche	10	53%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	10
U.E.E.S.	3	16%	4	13%	0	0%	1	33%	2	100%	10
Blue Hill	0	0%	8	25%	0	0%	2	67%	0	0%	10
Brookdale	1	5%	9	28%	0	0%	0	0%	0	0%	10
Santa María	1	5%	0	0%	9	64%	0	0%	0	0%	10
Esc.del Pacifico	0	0%	10	31%	0	0%	0	0%	0	0%	10
Total	19	####	32	####	14	100%	3	####	2	100%	70

*Adm.Emp.: Administración de empresas, Sistemas de información gerencial, y afines

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.265 Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil

A: Por universidades:

Pregunta 1: ¿Qué es el mercado bursátil?

	Católica		Iche		U.E.E.S.		Blue Hill		Brookdale		Santa María		Esc.del Pacif.		TOTAL	%
A	1	10%	0	0%	2	20%	3	30%	0	0%	2	20%	2	20%	10	14%
B	7	70%	8	80%	7	70%	4	40%	6	60%	5	50%	7	70%	44	63%
C	2	20%	2	20%	1	10%	3	30%	4	40%	3	30%	1	10%	16	23%
TOTAL	10	####	10	####	10	100%	10	####	10	100%	10	100%	10	100%	70	100%

A: En donde se las ventas se realizan a un precio superior al máximo autorizado por la ley

B: En donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones

C: Un conjunto de instituciones financieras que realizan la oferta y demanda de préstamos financieros

B: Por carreras:

Pregunta 1: ¿Qué es el mercado bursátil?

	Economía		Adm. Emp.		Ing. Comerc.		Finanzas		Gestión Emp.		TOTAL	%
A	1	5%	8	25%	1	7%	0	0%	0	0%	10	14%
B	16	84%	16	50%	8	57%	2	67%	2	100%	44	63%
C	2	11%	8	25%	5	36%	1	33%	0	0%	16	23%
TOTAL	19	####	32	####	14	100%	3	####	2	100%	70	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L.Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.266 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil

A: Por universidades:

Pregunta 2: ¿Qué se negocia en el mercado bursátil?

	Católica		Iche		U.E.E.S.		Blue Hill		Brookdale		Santa Maria		Esc.del Pacif.		TOTAL	%
A	10	####	9	90%	9	90%	7	70%	10	100%	10	100%	5	50%	60	86%
B	0	0%	1	10%	0	0%	3	30%	0	0%	0	0%	4	40%	8	11%
C	0	0%	0	0%	1	10%	0	0%	0	0%	0	0%	1	10%	2	3%
TOTAL	10	####	10	####	10	100%	10	####	10	100%	10	100%	10	100%	70	100%

- A Acciones, obligaciones, pagarés, bonos
B Hipotecas, cupones, bonos
C Cheques a fecha, dinero

B: Por carreras:

Pregunta 2: ¿Qué se negocia en el mercado bursátil?

	Economía		Adm. Emp.		Ing. Comerc.		Finanzas		Gestión Emp.		TOTAL	%
A	17	89%	25	78%	14	100%	2	67%	2	100%	60	86%
B	1	5%	6	19%	0	0%	1	33%	0	0%	8	11%
C	1	5%	1	3%	0	0%	0	0%	0	0%	2	3%
TOTAL	19	####	32	####	14	100%	3	####	2	100%	70	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L.Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.267 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de valores

A: Por universidades:

Pregunta 3: ¿Qué es una bolsa de valores?

	Católica		Iche		U.E.E.S.		Blue Hill		Brookdale		Santa Maria		Esc.del Pacif.		TOTAL	%
A	7	70%	9	90%	9	90%	9	90%	6	60%	5	50%	7	70%	52	74%
B	1	10%	1	10%	0	0%	1	10%	3	30%	3	30%	3	30%	12	17%
C	2	20%	0	0%	1	10%	0	0%	1	10%	2	20%	0	0%	6	9%
TOTAL	10	####	10	####	10	100%	10	####	10	100%	10	100%	10	100%	70	100%

A : Mercado en el que participan intermediarios debidamente autorizados, con el propósito de realizar operaciones de títulos valores emitidas por empresas inscritas en ella.

B : Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas, además de brindar asesoría en materia de finanzas corporativas a las empresas

C: Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones

B: Por carreras:

Pregunta 3: ¿Qué es una bolsa de valores?

	Economía		Adm. Emp.		Ing. Comerc.		Finanzas		Gestión Emp.		TOTAL	%
A	16	84%	25	78%	7	50%	2	67%	2	100%	52	74%
B	2	11%	6	19%	3	21%	1	33%	0	0%	12	17%
C	1	5%	1	3%	4	29%	0	0%	0	0%	6	9%
TOTAL	19	####	32	####	14	100%	3	####	2	100%	70	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.268 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores

A: Por universidades:

Pregunta 4: ¿Cuáles son las actividades que se realizan en una bolsa de valores?

	Católica		Iche		U.E.E.S.		Blue Hill		Brookdale		Santa Maria		Esc.del Pacif.		TOTAL	%
A	9	90%	3	30%	1	10%	8	80%	3	30%	3	30%	4	40%	31	44%
B	0	0%	0	0%	1	10%	1	10%	0	0%	0	0%	2	20%	4	6%
C	1	10%	7	70%	8	80%	1	10%	7	70%	7	70%	4	40%	35	50%
TOTAL	10	####	10	####	10	100%	10	####	10	100%	10	100%	10	100%	70	100%

A: Negociar acciones

B: Proveer servicios financieros y bancarios para los bancos privados y públicos del país

C: Compra y/o venta de títulos valores emitidos por empresas y participan intermediarios y operadores

B: Por carreras:

Pregunta 4: ¿Cuáles son las actividades que se realizan en una bolsa de valores?

	Economía		Adm. Emp.		Ing. Comerc.		Finanzas		Gestión Emp.		TOTAL	%
A	7	37%	17	53%	6	43%	1	33%	0	0%	31	44%
B	1	5%	3	9%	0	0%	0	0%	0	0%	4	6%
C	11	58%	12	38%	8	57%	2	67%	2	100%	35	50%
TOTAL	19	####	32	####	14	100%	3	####	2	100%	70	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

**Cuadro 4.269 Nivel de conocimiento de actores en la Bolsa de Valores****A: Por universidades:****Pregunta 5:** ¿Cuáles son los actores que intervienen en una bolsa de valores?

	Católica		Iche		U.E.E.S.		Blue Hill		Brookdale		Santa Maria		Esc.del Pacif.		TOTAL	%
A	6	60%	2	20%	4	40%	3	30%	2	20%	2	20%	4	40%	23	33%
B	4	40%	7	70%	6	60%	5	50%	7	70%	7	70%	5	50%	41	59%
C	0	0%	1	10%	0	0%	2	20%	1	10%	1	10%	1	10%	6	9%
TOTAL	10	####	10	####	10	100%	10	####	10	100%	10	100%	10	100%	70	100%

- A: Gobierno, público en general y bancos
B: Operadores de valores, emisores, inversionistas
C: Grandes y medianas empresas

B: Por carreras:**Pregunta 5:** ¿Cuáles son los actores que intervienen en una bolsa de valores?

	Economía		Adm. Emp.		Ing. Comerc.		Finanzas		Gestión Emp.		TOTAL	%
A	5	26%	12	38%	6	43%	0	0%	0	0%	23	33%
B	13	68%	15	47%	8	57%	3	####	2	100%	41	59%
C	1	5%	5	16%	0	0%	0	0%	0	0%	6	9%
TOTAL	19	####	32	####	14	100%	3	####	2	100%	70	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.270 Nivel de conocimiento del Mercado Bursátil en Ecuador

A: Por universidades:

Pregunta 6: ¿Qué bolsas de valores sabe que existen en el país?

	Católica		Iche		U.E.E.S.		Blue Hill		Brookdale		Santa María		Esc.del Pacif.		TOTAL	%
A	10	####	10	####	10	100%	10	####	10	100%	10	100%	10	100%	70	100%
B	0	0%	0	0%	0	0%	1	10%	1	10%	0	0%	2	20%	4	6%
C	0	0%	1	10%	0	0%	0	0%	1	10%	1	10%	2	20%	5	7%
D	10	####	7	70%	10	100%	4	40%	4	40%	7	70%	9	90%	51	73%

- A** Bolsa de Valores de Guayaquil
B Bolsa de Valores de Manta
C Bolsa de Valores de Cuenca
D Bolsa de Valores de Quito

B: Por carreras:

Pregunta 6: ¿Qué bolsas de valores sabe que existen en el país?

	Economía		Adm. Emp.		Ing. Comerc.		Finanzas		Gestión Emp.		TOTAL	%
A	19	####	32	####	14	100%	3	####	2	100%	70	100%
B	0	0%	4	13%	0	0%	0	0%	0	0%	4	6%
C	1	5%	3	9%	1	7%	0	0%	0	0%	5	7%
D	15	79%	19	59%	12	86%	3	####	2	100%	51	73%



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil



ACEPTACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA B.V.G.

Cuadro 4.271 Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la B.V.G. en Universidades

A: Por Universidades:

Pregunta 7: ¿Conoce algún producto y/o servicio de la B.V.G?

	Católica		Iche		U.E.E.S.		Blue Hill		Brookdale		Santa Maria		Esc.del Pacíf.		TOTAL	PORCENTAJE %
Todos	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Ning.	8	80%	1	10%	5	50%	7	88%	3	33%	2	40%	6	60%	32	52%
Algun	2	20%	9	90%	5	50%	1	13%	6	67%	3	60%	4	40%	30	48%
TOTAL	10	100%	10	100%	10	100%	8	100%	9	100%	5	100%	10	100%	62	100%

B: Por carreras:

Pregunta 7: ¿Conoce algún producto y/o servicio de la B.V.G?

	Economía		Adm. Emp.		Ing. Comerc.		Finanzas		Gestión Emp.		TOTAL	PORCENTAJE %
Todos	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Ning.	7	39%	15	54%	7	64%	2	67%	1	50%	32	52%
Algun	11	61%	13	46%	4	36%	1	33%	1	50%	30	48%
TOTAL	18	100%	28	100%	11	100%	3	100%	2	100%	62	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil



ACEPTACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA B.V.G.

Cuadro 4.272 Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la BVG en Universidades
A: Por Universidades:

Pregunta 8: ¿Qué producto ha escuchado y/o conoce de la BVG?

De aquellos que dicen conocer algún producto

	Católica		Iche		U.E.E.S.		Blue Hill		Brookdale		Santa Maria		Esc.del Pacif.		TOTAL	PORCENTAJE %
1	2	100%	4	44%	1	20%	0	0%	3	50%	2	67%	1	25%	13	43%
2	1	50%	3	33%	2	40%	0	0%	2	33%	3	100%	0	0%	11	37%
3	0	0%	1	11%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	3%
4	0	0%	0	0%	2	40%	0	0%	0	0%	1	33%	1	25%	4	13%
5	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	33%	0	0%	1	3%
6	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
7	0	0%	2	22%	0	0%	0	0%	1	17%	1	33%	1	25%	5	17%
8	2	100%	7	78%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	50%	11	37%
9	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
10	0	0%	2	22%	1	20%	0	0%	1	17%	0	0%	1	25%	5	17%
11	0	0%	5	56%	2	40%	0	0%	0	0%	2	67%	0	0%	9	30%
12	0	0%	4	44%	2	40%	0	0%	0	0%	2	67%	0	0%	8	27%
13	1	50%	6	67%	2	40%	0	0%	1	17%	2	67%	1	25%	13	43%
14	2	100%	8	89%	1	20%	1	100%	2	33%	2	67%	0	0%	16	53%
15	2	100%	5	56%	3	60%	1	100%	1	17%	1	33%	3	75%	16	53%

1 : Rueda a viva voz

2: Rueda electrónica

3: Compensación de saldos netos

4: Infobursátil

5: Módulo Valorizador

6: DECEVALE

7: Reuters

8: Al Cierre

9: Transparencia

10: Capital

11: Manual de Renta Fija

12: Diccionario Financiero y bursátil

13: Guía Didáctica del Mercado de Valores

14: Conferencia y Cursos de Capacitación

15: Internet

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil



ACEPTACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA BVG

Cuadro 4.274 Clientes Potenciales a la Inversión en Universidades

A: Por Universidades:

Pregunta 10: Invertiría a través de la BVG?

	Católica		Iche		U.E.E.S.		Blue Hill		Brookdale		Santa Maria		Esc.del Pacif.		TOTAL	PORCENTAJE %
Si	6	60%	10	100%	8	80%	2	25%	6	67%	4	80%	6	60%	42	68%
No	4	40%	0	0%	2	20%	6	75%	3	33%	1	20%	4	40%	20	32%
Total	10	100%	10	100%	10	100%	8	100%	9	100%	5	100%	10	100%	62	100%

B: Por carreras:

Pregunta 10: Invertiría a través de la BVG?

	Economía		Adm. Emp.		Ing. Comerc.		Finanzas		Gestión Emp.		TOTAL	PORCENTAJE %
Si	16	89%	15	54%	8	73%	2	67%	1	50%	42	68%
No	2	11%	13	46%	3	27%	1	33%	1	50%	20	32%
Total	18	100%	28	100%	11	100%	3	100%	2	100%	62	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil



ACEPTACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA BVG

Cuadro 4.273 Conocimiento de las características de los productos y servicios

A: Por Universidades:

Pregunta 9: Conocen el producto que han escuchado de la BVG?
De aquellos que dicen conocer algún producto

	Católica		Iche		U.E.E.S.		Blue Hill		Brookdale		Santa María		Esc.del Pacif.		TOTAL	PORCENTAJE %
Si	2	100%	7	78%	4	80%	1	100%	4	67%	2	67%	3	75%	23	77%
No	0	0%	2	22%	1	20%	0	0%	2	33%	1	33%	1	25%	7	23%
Total	2	100%	9	100%	5	100%	1	100%	6	100%	3	100%	4	100%	30	100%

0

B: Por carreras:

Pregunta 9: Conocen el producto que han escuchado de la BVG?
De aquellos que dicen conocer algún producto

	Economía		Adm. Emp.		Ing. Comerc.		Finanzas		Gestión Emp.		TOTAL	PORCENTAJE %
Si	9	82%	10	77%	3	75%	1	100%	0	0%	23	77%
No	2	18%	3	23%	1	25%	0	0%	1	100%	7	23%
Total	11	100%	13	100%	4	100%	1	100%	1	100%	30	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.272 Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la BVG en Universidades

B: Por carreras:

Pregunta 8: ¿Qué producto ha escuchado y/o conoce de la BVG?

	Economía		Adm. Emp.		Ing. Comerc.		Finanzas		Gestión Emp.		TOTAL	PORCENTAJE %
1	6	55%	3	23%	3	75%	1	100%	0	0%	13	43%
2	4	36%	3	23%	3	75%	1	100%	0	0%	11	37%
3	1	9%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	3%
4	1	9%	1	8%	1	25%	0	0%	1	100%	4	13%
5	0	0%	0	0%	1	25%	0	0%	0	0%	1	3%
6	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
7	2	18%	2	15%	1	25%	0	0%	0	0%	5	17%
8	8	73%	2	15%	1	25%	0	0%	0	0%	11	37%
9	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
10	3	27%	1	8%	1	25%	0	0%	0	0%	5	17%
11	6	55%	0	0%	2	50%	1	100%	0	0%	9	30%
12	5	45%	0	0%	2	50%	1	100%	0	0%	8	27%
13	7	64%	2	15%	2	50%	1	100%	1	100%	13	43%
14	10	91%	2	15%	3	75%	1	100%	0	0%	16	53%
15	7	64%	5	38%	3	75%	1	100%	0	0%	16	53%

1: Rueda a viva voz

2: Rueda electrónica

3: Compensación de saldos netos

4: Infobursátil

5: Módulo Valorizador

6: DECEVALE

7: Reuters

8: Al Cierre

9: Transparencia

10: Capital

11: Manual de Renta Fija

12: Diccionario Financiero y bursátil

13: Guía Didáctica del Mercado de Valores

14: Conferencia y Cursos de Capacitación

15: Internet

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.275 Nivel de Atractividad a la Inversión en Universidades

A: Por Universidades:

Pregunta 11: ¿Qué tan atractivo le resultaría invertir a través de la B.V.G?

	Católica		Iche		U.E.E.S.		Blue Hill		Brookdale		Santa Maria		Esc.del Pacíf.		TOTAL	PORCENTAJE %
A	0	0%	1	10%	0	0%	1	50%	5	83%	0	0%	2	33%	9	21%
B	6	100%	7	70%	6	75%	0	0%	0	0%	1	25%	4	67%	24	57%
C	0	0%	2	20%	1	13%	1	50%	1	17%	3	75%	0	0%	8	19%
D	0	0%	0	0%	1	13%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%
TOTAL	6	100%	10	100%	8	100%	2	100%	6	100%	4	100%	6	100%	42	100%

B: Por carreras:

Pregunta 11: ¿Qué tan atractivo le resultaría invertir a través de la B.V.G?

	Economía		Adm. Emp.		Ing. Comerc.		Finanzas		Gestión Emp.		TOTAL	PORCENTAJE %
A	1	6%	6	40%	1	13%	1	50%	0	0%	9	21%
B	12	75%	4	27%	6	75%	1	50%	1	100%	24	57%
C	2	13%	5	33%	1	13%	0	0%	0	0%	8	19%
D	1	6%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%
TOTAL	16	100%	15	100%	8	100%	2	100%	1	100%	42	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L.Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.276 Motivaciones para la inversión en Universidades

Por carreras:

Pregunta 12: Cuáles son las motivaciones por las que invertiría a través de la B.V.G.?

	Economía					Ing. Com.					Adm. Emp.					Finanzas					Gest. Emp.					Totales										
Motiv	a	b	c	d	e	Ind. Im	a	b	c	d	e	Ind. Im	a	b	c	d	e	Ind. Im	a	b	c	d	e	Ind. Im	a	b	c	d	e	Ind. Imp.						
1	13	5	0	1	0	9,6	5	3	1	0	0	7,2	21	6	1	0	1	9,4	1	1	0	0	0	5,9	2	0	0	0	0	10,0	42	15	2	1	1	8,9
2	7	11	0	1	0	8,8	5	3	1	0	0	7,2	9	16	2	0	1	8,1	0	2	0	0	0	5,2	1	1	0	0	0	8,9	22	33	3	1	1	8,0
3	15	3	0	0	0	9,6	7	2	0	0	0	7,8	23	4	2	0	0	9,7	2	0	0	0	0	6,7	2	0	0	0	0	10,0	49	9	2	0	0	9,2
4	7	12	0	1	0	9,2	2	6	1	0	0	6,5	9	15	4	1	0	8,3	1	1	0	0	0	5,9	0	2	0	0	0	7,8	19	36	5	2	0	8,1
5	6	10	4	0	0	8,9	5	2	1	1	0	6,8	14	10	3	2	0	8,6	0	2	0	0	0	5,2	1	1	0	0	0	8,9	26	25	8	3	0	8,2
6	13	5	0	0	0	9,4	6	3	0	0	0	7,6	23	6	0	0	0	9,9	2	0	0	0	0	6,7	2	0	0	0	0	10,0	46	14	0	0	0	9,2
7	4	1	0	0	0	2,7	0	0	0	0	0	0,0	3	0	0	0	0	1,1	0	0	0	0	0	0,0	0	0	0	0	0	0,0	7	1	0	0	0	1,3

1: Ofrezca rendimientos altos

4: Servicios variados

7: Otros

Promociones

2: Costos bajos

5: Amabilidad

Transparencia

3: Seguridad y solidez

6: Rapidez y agilidad

Brindar vínculos de negociación

Mayor Información

Eficiencia

Seguimiento Personalizado

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.277 Clientes Potenciales al Financiamiento en Universidades

A: Por Universidades:

Pregunta 13: Se financiaría a través de la BVG?

	Católica		Iche		U.E.E.S.		Blue Hill		Brookdale		Santa Maria		Esc.del Pacif.		TOTAL	PORCENTAJE %
Si	6	60%	9	90%	8	80%	2	25%	5	56%	0	0%	7	70%	37	60%
No	4	40%	1	10%	2	20%	6	75%	4	44%	5	100%	3	30%	25	40%
Total	10	100%	10	100%	10	100%	8	100%	9	100%	5	100%	10	100%	62	100%

B: Por carreras:

Pregunta 13: Se financiaría a través de la BVG?

	Economía		Adm. Emp.		Ing. Comerc.		Finanzas		Gestión Emp.		TOTAL	PORCENTAJE %
Si	15	83%	13	46%	5	45%	2	67%	2	100%	37	60%
No	3	17%	15	54%	6	55%	1	33%	0	0%	25	40%
Total	18	100%	28	100%	11	100%	3	100%	2	100%	62	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.278 Nivel de Atractividad al Financiamiento en Universidades

A: Por Universidades:

Pregunta 14: ¿Qué tan atractivo le resultaría financiarse a través de la B.V.G?

	Católica		Iche		U.E.E.S.		Blue Hill		Brookdale		Santa Maria		Esc.del Pacíf.		TOTAL	PORCENTAJE %
Muy	0	0%	3	33%	1	13%	0	0%	0	0%	0	0%	4	57%	8	22%
Atrac.	6	100%	6	67%	6	75%	1	50%	5	100%	0	0%	3	43%	27	73%
Poco	0	0%	0	0%	1	13%	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	2	5%
Nada	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	6	100%	9	100%	8	100%	2	100%	5	100%	0	100%	7	100%	37	100%

B: Por carreras:

Pregunta 14: ¿Qué tan atractivo le resultaría financiarse a través de la B.V.G?

	Economía		Adm. Emp.		Ing. Comerc.		Finanzas		Gestión Emp.		TOTAL	PORCENTAJE %
Muy	3	20%	4	31%	0	0%	1	50%	0	0%	8	22%
Atrac.	12	80%	8	62%	5	100%	1	50%	1	50%	27	73%
Poco	0	0%	1	8%	0	0%	0	0%	1	50%	2	5%
Nada	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	15	100%	13	100%	5	100%	2	100%	2	100%	37	100%

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.280 Motivaciones para el financiamiento en Universidades

Por carreras:

Pregunta 15: Cuáles son las motivaciones por las que se financiaría través de la B.V.G.?

	Economía					Ing. Com.					Adm. Emp.					Finanzas					Gest. Emp.					Totales										
Motiv	a	b	c	d	e	Ind. Im	a	b	c	d	e	Ind. Im	a	b	c	d	e	Ind. Im	a	b	c	d	e	Ind. Im	a	b	c	d	e	Ind. Imp.						
1	14	4	0	0	0	9,5	6	3	0	0	0	7,6	11	14	1	1	0	8,1	1	1	0	0	0	5,9	1	1	0	0	0	8,9	33	23	1	1	0	8,3
2	10	8	0	0	0	9,0	6	3	0	0	0	7,6	12	11	3	0	0	7,9	2	0	0	0	0	6,7	1	1	0	0	0	8,9	31	23	3	0	0	8,1
3	14	4	0	0	0	9,5	7	2	0	0	0	7,8	22	3	1	0	0	8,9	2	0	0	0	0	6,7	1	1	0	0	0	8,9	46	10	1	0	0	8,8
4	4	14	0	1	0	8,4	3	5	1	0	0	6,8	5	18	4	0	0	7,6	2	0	0	0	0	6,7	0	1	1	0	0	6,6	14	38	6	1	0	7,6
5	6	11	4	0	0	9,3	5	2	1	1	0	6,8	12	11	3	2	0	8,2	0	2	0	0	0	5,2	0	2	0	0	0	7,6	23	28	8	3	0	8,1
6	14	4	0	0	0	9,5	6	3	0	0	0	7,6	18	8	0	0	0	8,6	2	0	0	0	0	6,7	0	2	0	0	0	7,8	40	17	0	0	0	8,6
7	0	0	0	0	0	0,0	0	0	0	0	0	0,0	4	0	0	0	0	1,4	0	0	0	0	0	0,0	0	0	0	0	0	0,0	4	0	0	0	0	0,6

1: Oportunidades altas de captar inversión

4: Servicios variados

7: Otros

2: Costos bajos

5: Amabilidad

Confiabilidad

3: Seguridad y solidez

6: Rapidez y agilidad

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.280 Necesidades de los productos y servicios actuales en Universidades

A: Por Universidades:

Pregunta 16: ¿Qué producto y/o servicio de la B.V.G podría serle útil?

	Católica		Iche		U.E.E.S.		Blue Hill		Brookdale		Santa Maria		Esc.del Pacíf.		TOTAL	PORCENTAJE %
1	5	50%	1	10%	3	30%	0	0%	1	11%	0	0%	1	10%	11	18%
2	0	0%	1	10%	6	60%	2	25%	4	44%	3	60%	2	20%	18	29%
3	1	10%	0	0%	1	10%	0	0%	1	11%	0	0%	0	0%	3	5%
4	3	30%	5	50%	6	60%	0	0%	2	22%	3	60%	2	20%	21	34%
5	1	10%	2	20%	4	40%	0	0%	0	0%	2	40%	3	30%	12	19%
6	1	10%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	10%	2	3%
7	5	50%	5	50%	4	40%	0	0%	0	0%	1	20%	1	10%	16	26%
8	7	70%	7	70%	3	30%	0	0%	2	22%	1	20%	3	30%	23	37%
9	3	30%	3	30%	6	60%	0	0%	1	11%	3	60%	3	30%	19	31%
10	9	90%	3	30%	6	60%	1	13%	2	22%	1	20%	1	10%	23	37%
11	1	10%	2	20%	3	30%	0	0%	0	0%	1	20%	3	30%	10	16%
12	8	80%	2	20%	4	40%	0	0%	2	22%	3	60%	5	50%	24	39%
13	6	60%	3	30%	4	40%	1	13%	2	22%	3	60%	2	20%	21	34%
14	7	70%	4	40%	4	40%	0	0%	4	44%	1	20%	7	70%	27	44%
15	7	70%	3	30%	10	100%	0	0%	0	0%	1	20%	4	40%	25	40%
16	0	0%	0	0%	0	0%	7	88%	2	22%	5	100%	1	10%	15	24%

1: Rueda a viva voz
2: Rueda electrónica
3: Compensación de saldos netos
4: Infobursátil
5: Módulo Valorizador

6: DECEVALE
7: Reuters
8: Al Cierre
9: Transparencia
10: Capital

11: Manual de Renta Fija
12: Diccionario Financiero y bursátil
13: Guía Didáctica del Mercado de Valores
14: Conferencia y Cursos de Capacitación
15: Internet

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: L. Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto
Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.280 Necesidades de los productos y servicios actuales en Universidades

B: Por carreras:

Pregunta 16: ¿Qué producto y/o servicio de la B.V.G podría serle útil?

	Economía		Adm. Emp.		Ing. Comerc.		Finanzas		Gestión Emp.		TOTAL	PORCENTAJE %
1	5	28%	3	11%	2	18%	1	33%	0	0%	11	18%
2	4	22%	7	25%	3	27%	3	100%	1	50%	18	29%
3	1	6%	1	4%	0	0%	0	0%	1	50%	3	5%
4	9	50%	6	21%	4	36%	1	33%	1	50%	21	34%
5	4	22%	4	14%	2	18%	1	33%	1	50%	12	19%
6	1	6%	1	4%	0	0%	0	0%	0	0%	2	3%
7	9	50%	1	4%	4	36%	1	33%	1	50%	16	26%
8	8	44%	7	25%	5	45%	1	33%	1	50%	22	35%
9	8	44%	6	21%	5	45%	0	0%	1	50%	20	32%
10	9	50%	6	21%	6	55%	1	33%	1	50%	23	37%
11	4	22%	4	14%	1	9%	1	33%	0	0%	10	16%
12	7	39%	9	32%	7	64%	1	33%	1	50%	25	40%
13	8	44%	6	21%	5	45%	1	33%	0	0%	20	32%
14	10	56%	12	43%	5	45%	1	33%	0	0%	28	45%
15	10	56%	8	29%	4	36%	1	33%	2	100%	25	40%
16	1	6%	10	36%	4	36%	0	0%	0	0%	15	24%

- 1: Rueda a viva voz
2: Rueda electrónica
3: Compensación de saldos netos
4: Infobursátil
5: Módulo Valorizador

- 6: DECEVALE
7: Reuters
8: Al Cierre
9: Transparencia
10: Capital

- 11: Manual de Renta Fija
12: Diccionario Financiero y bursátil
13: Guía Didáctica del Mercado de Valores
14: Conferencia y Cursos de Capacitación
15: Internet

Fuente: Investigación de mercado para la B
Elaborado por: L. Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil



ACEPTACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA B.V.G.

Cuadro 4.281 Necesidad de nuevos productos y servicios en Universidades

A: Por Universidades:

Pregunta17: Necesita algún producto diferente a los que ofrece la BVG actualmente?

	Católica		Iche		U.E.E.S.		Blue Hill		Brookdale		Santa Maria		Esc.del Pacif.		TOTAL	PORCENTAJE %
Si	0	0%	3	30%	2	20%	1	13%	1	11%	1	20%	0	0%	8	13%
No	10	100%	7	70%	8	80%	7	88%	8	89%	4	80%	10	100%	54	87%
Total	10	100%	10	100%	10	100%	8	100%	9	100%	5	100%	10	100%	62	100%

B: Por carreras:

Pregunta17: Necesita algún producto diferente a los que ofrece la BVG actualmente?

	Economía		Adm. Emp.		Ing. Comerc.		Finanzas		Gestión Emp.		TOTAL	PORCENTAJE %
Si	4	22%	1	4%	1	9%	2	67%	0	0%	8	13%
No	14	78%	27	96%	10	91%	1	33%	2	100%	54	87%
Total	18	100%	28	100%	11	100%	3	100%	2	100%	62	100%

Si:

Pregunta 18: Qué producto necesita?

- *Mayor difusión en universidades
- *Seguimiento a cursos y conferencias dictadas
- *Programa definido para expandir mercado bursátil

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L.Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil





4.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

4.2.1. Gráficos y Análisis de Clientes Internos

Se preguntó a los clientes internos si conocían los segmentos objetivos de los productos y/o servicios para de esta manera identificar los mercados metas a los que se debe explotar, obteniendo los resultados que se presentan a continuación.

La Rueda a Viva Voz, Rueda Electrónica y Compensación de Salos Netos consideran estar dirigidos en un 69% promedio a Casas de Valores. Los Boletines como Manual de Renta Fija, Infobursátil y Al Cierre mayormente a Casas de Valores, Inversionistas y Emisores en un 26% promedio, lo cual es previsible debido a que son boletines informativos de los movimientos en bolsa y estos son los segmentos que tienen una mayor actividad en las negociaciones.

En el Informativo Capital, el nivel de proporción es bastante uniforme, lo cual es correcto debido a que es un producto de interés general. En lo que respecta a las Conferencias y Cursos de Capacitación, el Diccionario

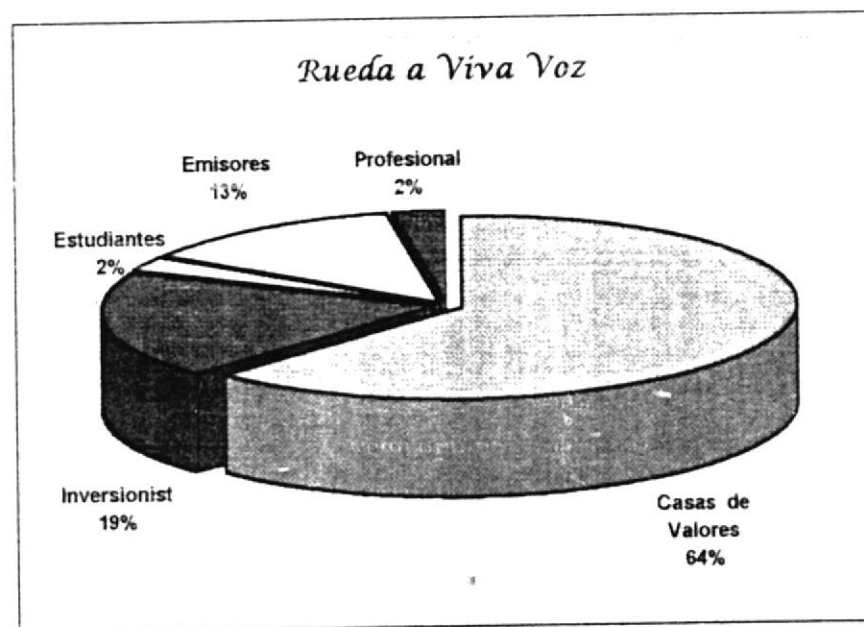


Financiero/Bursátil y la Guía Didáctica se observa que la percepción que tienen respecto a éstos es que están dirigidos principalmente a los estudiantes y Profesionales los cuales en porcentajes ascienden a 30%.

Luego se buscó conocer la razón principal para desarrollar un producto dentro de la BVG, siendo este suplir con las Necesidades del Mercado en un 85%, lo cual evidencia lo sumergidos que pueden o creen estar los empleados en las necesidades del cliente externo que está ávido de alternativas diferentes, variables e innovadoras.

En lo que tiene que ver con conocimiento en sí de productos y/o servicios de los clientes internos, se puede observar que entre los productos/servicios mayormente conocidos se tiene a la Rueda a Viva Voz, Rueda Electrónica y Compensación de Saldos Netos con 94.5% promedio, mientras que por otro lado los porcentajes de los folletos informativos Infobursátil y Transparencia son los más bajos y se encuentran por debajo del promedio. Aun así el porcentaje de conocimiento promedio es bueno con un 77,6%, es decir que aproximadamente 7 de cada 10 personas que laboran dentro de la BVG conocen los productos y servicios.

Gráfico 4.1. Grado de conocimiento del target del servicio Rueda a viva voz



Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G

Elaborado por: P. Barrera

Fecha de Elaboración: Agosto 25/99

Lugar: Guayaquil

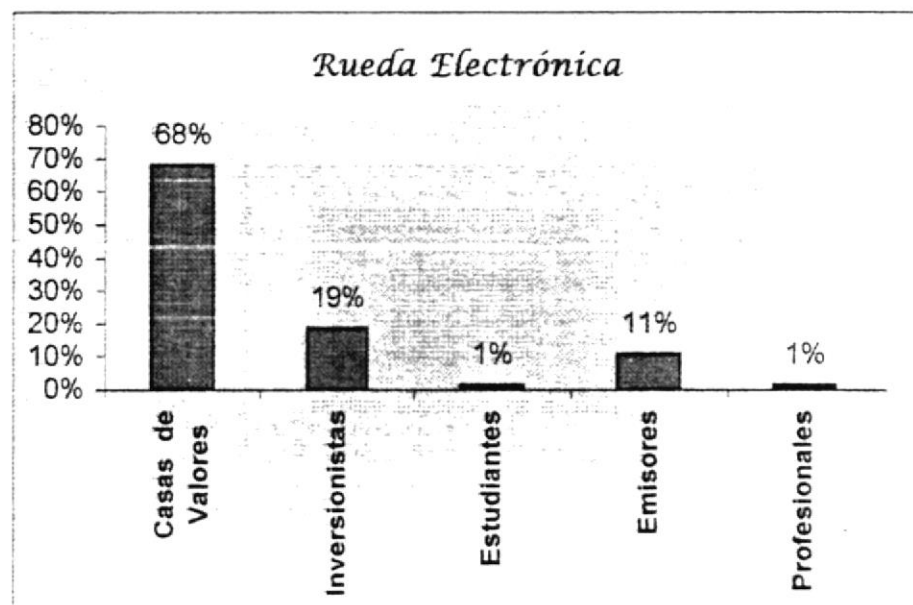
Los colaboradores consideran que la Rueda a viva voz está dirigido a las casas de valores en un 64%, a los Inversionistas en un 19% y a los emisores en un 13%, dejando sólo un margen del 2% tanto para los estudiantes como para lo profesionales.

Cientes Internos

No 1



Gráfico 4.2. Grado de conocimiento del target del servicio Rueda Electrónica



Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G

Elaborado por: P. Barrera

Fecha de Elaboración: Agosto 25/99

Lugar: Guayaquil

Los colaboradores consideran que la Rueda electrónica está dirigido mayormente a las casas de valores en un 68% además de los Inversionistas en un 19%, Emisores en un 11% y a profesionales y estudiantes en un 1%, lo que los hace insignificantes respecto a los otros grupos objetivos.

Cientes Internos

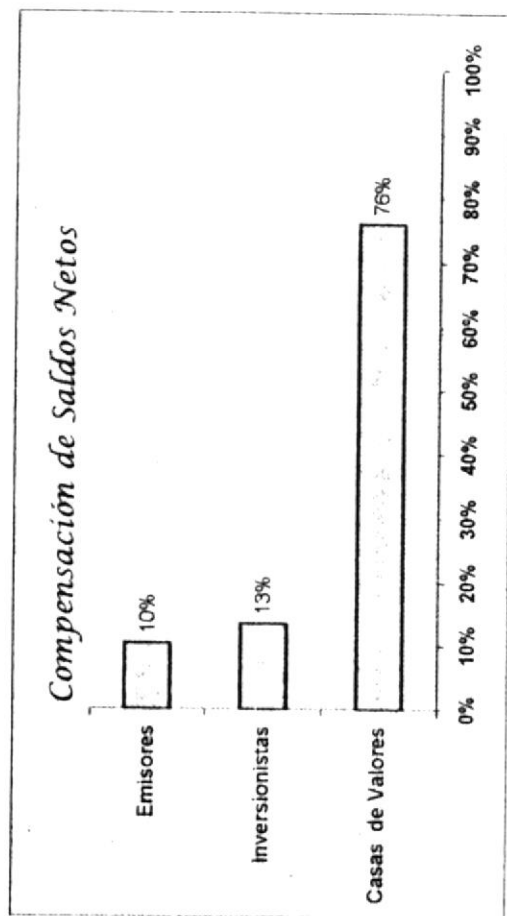
No 1



ACEPTACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA B.V.G.



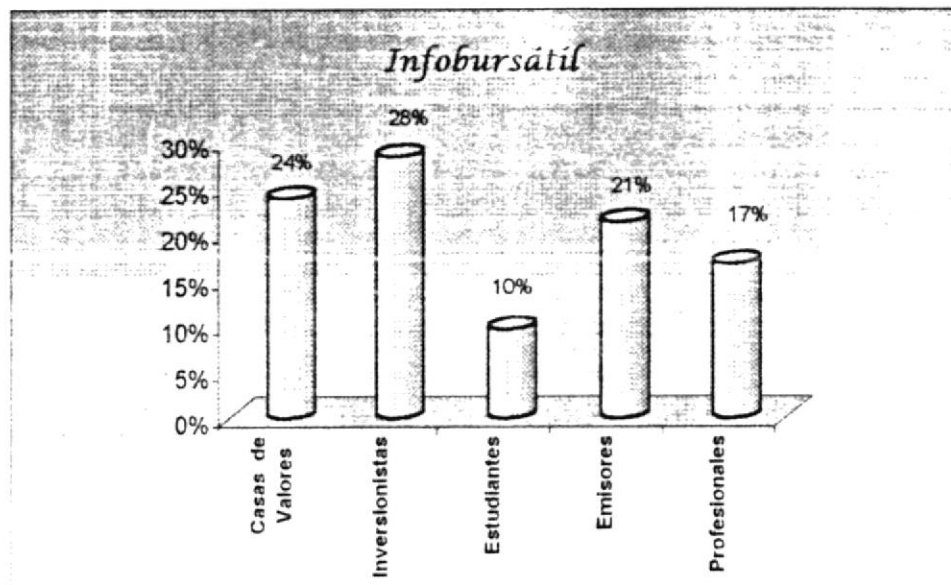
Gráfico 4.3. Grado de conocimiento del target del servicio
Compensación de Saldos Netos



Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: P. Barrera
Fecha de Elaboración: Agosto 25/99
Lugar: Guayaquil

Los colaboradores consideran que la Compensación de Saldos Netos está dirigido sin lugar a dudas a las Casas de Valores con un 76% el cual está muy por delante del 13% de los inversionistas o el 10% de los emisores. Lo cual hace que la percepción que se tenga de este servicio sea relacionado directamente con las casas de valores

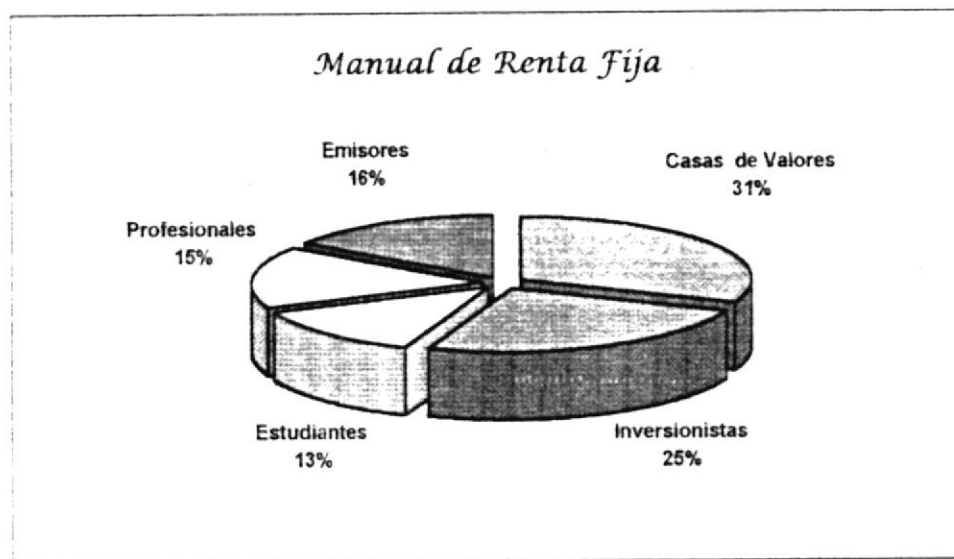
Gráfico 4.4. Grado de conocimiento del target del producto Infobursátil



Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G
 Elaborado por: P. Barrera
 Fecha de Elaboración: Agosto 25/99
 Lugar: Guayaquil

- Los clientes internos indicaron en un 28% que Infobursátil se dirige a Inversionistas, en 24% a Casas de valores, en un 21% a emisores y en 17% y 10% a profesionales y estudiantes respectivamente.

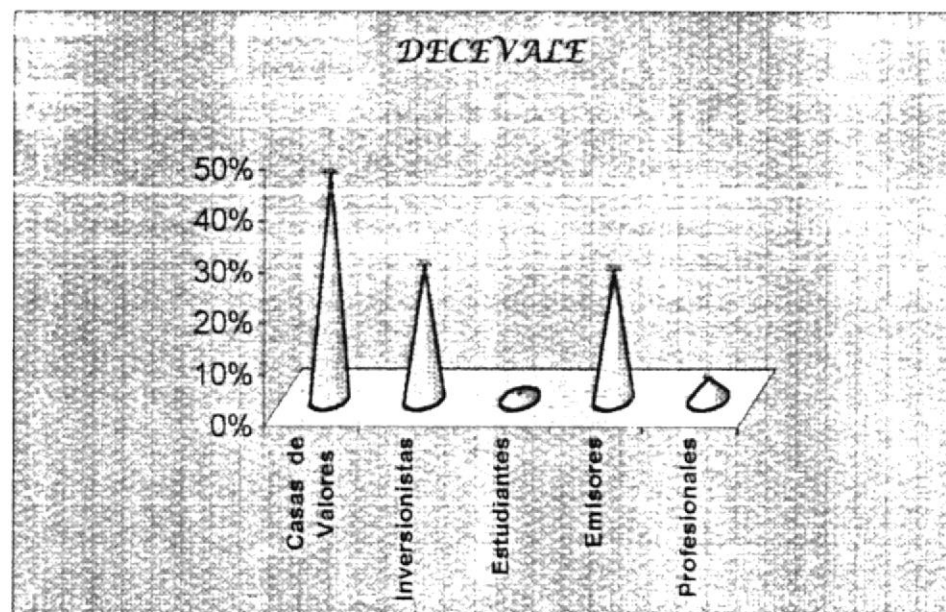
Gráfico 4.5. Grado de conocimiento del target del producto Manual de Renta Fija



Fuente: Invest. de mercado para la B.V.C
 Elaborado por: P. Barrera
 Fecha de Elaboración: Agosto 26/99
 Lugar: Guayaquil

Un 31% respondió que el Manual de Renta Fija está dirigido a Casas de Valores, mientras que el 25% dijo está dirigido a Inversionistas, otro 16% afirmó que estaba enfocado hacia emisores y 15% aseveró que estaba dirigido a profesionales, el 13% restante afirmó estar dirigido a estudiantes.

Gráfico 4.6. Grado de conocimiento del target del servicio DECEVALE



Fuente: Invest. de mercado para la B.V.C

Elaborado por: P. Barrera

Fecha de Elaboración: Agosto 26/99

Lugar: Guayaquil

Los clientes internos consideran que DECEVALE en un 44% se dirige a Casas de Valores y un 50% repartido casi por igual a Inversionistas y emisores. Un porcentaje bastante insignificante de 5% aseguró que se dirigían a Profesionales y Estudiantes.

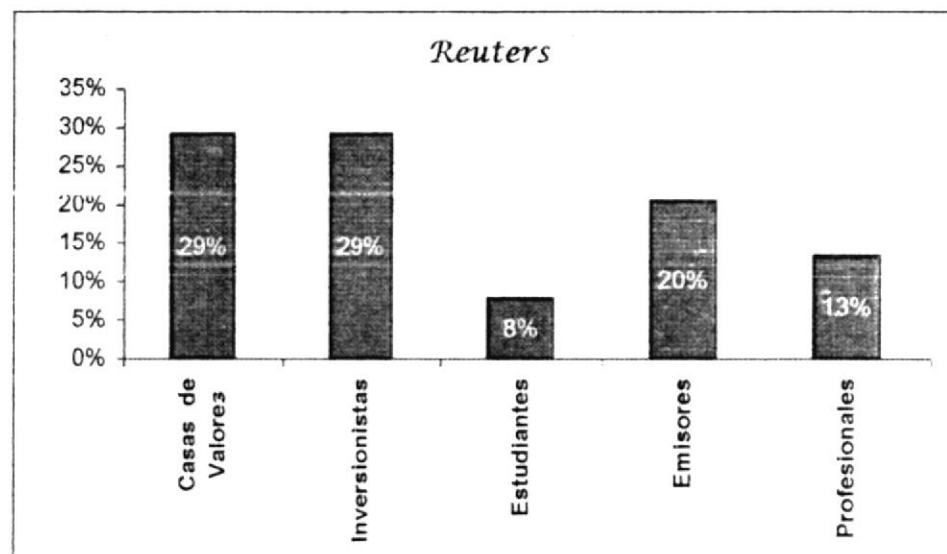
Clientes Internos

No 1



ASOCIACIÓN DE LOS PRODUCTORES Y SERVICIOS DE LA BANCA

Gráfico 4.7. Grado de conocimiento del target del servicio Reuters (Datatec)



Fuente: Invest. de mercado para la B.V.C
 Elaborado por: P. Barrera
 Fecha de Elaboración: Agosto 26/99
 Lugar: Guayaquil

En lo que respecta a Reuters, los clientes internos indicaron en un 68% que estaban enfocados a Casas de valores e Inversionistas por igual, un 20% está dirigido a Emisores y un 13% a Profesionales, dejando un 8% para estudiantes.

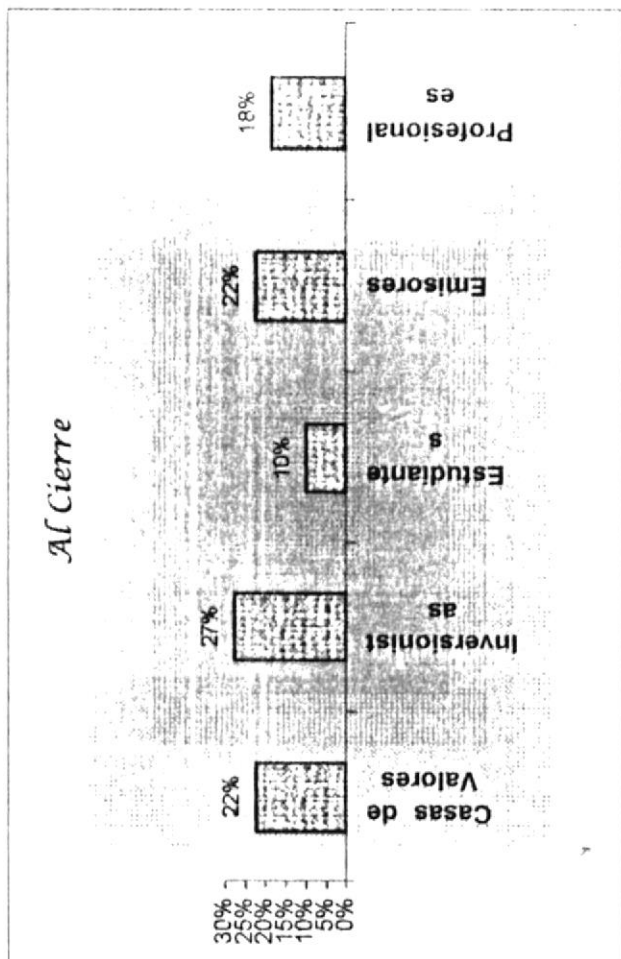
Clientes Internos

No 1





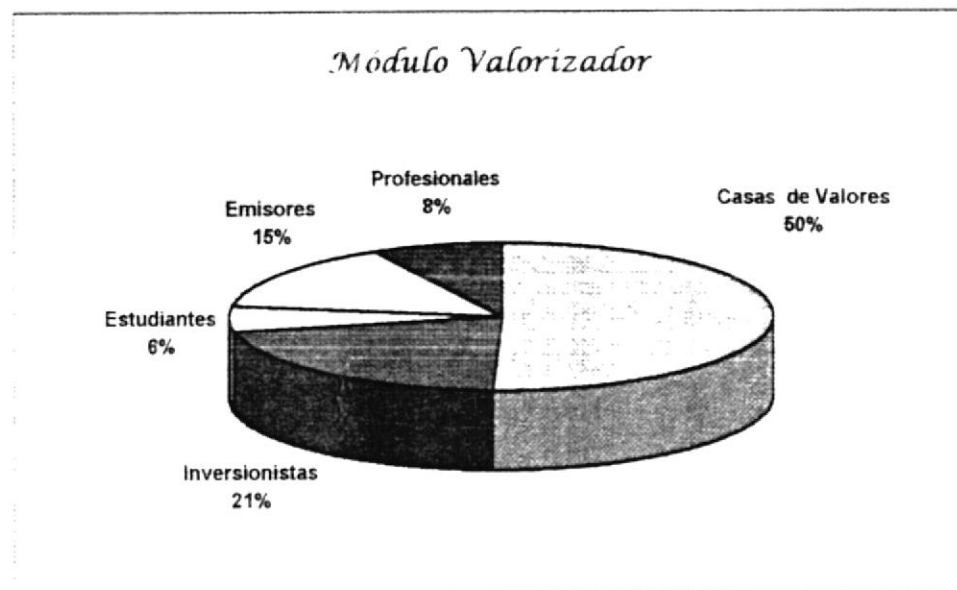
Gráfico 4.8. Grado de conocimiento del target del producto Al Cierre



Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: P. Barrera
Fecha de Elaboración: Agosto 26/99
Lugar: Guayaquil

El Boletín Al Cierre se ve bastante general y lo consideran dirigido mayormente a Inversionistas con un 27% y 44% se lo reparten por igual en Casas de Valores y Emisores, 18% consideran que es a los profesionales a quienes se enfoca dejando un margen de 10% a estudiantes.

Gráfico 4.9. Grado de conocimiento del target del servicio Módulo Valorizador



Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G

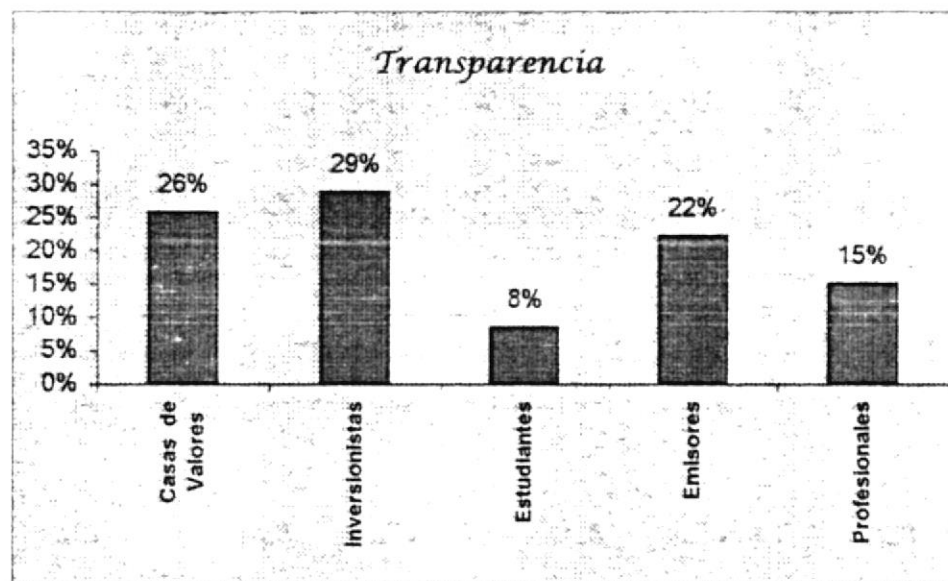
Elaborado por: P. Barrera

Fecha de Elaboración: Agosto 27/99

Lugar: Guayaquil

El Módulo Valorizador es considerado para Casas de Valores en su mayoría (50%) por los colaboradores de la BVG y como segundo con un porcentaje no tan representativo de 21% están los inversionistas. Los emisores se encuentran con un 15% dejando a los profesionales y estudiantes con un margen menor a 15% entre ambos.

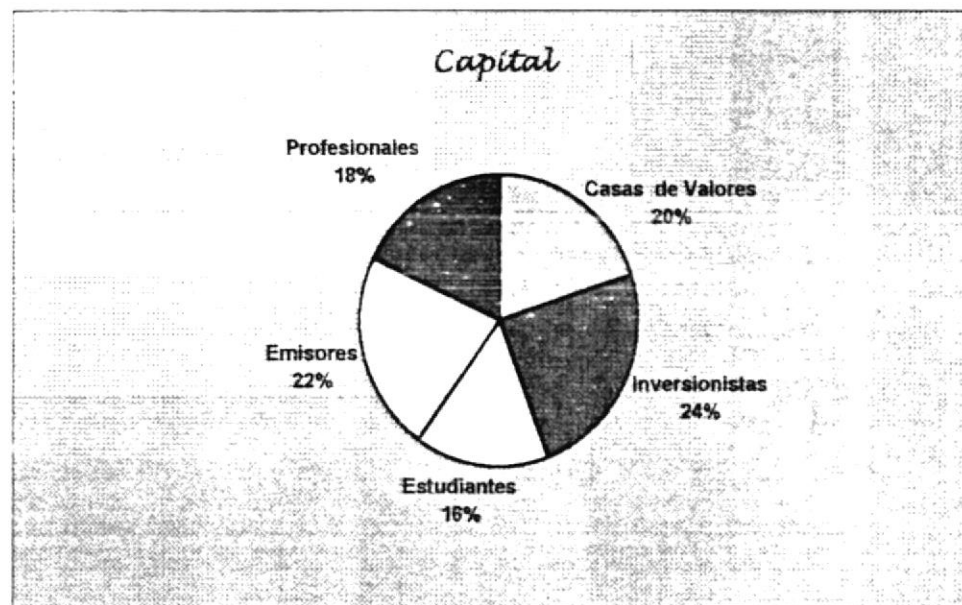
Gráfico 4.10. Grado de conocimiento del target del producto Transparencia



Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G
 Elaborado por: P. Barrera
 Fecha de Elaboración: Agosto 27/99
 Lugar: Guayaquil

En lo que se refiere al boletín Transparencia se lo percibe como un producto dirigido a Inversionistas con un 29%, Casas de Valores con un 26% y Emisores con un 22% dejando a los Profesionales y Estudiantes con 15% y 8% respectivamente.

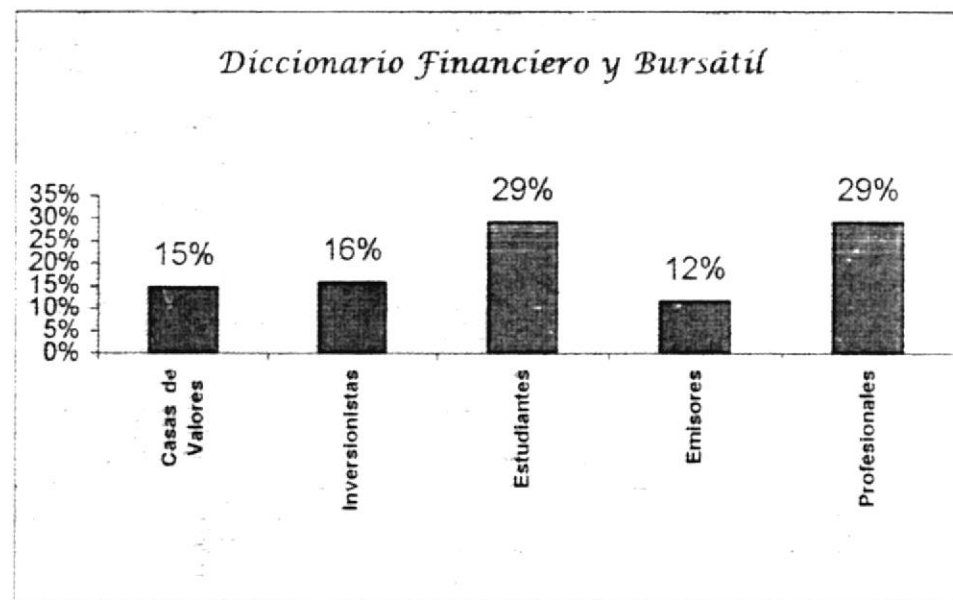
Gráfico 4.11. Grado de conocimiento del target del producto Capital



Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G
 Elaborado por: P. Barrera
 Fecha de Elaboración: Agosto 27/99
 Lugar: Guayaquil

El Capital se considera un producto desarrollado para los diferentes grupos de interés aproximadamente por igual lo cual se cuantifica en Inversionistas con un 24%, Emisores con un 22% y Casas de Valores, Profesionales y Estudiantes con 54% repartido por igual.

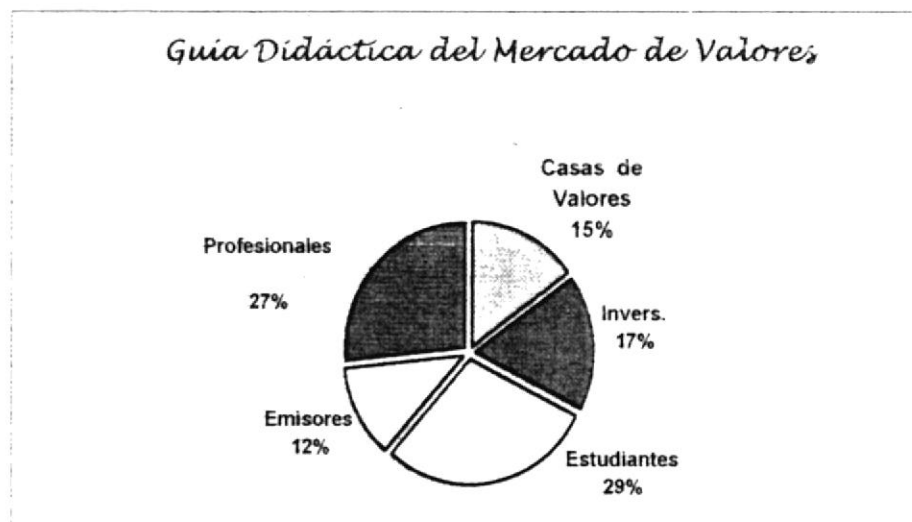
**Gráfico 4.12. Grado de conocimiento del target del producto
Diccionario Financiero y Bursátil**



Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G
Elaborado por: P. Barrera
Fecha de Elaboración: Agosto 27/99
Lugar: Guayaquil

Según los empleados de la BVG los Estudiantes y Profesionales son el grupo objetivo del Diccionario Financiero y Bursátil, contando con un 58% repartido entre ambos dejando a un 43% contando con las Casas de Valores, Inversionistas y Emisores.

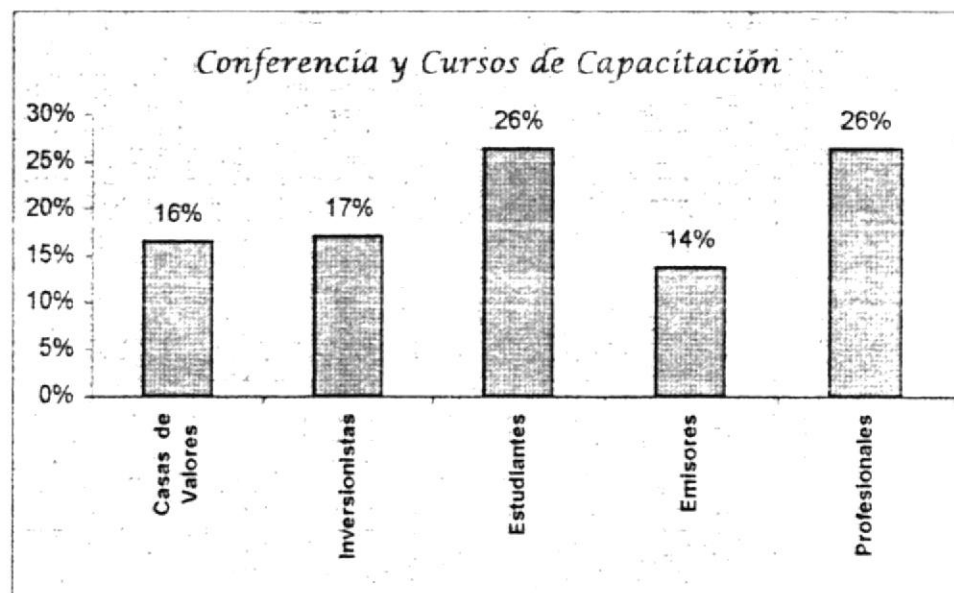
Gráfico 4.13. Grado de conocimiento del target del producto
Guía Didáctica del Mercado de Valores



Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G
 Elaborado por: P. Barrera
 Fecha de Elaboración: Agosto 27/99
 Lugar: Guayaquil

En lo que se refiere a la Guía Didáctica del Mercado de Valores se cataloga a los Estudiantes y a los profesionales como el target principal, el primero con 29% y el segundo con 27% dejando un 44% para las Casas de valores, Inversionistas y Emisores.

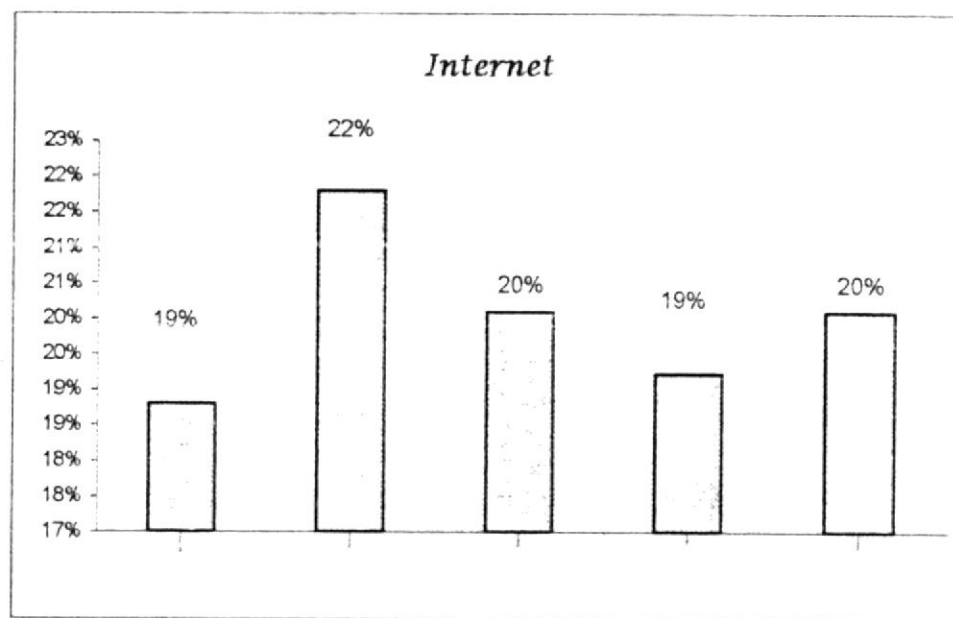
**Gráfico 4.14. Grado de conocimiento del target del servicio
Conferencia y Cursos de Capacitación**



Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G
Elaborado por: P. Barrera
Fecha de Elaboración: Agosto 27/99
Lugar: Guayaquil

En lo que se refiere a las Conferencias y Cursos de capacitación tenemos a los estudiantes y profesionales como el target del producto con un 52% repartido por igual y a las casas de valores, inversionistas y emisores con un 47% repartido en aproximadamente la misma proporción.

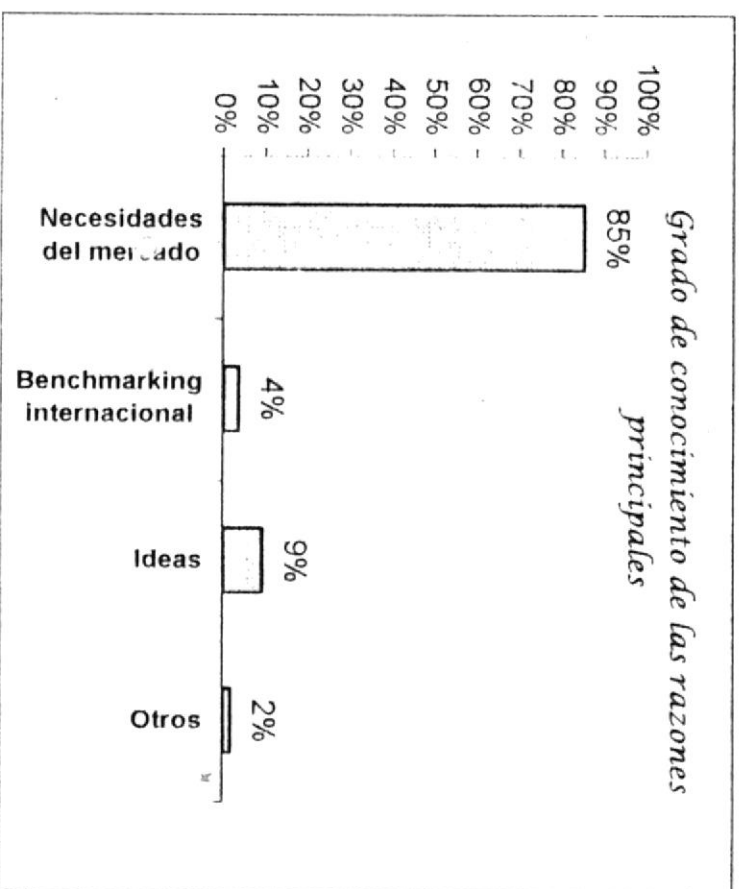
Gráfico 4.15. Grado de conocimiento del target del servicio Página Web



Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: P. Barrera
 Fecha de Elaboración: Agosto 27/99
 Lugar: Guayaquil

Respecto a la Página WEB podemos observar están bastante de acuerdo en que está dirigida a los 5 grupos por igual, haciendo una pequeña diferencia de 2.5 puntos en la inversionistas como objetivo más importante, mientras los demás están entre el 19 y el 20%.

**Gráfico 4.16. Grado de conocimiento de las razones principales
razones para desarrollar productos dentro de la BVG**



En este punto es destacable notar que el 85% de los encuestados contestó que son las "Necesidades del mercado " las que impulsan a crear un producto dentro de la Bolsa, dejando de lejos con un 9%,4% y 2% el "Benchmarking de los mercados internacionales" "Ideas creativas del personal" y Otras. Lo cual recalca intrínsecamente que consideran se mantienen al tanto de lo que sucede en el mercado objetivo para estar atentos a sus necesidades y poder cubrirlas.

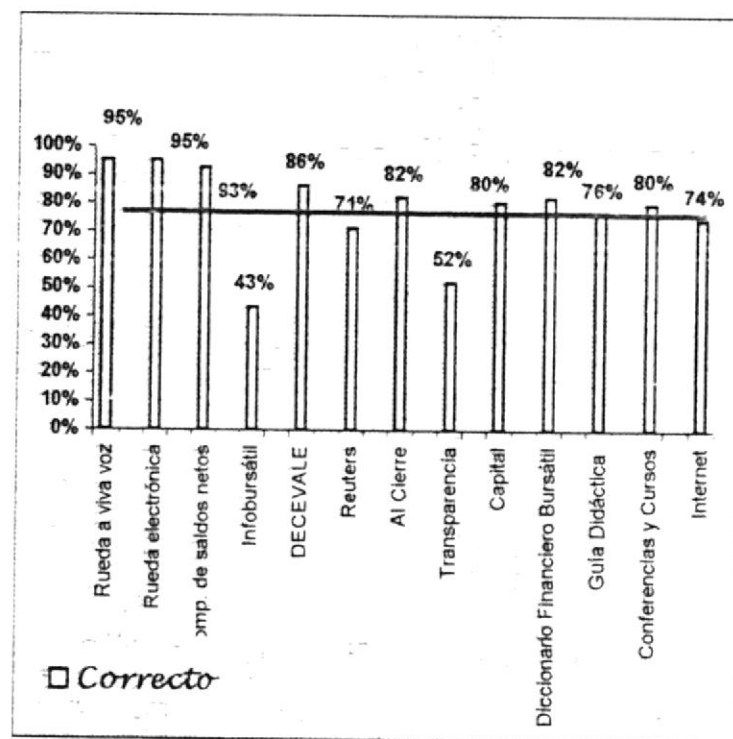
Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: P. Barrera

Fecha de Elaboración: Agosto 27/99



Gráfico 4.17. Nivel de conocimiento de las características de los productos y servicios de la BVG



Al preguntarles las características de los Productos y servicios nos encontramos que la Rueda a viva voz y la Rueda electrónica fueron correctamente relacionadas en un 95% y la Compensación de saldos netos obtuvo un 93% de repuestas correctas. Por otro lado en los boletines Infobursátil, Transparencia y Reuters notamos bastante confusión ya que obtuvieron sólo niveles de 43%, 52% y 71%. La página Web, la Guía didáctica y Conferencias y Cursos de Capacitación estuvieron en márgenes del 70 a 80%. El promedio de conocimiento de los productos y servicios dentro de la BVG se situó en el 77,6% permitiendo observar un promedio bueno ya que 7 de cada 10 respuestas están correctamente respondidas lo cual es aceptable para la organización.

Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: P. Barrera
Fecha de Elaboración: Agosto 27/99



4.2.2. Gráficos y Análisis de Clientes Externos

4.2.2.1. Gráficos y Análisis de Clientes Externos Totales

El conocimiento sobre el Mercado Bursátil y la Bolsa de Valores es medio para los clientes externos puesto que se obtuvieron los siguientes porcentajes:

Conocimiento de lo que es el Mercado Bursátil	75%
Conocimiento de lo que se negocia en el Mercado Bursátil	93%
¿Qué es una Bolsa de Valores	85%
Actividades que se realizan en una Bolsa de Valores	77%
Actores de una Bolsa de Valores	72%
PROMEDIO DE CONOCIMIENTO	80.4%

Se observa que en lo respectivo a conocimiento de mercado bursátil y bolsa de valores su nivel es mediocre ya que respondieron correctamente en un 75% promedio; lo cual es bajo si toma en cuenta que son los que trabajan o trabajaron directamente con la BVG.

Respecto a lo que se negocia en el mercado bursátil el 93% respondieron correctamente que son acciones, obligaciones, pagarés y bonos, lo cual

demuestra que casi dominan perfectamente estos conceptos. En lo que tiene que ver con las actividades que se realizan en la BVG y los actores que intervienen directamente en ella, un promedio de 85% respondió correctamente lo que indica niveles bastante buenos, a pesar de las desviaciones que se dieron en las respuestas.

Es notable que en el conocimiento de los productos y servicios que proporciona la BVG sólo Rueda a viva voz, Rueda electrónica, Infobursátil, Al Cierre, el Diccionario Financiero y Bursátil, Conferencias y Cursos e Internet obtuvieron valores superiores al promedio de posicionamiento de los productos y servicios, dejando a todos los demás productos con porcentajes menores del 31%. Respecto a la línea promedio es notable que la misma se encuentra ubicada en el rango del 31% lo cual representa un nivel bajo de posicionamiento de los productos y servicios ofrecidos por la BVG, lo cual implica que se debe poner énfasis en la difusión de los productos que se ofrecen para mejorar el promedio y la aceptación de los mismos por parte de estos segmentos.

Al cuestionarlos respecto a los productos más utilizados 19% acordó que son la Rueda electrónica y el Boletín Al Cierre con igual ponderación. Es importante mencionar que solo los dos productos resaltados

anteriormente además de la Rueda a Viva Voz y Capital son los únicos que sobrepasan el promedio de utilización de servicios y productos; esto puede acontecer porque solo el 66% de todos los clientes externos conoce de manera completa la utilidad de cada producto, por lo cual hay que resaltar el valor agregado de cada uno para aumentar el nivel de utilización de esta categoría.

Respecto al precio de los productos y servicios es notorio que 19% acotó que no estaban satisfechos, porcentaje que debe mejorar para de esta manera no crear una barrera más entre la BVG y sus clientes en general.

Referente al grado de satisfacción de los productos y servicios el índice de satisfacción toma un valor de 7.5% lo que significa según la escala de satisfacción que sólo se encuentran Satisfechos, lo cual no necesariamente se debe a que perciban los productos y servicios como de mala calidad, sino a la falta de manejo diario de los mismos o la falta de conocimiento respecto a éstos como se detalló anteriormente.

En lo que se refiere a la Oportunidad de los productos 62% recibe los productos cuando los necesitan ubicándose con un puntaje de 8 en la escala de satisfacción, lo cual significa que esperan mucho más, por lo



tanto se recomienda que su nivel de satisfacción podría mejorar con un poco más de atención

A pesar de poseer el índice de satisfacción en niveles no aceptables, el 41% piensa que la información es muy útil con un índice de 8.2 que corrobora este concepto.

Cuando se preguntó si se les hacía fácil comunicarse con la BVG un 94% respondió que sí y mencionaron que en su mayoría (76%) lo hacían vía telefónica y un 16% vía Fax, por medio de las Casas de valores (20%) lo que indica que éste no es un factor problema en la relación entre la BVG y todos sus clientes externos.

Cuadro 4.282 Índices de Clientes Externos Totales

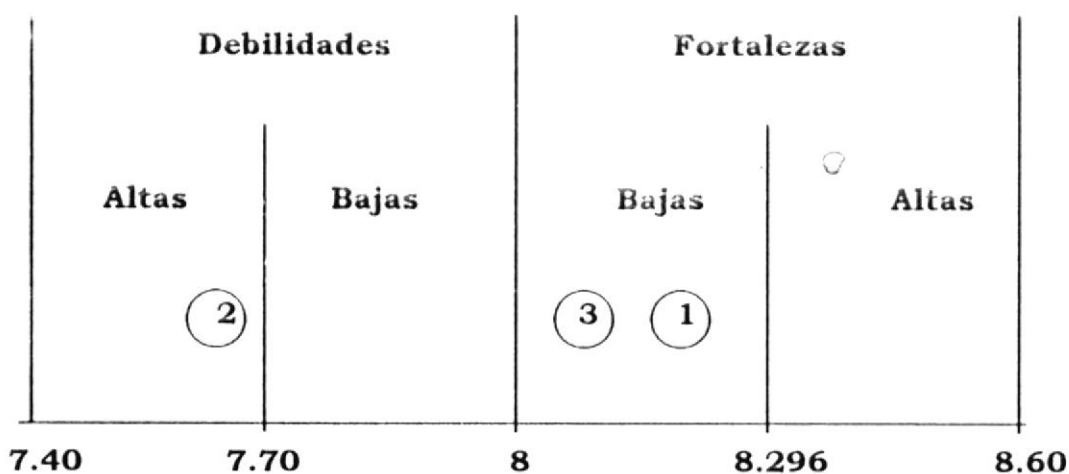
	INDICES	VALORES
1	Indice de Utilidad de Información productos y servicios	8.20
2	Indice de Satisfacción	7.66
	Indice de Satisfacción del precio	7.86
	Indice de Satisfacción de productos y servicios	7.46
3	Indice de Oportunidad de los productos	8.14

Fuente: Investigación de mercado para la BVG
Elaborado por: MC. Perezllona
Fecha de Elaboración: Septiembre 30/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.289 Perfil de Fuerzas y Debilidades en Clientes Externos Totales

Promedio de Indice de Clientes Externos Totales: 8

Desviación Estándar: 0.296



Fuente: Investigación de mercado para la BVG

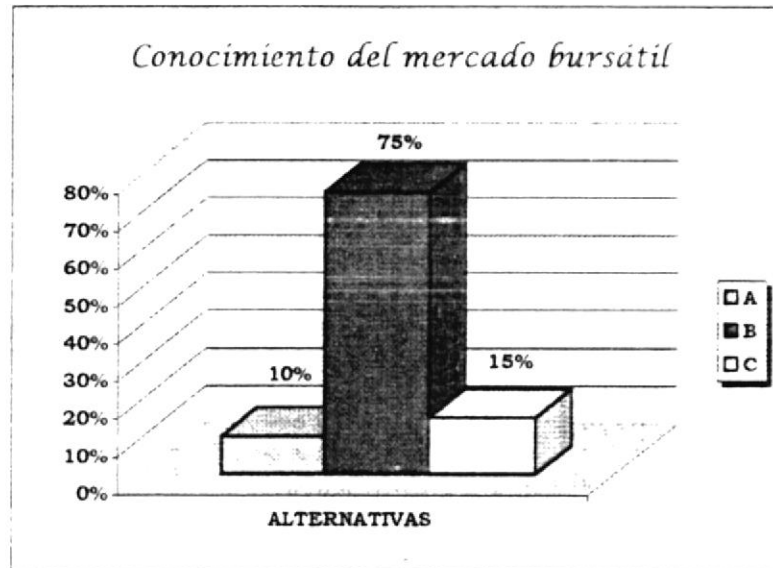
Elaborado por: MC. Perezllona

Fecha de Elaboración: Septiembre 30/99

Lugar: Guayaquil

Como se aprecia en el Perfil de Fuerzas y Debilidades (Gráfico 4.289), la BVG tiene como una debilidad alta la satisfacción de sus clientes externos totales, es decir estos no se encuentran satisfechos ni con el precio ni con los productos y servicios ofrecidos. Lo anteriormente expuesto puede ser contrarrestado con la Utilidad y Oportunidad de los productos que aunque es una fortaleza baja puede mejorar en cierta forma la satisfacción de los clientes externos.

Gráfico 4.18. Nivel de conocimiento del mercado bursátil



- A En donde las ventas se realizan a un precio superior al máximo autorizado por la ley.
- B En donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones.
- C Un conjunto de instituciones financieras que realizan la oferta y demanda de préstamos financieros.

En el estudio del nivel de conocimiento del mercado bursátil de los clientes externos podemos notar que un 75% acertadamente acordó que el mercado bursátil es el mercado en donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones lo que nos permite observar que su nivel de conocimiento está bastante bien, como era de esperarse.

Un 25% es un nivel alto de desconocimiento, este margen debería ser menor en un mercado con el cual se labora.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC. Perezllona

Fecha de Elaboración: Agosto 31/99

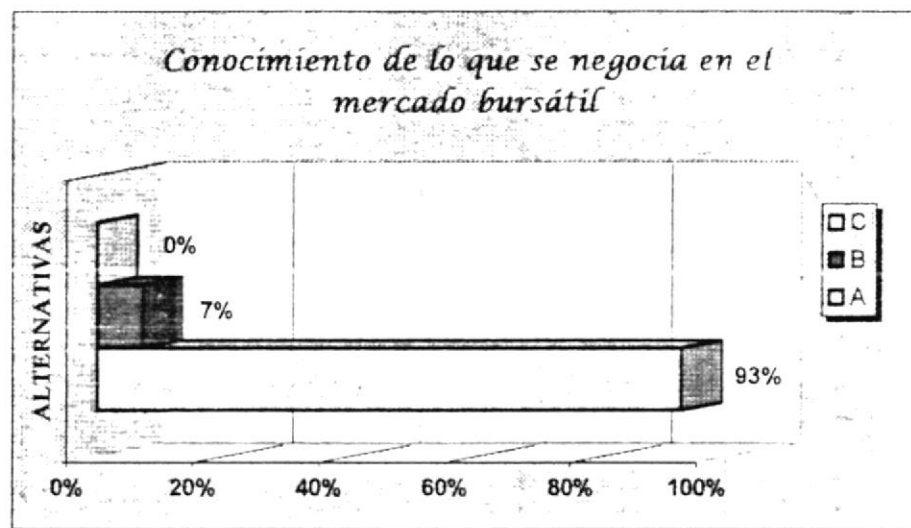
Lugar: Guayaquil

CLIENTES EXTERNOS TOTALES

Nº. 1



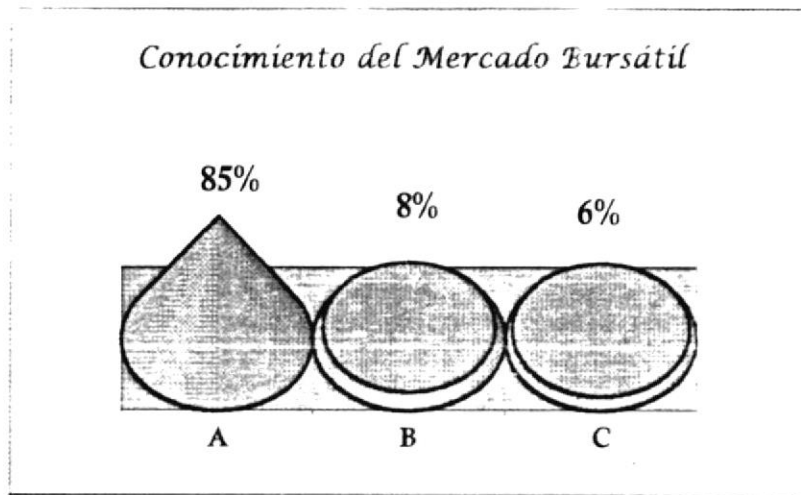
Gráfico 4.19. Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil



- A Acciones, obligaciones, pagarés, bonos.
- B Hipotecas, cupones, bonos
- C Cheques a fecha, dinero.

En esta pregunta notamos que el 93% acordó acertadamente que lo que se negocia en el mercado bursátil son esencialmente acciones, obligaciones, pagarés y bonos. Demostrando que su conocimiento en lo que se refiere a lo que se negocia dentro de la Bolsa es del casi total dominio de los clientes externos de la misma.

Gráfico 4.20. Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores



En lo que se refiere al conocimiento de lo que es en sí una Bolsa de Valores, los encuestados respondieron aproximadamente en un 85% correctamente frente a un 15% que confundieron el significado de Bolsa de Valores

Un porcentaje tan alto como es el de 85% demuestra un alto conocimiento de conceptos y términos bursátiles.

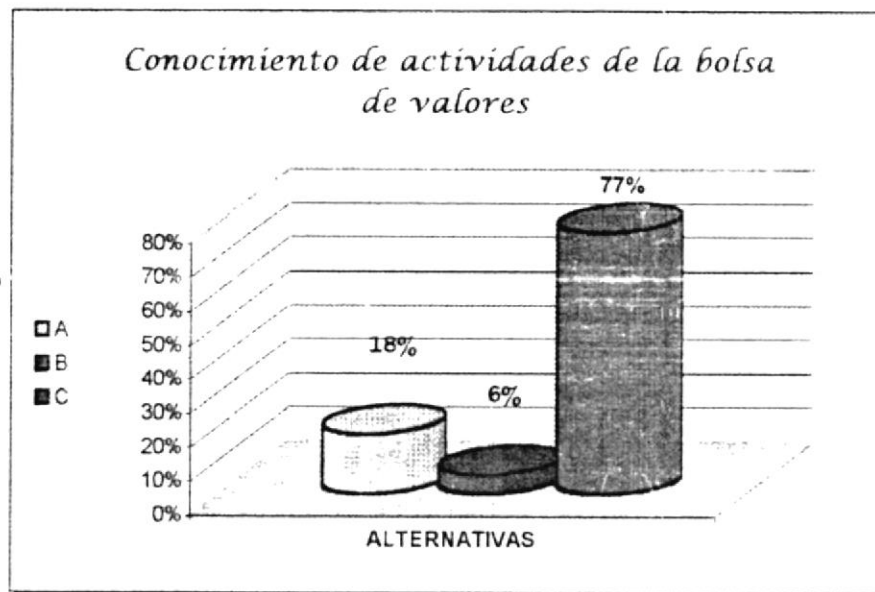
- A Mercado en el que participan intermediarios debidamente autorizados con el propósito de realizar operaciones de títulos de valores emitidas por empresas inscritas en ella.
- B Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas, además de brindar asesoría en materia de finanzas corporativas a las empresas.
- C Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.



Gráfico 4.21. Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores

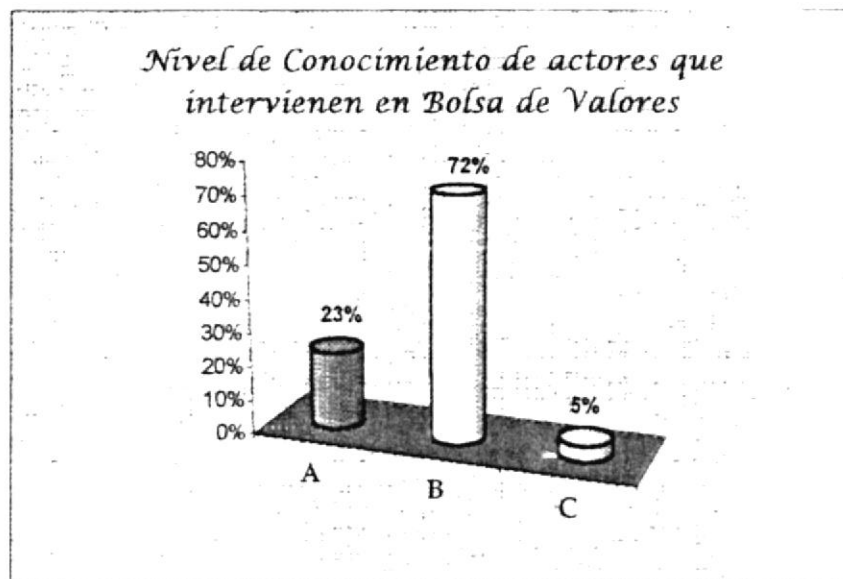
Los encuestados demostraron conocer las actividades que se realizan en una Bolsa de Valores en un 77% aunque un 18% respondió que las actividades a realizarse dentro de una institución de éste tipo en sólo negociar acciones, lo cual no es una respuesta incorrecta pero sí incompleta.

El 6% de los encuestados respondió que la actividad a realizarse dentro de la bolsa fuera proveer servicios financieros lo cual es totalmente incorrecto.



- A Negociar Acciones
- B Proveer Servicios Financieros y bancarios para los bancos privados y públicos en el país
- C Compra y venta de títulos valores emitidos por empresas emisoras y participan también intermediarios operadores

Gráfico 4.22. Nivel de conocimiento de actores que intervienen en bolsa valores



- A Gobierno, público en general y bancos
- B Operadores de valores y emisores.
- C Grandes y medianas empresas.

En esta pregunta un 72% respondió que los actores que intervienen directamente en la Bolsa de Valores son los operadores y emisores lo cual es correcto, sin embargo no es un porcentaje muy representativo frente a los niveles de conocimiento en las repuestas anteriores. Un 28% está repartido entre grandes y medianas empresas y gobierno, público y bancos. Los anteriores pueden intervenir pero no lo hacen de manera tan directa como los operadores y emisores.

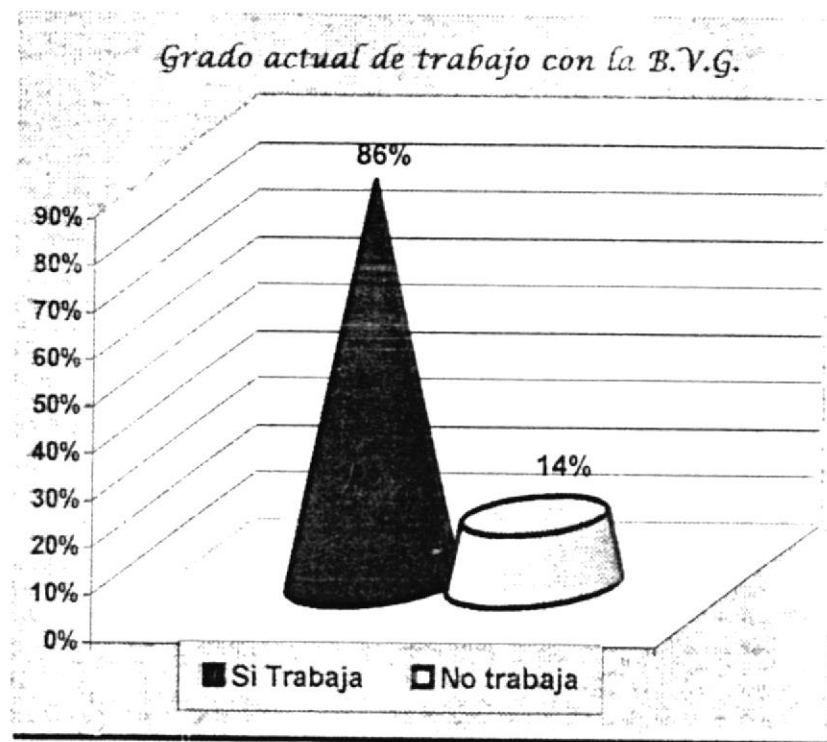
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G

Elaborado por: MC.Perezllona

Fecha de Elaboración: Agosto 31/99

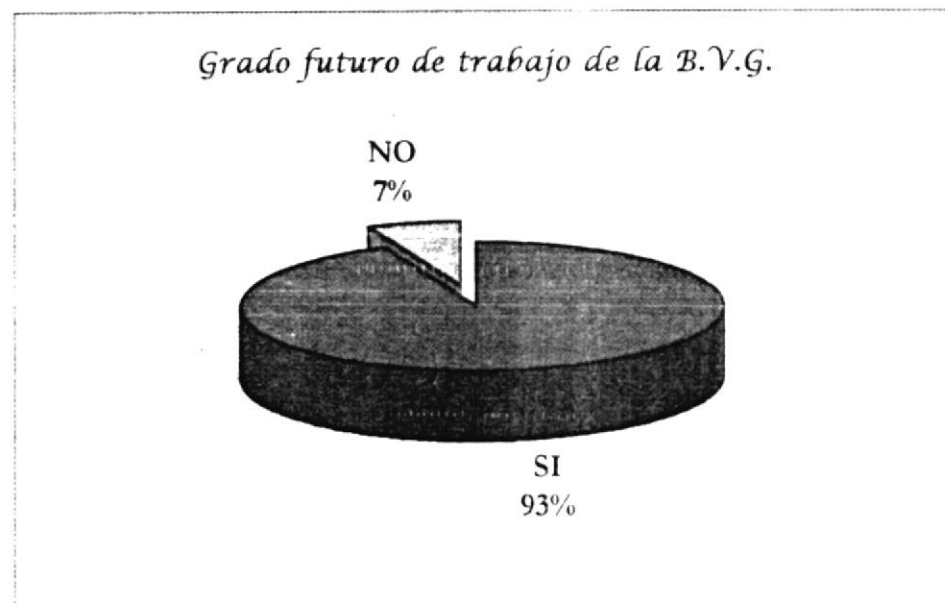
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.23. Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G.



Como podemos apreciar en el gráfico, solo el 86 % de los clientes externos trabaja actualmente con la Bolsa de Valores de Guayaquil; esto se debe parcialmente a las empresas canceladas y a los emisores que no mantienen un contacto permanente con la B.V.G.

Gráfico 4.24. Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G.



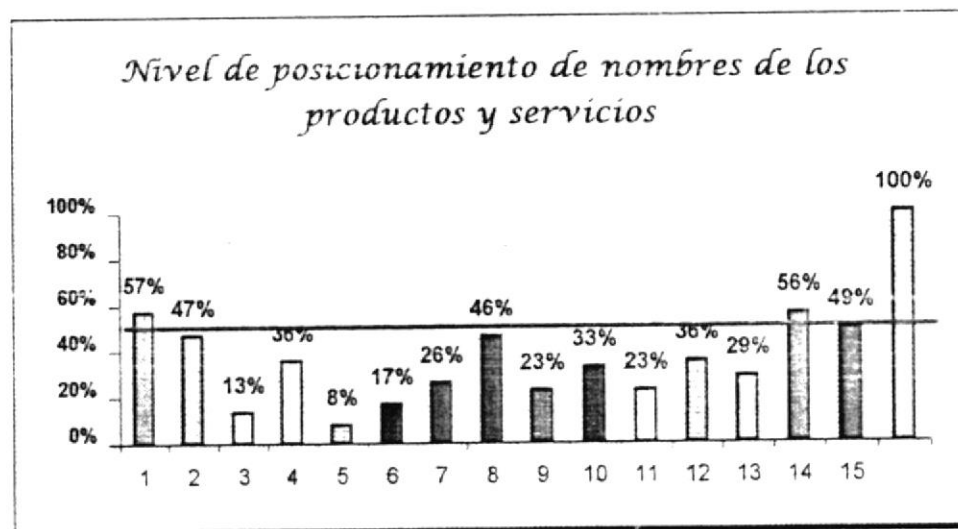
Nos podemos dar cuenta de que el 86% de los clientes de la Bolsa de Valores de Guayaquil, si están interesados en volver a trabajar con ella. Solamente el 5% de estos no desean trabajar en el futuro.

CLIENTES EXTERNOS TOTALES
No. 7

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: MC Perezllona
Fecha de Elaboración: Septiembre 01/99
Lugar: Guayaquil



Gráfico 4.25. Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios



- 1: Rueda a viva voz
- 2: Rueda electrónica
- 3: Compensación de sald netos
- 4: Infobursátil
- 5: Módulo Valorizador
- 6: DECEVALE
- 7: Reuters
- 8: Al Cierre
- 9: Transparencia
- 10: Capital
- 11: Manual de Renta Fija
- 12: Diccionario Financiero
- 13: Guia Didáctica
- 14: Cursos de Capacitac.
- 15: Internet

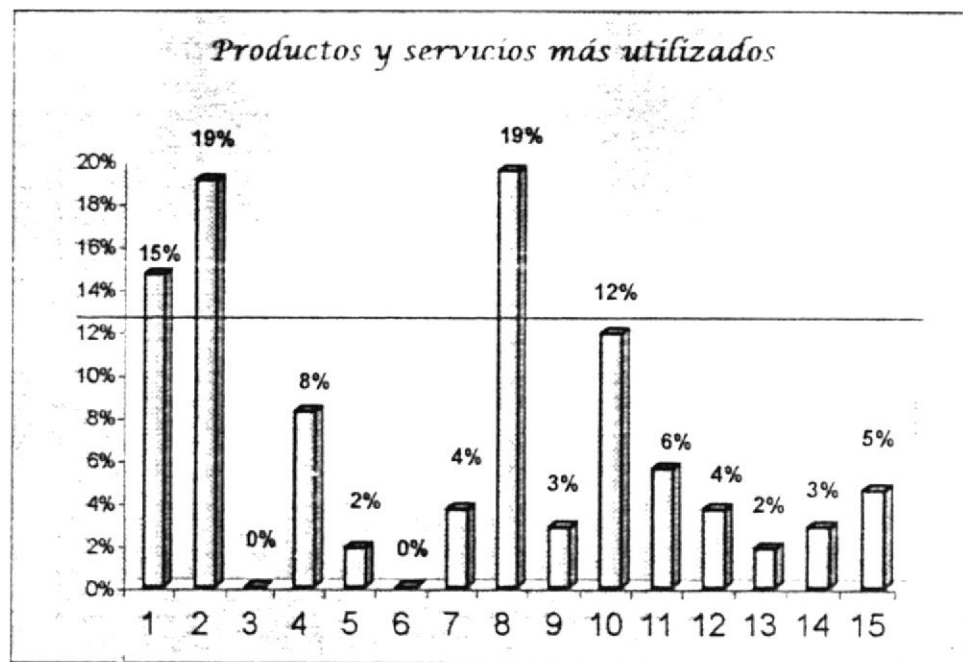
Es notable mencionar que los productos más conocidos son la Rueda a viva voz con un 57% seguido de los Cursos de Capacitación con el 56% ; Al Cierre y la Rueda electrónica poseen el 48% y 47%; el Capital con 33%. Y el producto menos conocido es el Módulo Valorizador con solo un 8%. Cabe recalcar que solo el 1% de los encuestados no conocían ninguno de los productos y servicios de la B.V.G. La línea trazada en el eje de las ordenadas , nos indica el nivel mínimo de conocimiento acerca de los productos y servicios que deberían tener éste grupo y ese valor es de alrededor del 31%.

CLIENTES EXTERNOS TOTALES
No. 8

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: MC. Perezllona
Fecha de Elaboración: Septiembre 02/99
Lugar: Guayaquil



Gráfico 4.26. Productos y servicios de la B.V.G. más utilizados



- 1 Rueda a viva voz
- 2 Rueda electrónica
- 3 Compensación saldo neto
- 4 Infobursátil
- 5 Módulo Valorizador
- 6 DECEVALE
- 7 Reuters
- 8 Al Cierre
- 9 Transparencia
- 10 Capital
- 11 Manual de Renta Fija
- 12 Dic. Financiero y bursátil
- 13 Guía del Mercado/Valores
- 14 Conferencia Capacitación
- 15 Internet

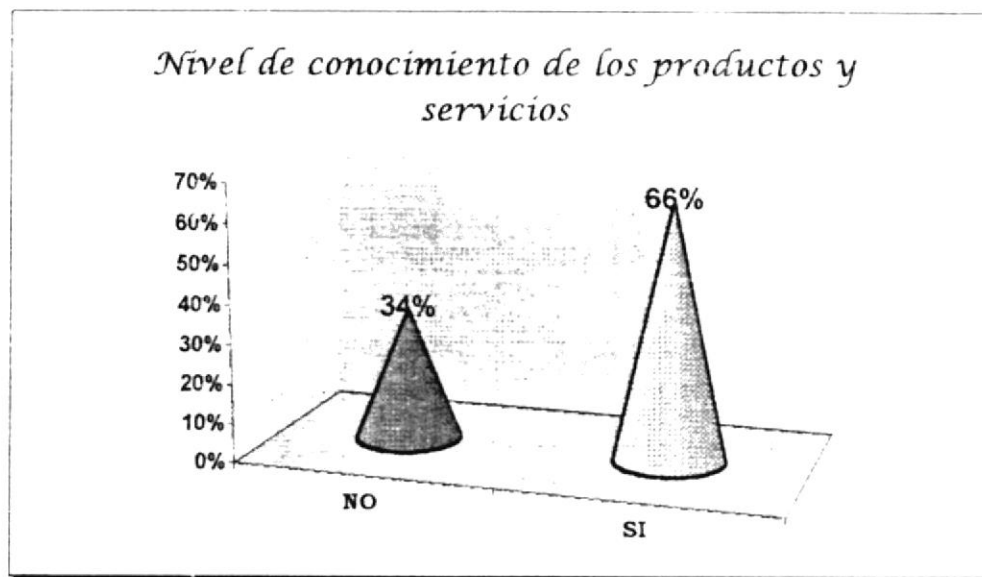
Ante la pregunta de cuál es el producto mayormente utilizado encontramos que Al Cierre y la Rueda a viva voz lleva la delantera con un 19% ante Rueda a Viva Voz con el 15% y Capital con 12%. Los productos que se encuentran por debajo del promedio (12%) están siendo subutilizados.

CLIENTES EXTERNOS TOTALES
No. 94

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por MC Perezliona
Fecha de Elaboración: Septiembre 02/99
Lugar: Guayaquil



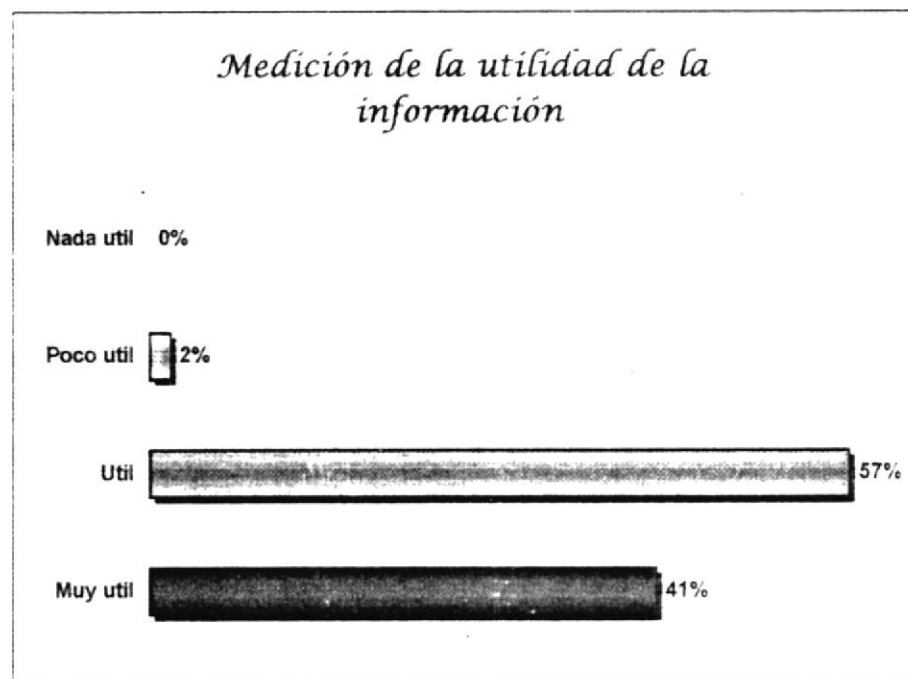
Gráfico 4.27. Nivel de conocimiento de los productos y servicios



Según las respuestas anteriores se preguntó a los encuestados que dieran al menos una característica del producto para que de tal manera cuantificáramos su nivel de conocimiento respecto al producto que dijo haber utilizado y notamos que sólo un 34% describió el producto mencionado inadecuadamente lo cual nos permite inferir que el conocimiento del producto no es específico.



Gráfico 4.28. Medición de la utilidad de la información



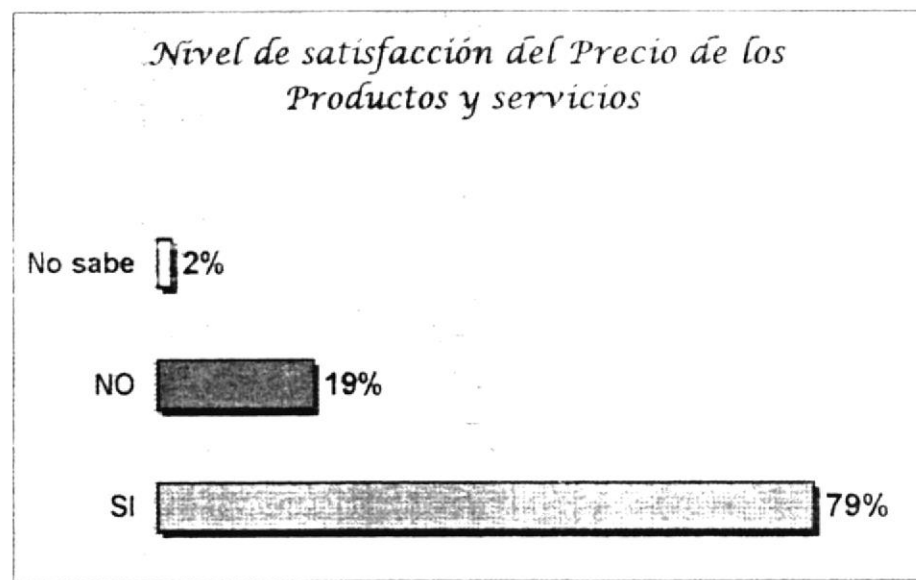
En este caso los clientes externos califican la utilidad de la información en un 41% como Muy útil y el 57% restante como Buena. Podemos notar que el **Índice de Satisfacción = 8.2%** califica la información como Muy útil.

CLIENTES EXTERNOS TOTALES
Nº. 10

Fuente: Investigación de mercado para la
Elaborado por: MC.Perezllona
Fecha de Elaboración: Septiembre 03/99
Lugar: Guayaquil



Gráfico 4.29. Satisfacción del precio de los productos y servicios



Al preguntarles si se encontraban satisfechos con el precio de los productos y servicios un 79% respondió que sí y 19% consideró lo contrario, con un 2% que no está al tanto de los precios de los productos. Podemos notar que el **Índice de Satisfacción = 8.1%** califica al precio de los productos y servicios como Muy Bueno lo cual podría ser concebido como una calificación Aceptable y no muestra un nivel de insatisfacción Alto por los precios de los productos

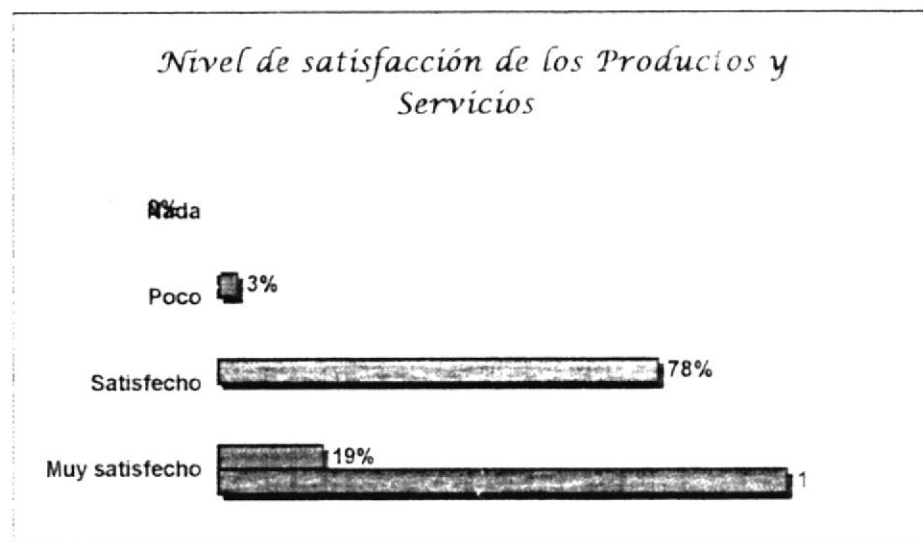
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G

Elaborado por: MC. Perezllona

Fecha de Elaboración: Septiembre 04/99

Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.30. Satisfacción de los productos y servicios



Cuando les preguntamos el grado de satisfacción de los productos y servicios un 19% respondió encontrarse Muy Satisfecho y 78% se calificó solo Satisfecho. El **Índice de Satisfacción = 7.46%** califica satisfacción de los productos y servicios como solamente Satisfecho lo cual es digno de acotar que se podría mejorar mucho ya que desde el punto de vista de calidad el grado de satisfacción de los productos y servicios es casi nulo. Dejando un alto porcentaje de clientes insatisfechos en los beneficios recibidos por los productos y servicios

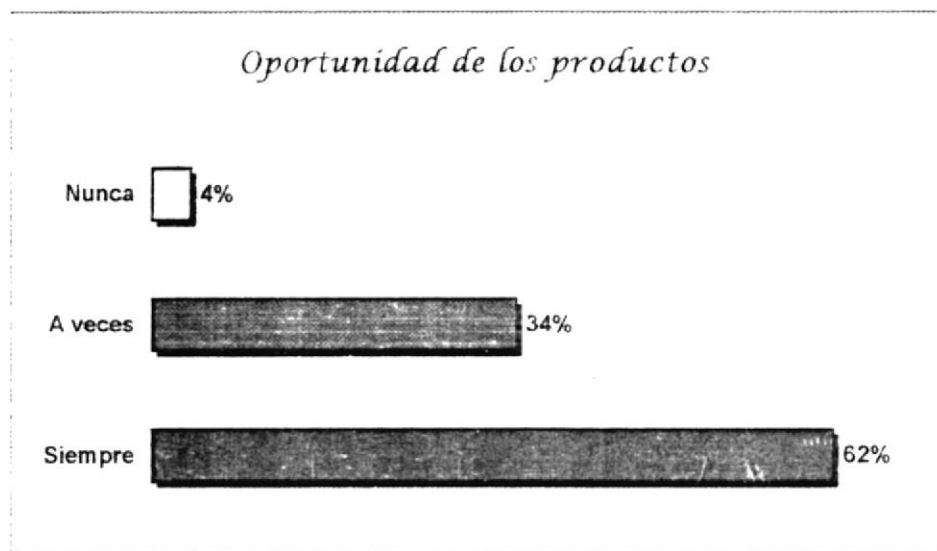
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G

Elaborado por: MC. Perezliona

Fecha de Elaboración: Septiembre 04/99

Lugar: Guayaquil

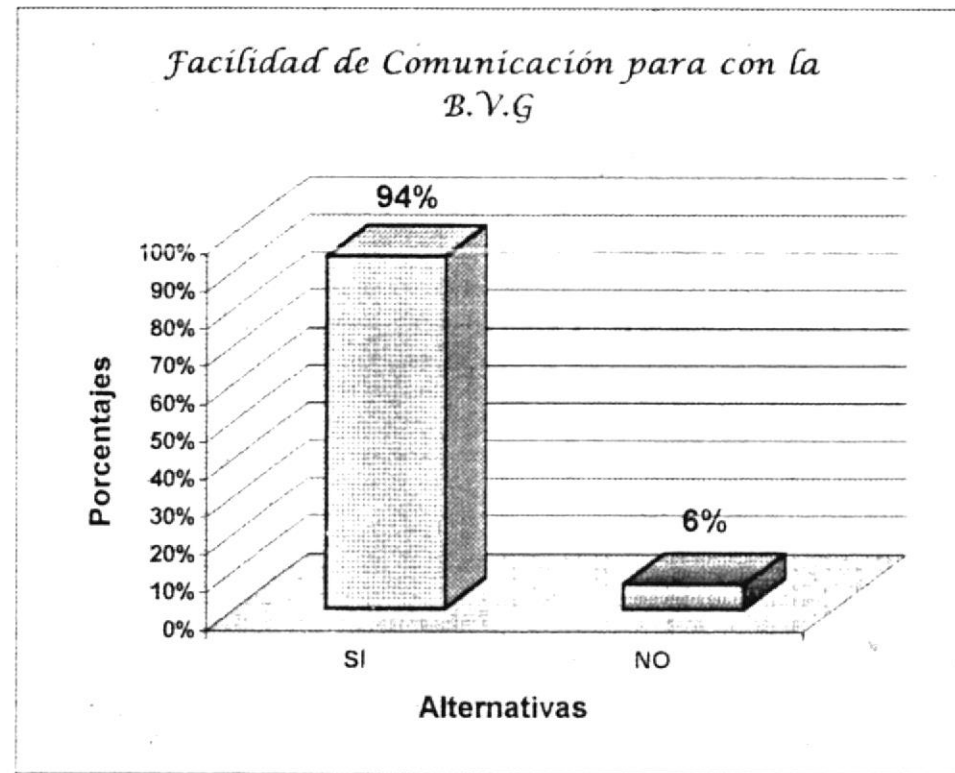
Gráfico 4.31. Oportunidad de los productos



Cuando medimos cuán oportuno les parecían los productos respondieron en su mayoría (62%) que siempre llegaban a tiempo y el restante (34%) indicó que A veces. El **Índice de satisfacción = 8.14%** con respecto a lo oportuno que son sus productos nos muestra que las empresas canceladas perciben que la institución les hace llegar sus productos con una frecuencia muy baja en comparación al valor esperado.

Gráfico 4.32. Facilidad de comunicación con la B.V.G.

Cuando medimos cuán fácil resultaba comunicarse con la BVG un 94% respondió que era fácil de comunicarse cuando se lo necesita y un 6% indicó que no era tan fácil. Lo cual implica que se debe poner mayor atención en la comunicación con los clientes.



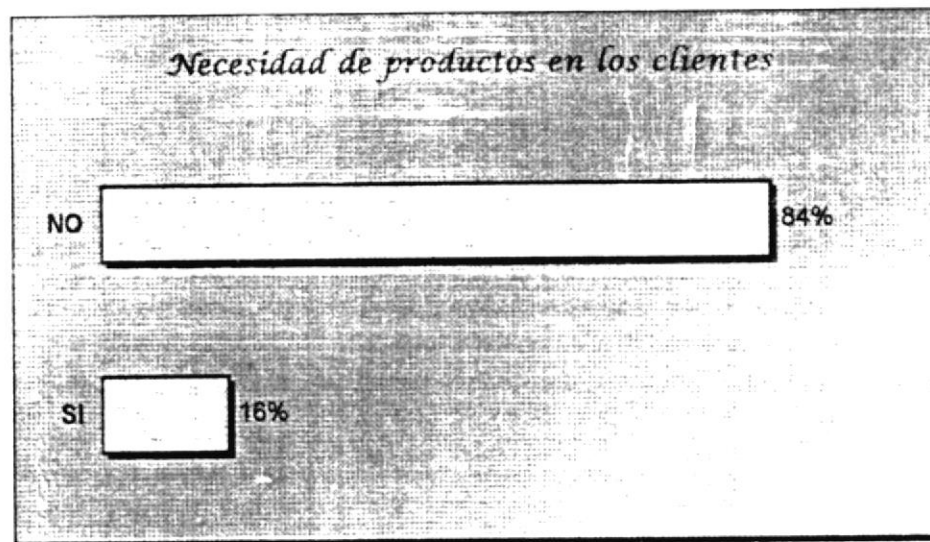
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MC. Perezllona

Fecha de Elaboración: Septiembre 04/99

Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.33. Necesidad de Productos Diferentes



Al preguntarles si necesitaban algún producto diferente a los que ofrecía la BVG un 84% respondió que NO, que se encontraban satisfechos con lo existentes sin embargo un 16% mostró su necesidad de otros, en el caso de uno que citó que FUTUROS DE DIVISAS podría ser uno de los productos a ser útiles a futuro. El **Indice de Satisfacción = 8.54%** muestra que los clientes externos se encuentran en el límite del rango de insatisfacción, lo cual muestra que la BVG puede aún crear mejores productos para satisfacer esta necesidad.



4.2.2.2. Gráficos y Análisis de Casas de Valores

El conocimiento sobre el Mercado Bursátil y la Bolsa de Valores es medio para las Casas de Valores puesto que se obtuvieron los siguientes porcentajes:

Conocimiento de lo que es el Mercado Bursátil	60%
Conocimiento de lo que se negocia en el Mercado Bursátil	100%
Que es una Bolsa de Valores	95%
Actividades que se realizan en una Bolsa de Valores	90%
Actores de una Bolsa de Valores	85%
PROMEDIO DE CONOCIMIENTO	86%

Las casas de valores cumplen uno de los papeles más importantes en el movimiento del mercado bursátil. Según la ley de Mercados de Valores, éstas son las únicas intermediarias entre los clientes y las bolsas de valores cuando hay una intención de oferta y demanda de capitales.

En lo que respecta a éste enfoque la mayoría de las casas de valores son conocedoras de lo que es en realidad el mercado de valores, así como de los productos y servicios; además de los requisitos que tal mercado exige

para la negociación de capitales a través de Bolsa de Valores, por tanto es importante recalcar el bajo porcentaje de conocimiento (60%) que estas tienen respecto a lo que es el mercado bursátil.

Es menester destacar además que una gran mayoría de éste segmento conoce lo que es una Bolsa de Valores y de las actividades que se realizan dentro de la misma; pues como es de suponerlo deben de estar lo suficientemente preparadas debido a que es su trabajo.

Todas las Casas de Valores mencionaron que seguirían trabajando o que empezarían a trabajar con la Bolsa de Valores.

El producto con mayor posicionamiento es la Rueda a Viva Voz, seguido de la Rueda Electrónica y del Manual de Renta Fija. Mientras que el producto que más han utilizado, se encuentra liderando la Rueda Electrónica.

El 80% de las Casas de Valores conocen los productos/servicios y un 70% considera que es Muy Util. El mismo porcentaje está de acuerdo con el precio de los productos y un porcentaje mayor (85%) está satisfecho con los mismos.

Un 75% considera que recibe el producto cuando lo necesita y el 95% cuando lo necesita logra comunicarse fácilmente. Finalmente el 20% manifestó necesitar productos diferentes a los actuales, dando ellos sugerencias sobre nuevos productos que se presentan a continuación:

- ❖ Actualización para los operadores
- ❖ Análisis del entorno para aplicar (modos específicos)
- ❖ Imprimir liquidaciones de Bolsa desde la Oficina
- ❖ Cta. Cte al exterior
- ❖ Mayor información acerca del mercado extranjero no solo índices sino también emisores.

Cuadro 4.283 Índices de Casas de Valores

	INDICES	VALORES
1	Indice de Utilidad de Información productos y servicios	9.10
2	Indice de Satisfacción	8.13
	Indice de Satisfacción del precio	7.3
	Indice de Satisfacción de productos y servicios	8.95
3	Indice de Oportunidad de los productos	8.55

Fuente: Investigación de mercado para la BVG

Elaborado por: C. Arcos

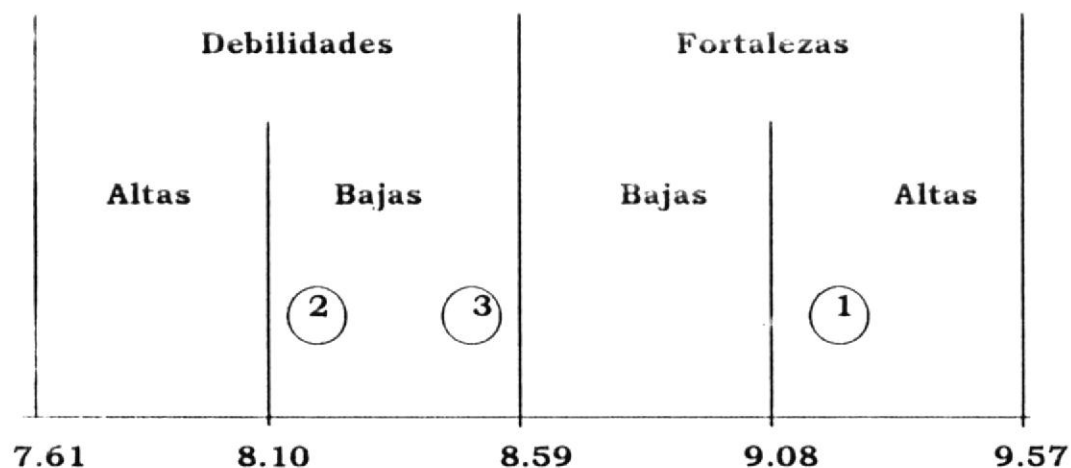
Fecha de Elaboración: Septiembre 30/99

Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.290 Perfil de Fuerzas y Debilidades en Casas de Valores

Promedio de Indice de Casas de Valores: 8.59

Desviación Estándar: 0.486



Fuente: Investigación de mercado para la BGV

Elaborado por: C. Arcos

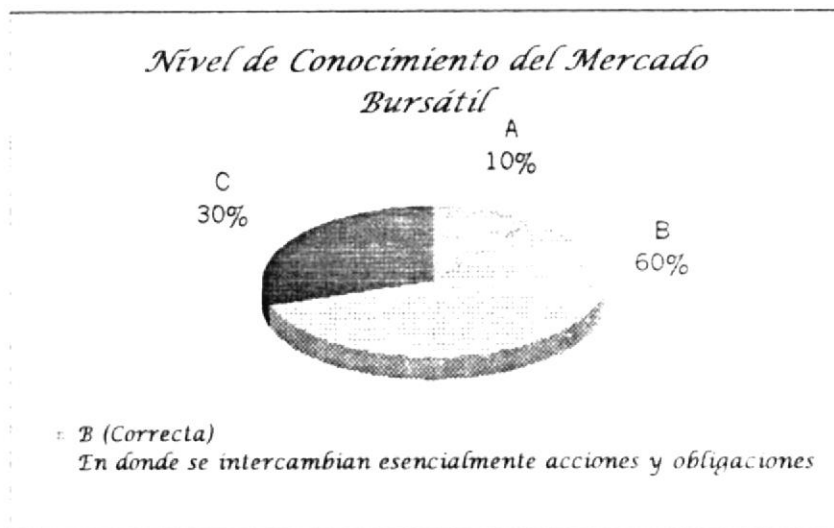
Fecha de Elaboración: Septiembre 30/99

Lugar: Guayaquil

Como se observa en el Gráfico 4.290 la utilidad de la información es una fortaleza alta para las Casas de Valores, es decir ellas consideran que la información de la BGV es muy útil. Mientras que como Debilidades Bajas se encuentran la Satisfacción y Oportunidad de los productos/servicios.

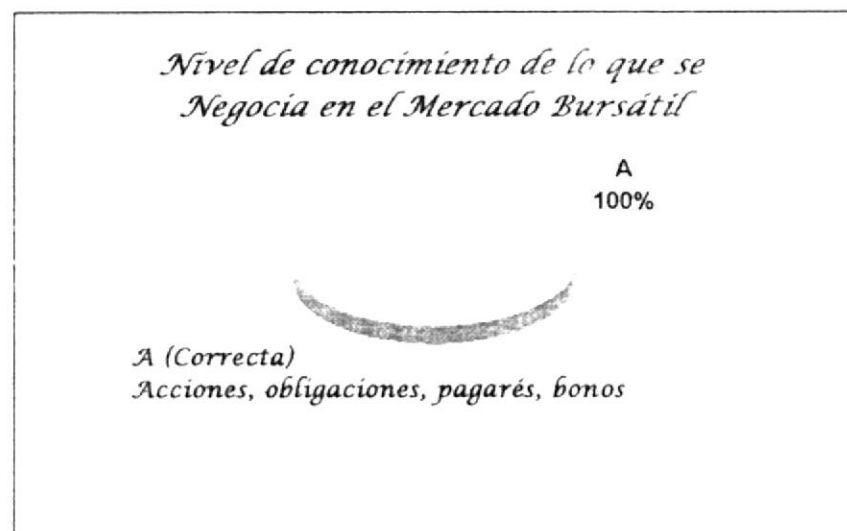
4.3.2.2. Gráficos y Análisis de Casas de Valores

Gráfico 4.34. Nivel de conocimiento del mercado bursátil



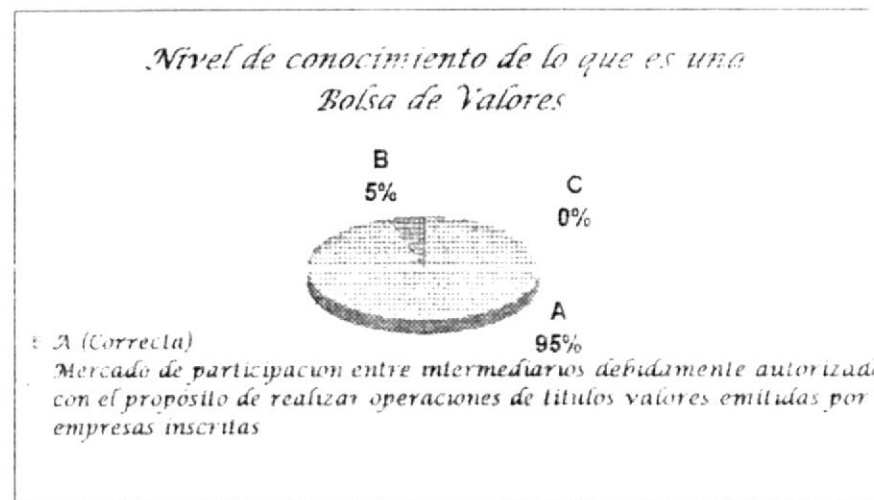
En lo que respecta a ésta pregunta el 60% de los encuestados manifestó conocer la definición exacta de lo que es el mercado bursátil, encasillada como la alternativa B, lo cual demuestra de que al menos la mayor parte de las casas de valores existentes en nuestro medio están concientes de cual es su actividad, no así para un 30% y un 10% de éste mismo grupo quienes optaron por elegir las alternativas A y C respectivamente.

Gráfico 4.35. Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el merc. bursátil



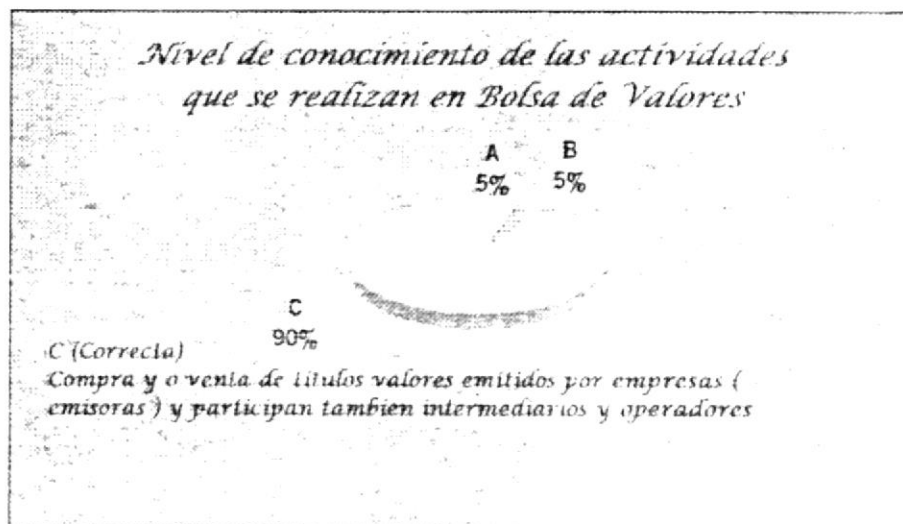
Todas las casas de valores coinciden con la alternativa A que es la correcta, demostrando de ésta manera su conocimiento acerca de lo que se negocia en el mercado bursátil en cuanto a productos y servicios.

Gráfico 4.36. Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores



Cerca del 95% de los encuestados optaron por escoger la alternativa A constituyendo la mayor parte de éste grupo. Seguido por la diferencia esto es alrededor de un 5% quienes escogieron la alternativa B, que está muy lejos de lo que es en realidad una Bolsa de Valores.

Gráfico 4.37. Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores



El 90% de los encuestados en éste grupo tiene conocimiento exacto de las actividades que se realizan en Bolsa de valores, definición que está clasificada en la alternativa C, lo cual demuestra de que al menos la mayor parte de las casas de valores conocen de estas actividades.

No así para para el resto de éste mismo grupo quienes optaron por escoger la alternativas A y B respectivamente, representando tan sólo el 10%, repartido en un 5% para cada una entre éstas dos alternativas.

Casas de Valores
No. 4



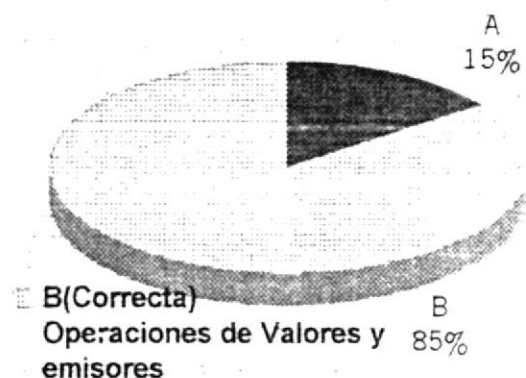
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: C. Arcos
Fecha de Elaboración: Agosto 16/99
Lugar: Guayaquil



ASOCIACION DE LOS PRODUCTORES Y SERVIDORES DE LA B.V.G.

Gráfico 4.38. Nivel de conocimiento actores que intervienen en bolsa de valores

Nivel de conocimiento de los actores que intervienen en la Bolsa de Valores



Al evaluar el nivel de conocimiento de los actores que intervienen en bolsa de valores, obtuvimos que un 85% de los encuestados en este grupo escogieron la definición correcta que se encuentra encasillada en la alternativa B, quedando la diferencia repartida entre las alternativas restantes A y C, esto es un 15% y un 0% respectivamente.

Gráfico 4.39. Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G.

*Medición del grado actual de
trabajo con la Bolsa de
Valores de Guayaquil*



Casas de Valores
No.6

El 95% de las casas de valores que se encuentran funcionando activamente en nuestro medio, están trabajando actualmente con la B.V.G, quedando un 5% restante de éste grupo quienes no lo están haciendo.

Siendo quizás uno de los factores incidentes la actual situación de incertidumbre que vive el país.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: C. Arcos
Fecha de Elaboración: Agosto 16/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.40. Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G.

Al preguntarles si seguirán trabajando con esta institución, se obtuvo que el 100% se encontraban dispuestos a hacerlo. Lo que significa que todas las casas de valores de este grupo seguirán haciendo uso de los productos y servicios de esta institución.

*Medición del grado futuro de trabajo
para con la Bolsa de Valores de
Guayaquil*

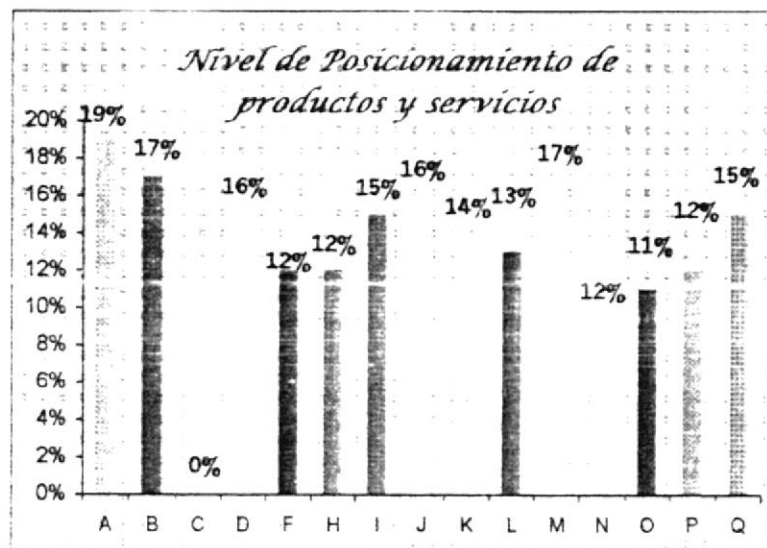


Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: C. Arcos
Fecha de Elaboración: Agosto 16/99
Lugar: Guayaquil

Casas de Valores
No.7



Gráfico 4.41. Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios



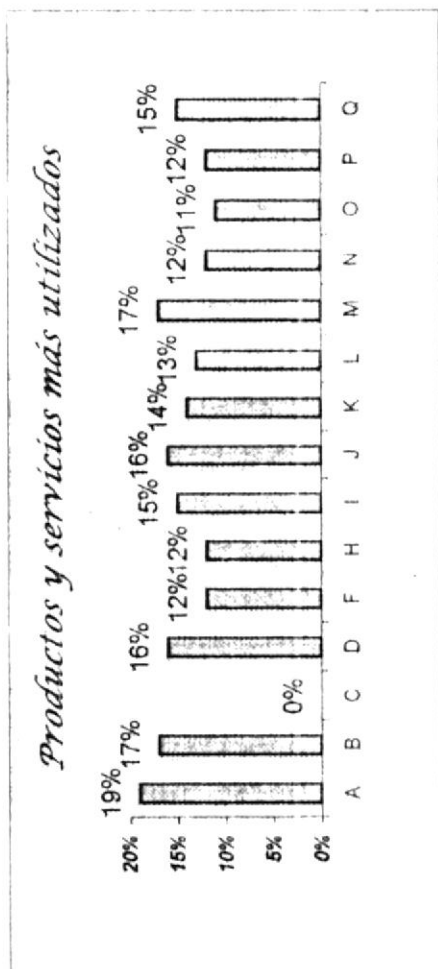
A: Rueda a viva voz
 B: Rueda electronica
 C: Compensacion de saldos netos
 D: Infobursatil
 E: Módulo Valorizador
 F: Decevale
 G: Reuters
 H: Al cierre
 I: Transparencia
 J: Capital
 K: Manual de Renta Fija
 L: Diccionario financiero y bursatil
 M: Guia didactica del Mercado de Valores
 N: Conferencias y Cursos de Capacitacion
 O: Internet

En cuanto al nivel de posicionamiento de la denominación de los productos y servicios, se encontró que el producto con un mayor grado de posicionamiento lo constituye la rueda a viva voz encasillada como la alternativa A con aproximadamente 19% ; seguido de la rueda electrónica con aproximadamente un 17% .

Estos resultados son válidos puesto que son los dos productos de mayor utilización en las operaciones directas que se efectúan en la Bolsa de Valores de Guayaquil.



Gráfico 4.42. Productos y servicios más utilizados



- | | | |
|---------------------------------|------------------|--|
| A: Rueda a viva voz | F: Decevale | K: Manual de Renta Fija |
| B: Rueda electronica | G: Reuters | L: Diccionario financiero y bursatil |
| C: Compensacion de saldos netos | H: Alfierre | M: Guia didactica del Mercado de Valores |
| D: Infobursatil | I: Transparencia | N: Conferencias y Cursos de Capacitacion |
| E: Módulo Valorizador | J: Capital | O: Internet |

El producto o servicio de mayor utilización por parte de las casas de valores lo la rueda electrónica que representa alrededor del 60%, seguido de un 30% respectivamente culminando con el boletín al cierre con un 10%.

Casas de Valores
No.9a

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: C. Arcos
Fecha de Elaboración: Agosto 16/99
Lugar: Guayaquil

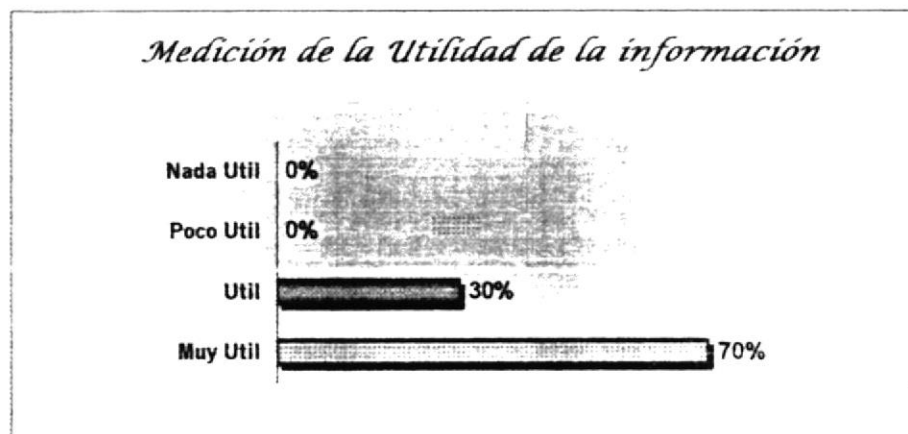
Gráfico 4.43. Nivel de conocimiento de los productos y servicios



Alrededor del 80% de los encuestados tienen pleno conocimiento de los productos y servicios de la Bolsa de Valores de Guayaquil, no así para un 20% de desconocen o tienen leve idea de estos.

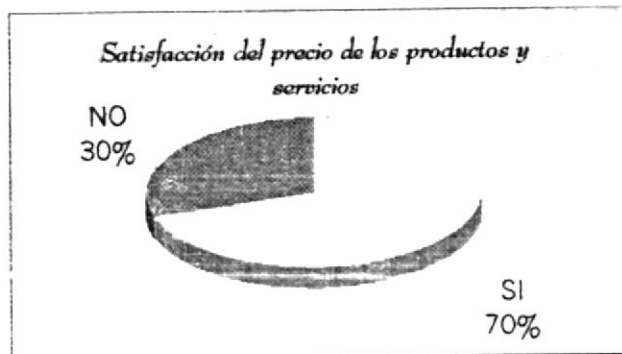


Cuadro 4.44. Medición de la utilidad de la información



El 70% de las casas de valores considera que la información proporcionada por parte de los productos o servicios de la BVG es muy útil, seguida de un 30% del mismo grupo quienes opinan que tal información es nada más que útil. Para corroborar esto se calculó un número índice para esta pregunta y se obtuvo como resultado una puntuación de 9.1, tal calificación está comprendida dentro de un intervalo así mismo aceptable de que la utilidad de ésta información es justificada como muy útil. Este intervalo está comprendido entre los números 9 y 10.

Cuadro 4.45. Satisfacción del precio de los productos y servicios

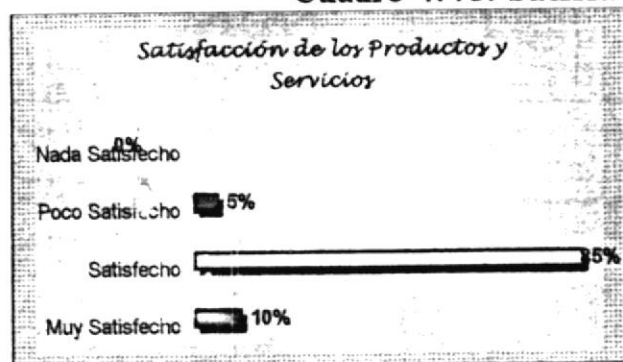


El 70% de este grupo considera que el precio de los productos y servicios compensa los beneficios recibidos, existiendo un 30% quienes dicen que no lo es. Así mismo se calculó un número índice para esta pregunta y se obtuvo una puntuación de 7.3. Tal calificación se encuentra enmarcada dentro de un rango de aceptación, quedando justificada tal aseveración como buena.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: C. Arcos
Fecha de Elaboración: Agosto 18/99
Lugar: Guayaquil

Casas de Valores
No.11

Cuadro 4.46. Satisfacción de los productos y servicios

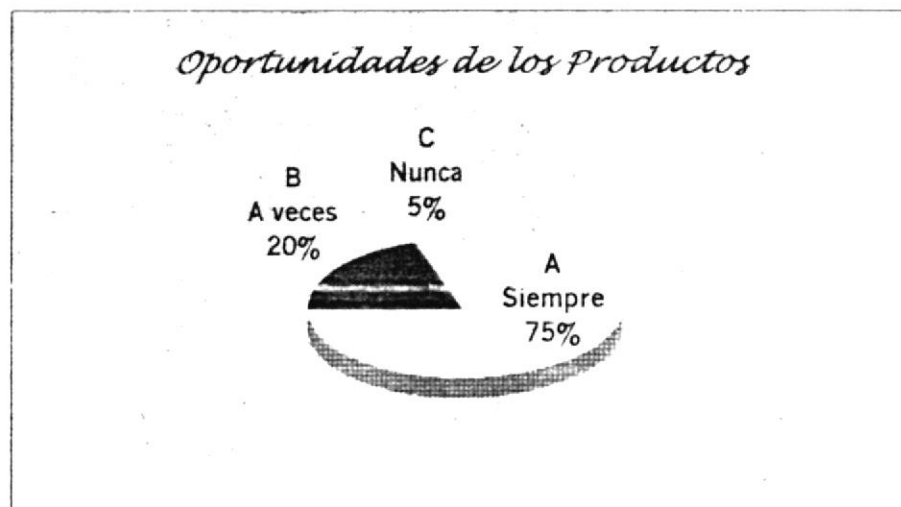


Respecto al grado de satisfacción de los productos y servicios por parte de este grupo se encontró de que el 85% se halla satisfecho, seguido de un 10% que se halla sumamente muy satisfecho por tales productos y servicios. Cabe indicar además que un 5% de las casas de valores se encuentra poco satisfecho. Al efectuarse el calculo del número índice se obtuvo como puntuación 7.15, tal calificación es satisfactoria.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: C. Arcos
Fecha de Elaboración: Agosto 18/99
Lugar: Guayaquil

Casas de Valores
No.12

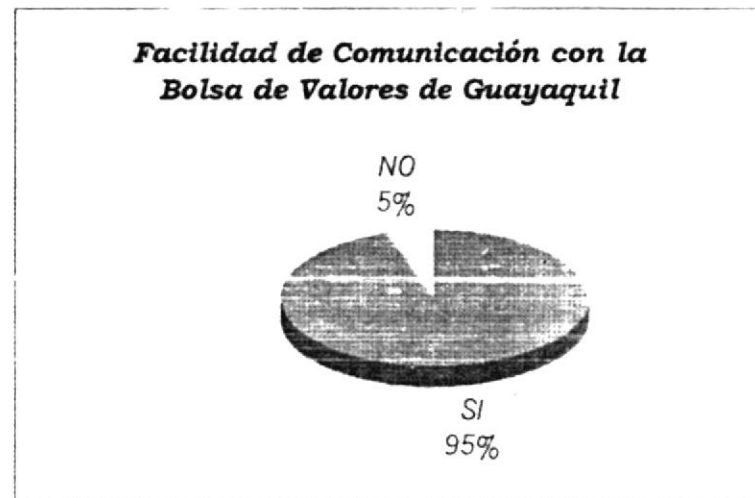
Gráfico 4.47. Oportunidad de los productos



El 75% de los encuestados en este grupo manifiesta recibir el o los productos siempre cuando los necesitan, seguido de un 20% de este mismo quienes consideran que los reciben a veces y finalizando con un 5% quienes consideran que nunca los reciben cuando los necesitan.

Al calcular un número índice para esta pregunta se obtuvo como resultado una puntuación de 8.65, lo cual nos indica que tal calificación está comprendida en un intervalo de aceptación de que el nivel de oportunidad para productos y/o servicios es siempre aceptable.

Gráfico 4.48. Facilidad de comunicación con la B.V.G.



Respecto a ésta pregunta la mayor parte de las casas de valores logra comunicarse fácilmente con la Bolsa de Valores, quedando un 5% que no.

Concluyéndose de que al menos en su mayoría los operadores de valores si logran tener la facilidad de comunicación con esta institución.

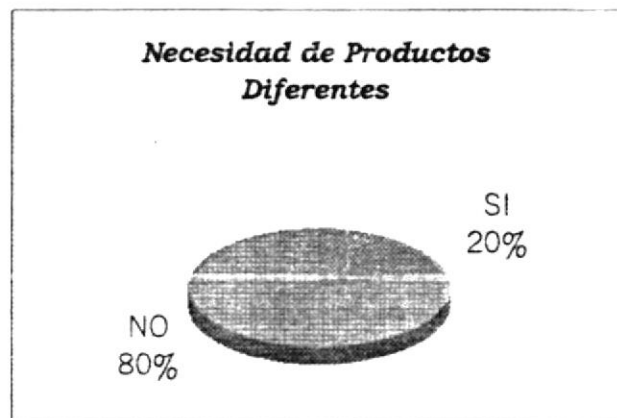
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G

Elaborado por: C. Arcos

Fecha de Elaboración: Agosto 18/99

Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.49. Necesidad de Productos Diferentes



SI:

*Actualización para los operadores
Análisis del entorno para aplicar (mcdos específicos)
Imprimir liquidaciones de Bolsa desde la Oficina
Cta. Cte al exterior
Mayor información acerca del mercado extranjero no solo índices sino también emisores*

El 80% de los encuestados en este grupo manifesto no necesitar algún producto diferente a los que ofrece actualmente la B.V.G, siendo una minoría la que si lo requiere.

ej.: que contengan un análisis del entorno para aplicar o desarrollar trámites. Así mismo piden que se desarrollen productos en donde se puedan imprimir liquidaciones en Bolsa de Valores desde la Oficina, con cuenta corriente en el extranjero y mayor información acerca del mercado extranjero no solo índices sino que involucre también a los emisores.

El número índice que se obtuvo fue alrededor del 2.8, el cual nos indica que si bien existe conformidad con los actuales productos y servicios que ofrece la BVG, si existe la necesidad de un segmento de clientes a quienes hay que atenderlos.

4.2.2.3. Gráficos y Análisis de Emisores

4.2.3.2.1 Gráficos y Análisis de Emisores Totales

El conocimiento sobre el Mercado Bursátil y la Bolsa de Valores es alto para los Emisores puesto que se obtuvieron los siguientes porcentajes:

Conocimiento de lo que es el Mercado Bursátil	83%
Conocimiento de lo que se negocia en el Mercado Bursátil	96%
Que es una Bolsa de Valores	96%
Actividades que se realizan en una Bolsa de Valores	86%
Actores de una Bolsa de Valores	80%
PROMEDIO DE CONOCIMIENTO	88.2%

Los emisores totales de la B.V.G. se encuentran en gran medida en el sector E de Establecimientos Financieros y Servicios Prestados a las empresas con un 62.86%, seguidos de un 20% por el sector F que son las Industrias Manufactureras. Si detallamos por ciudad, las empresas emisoras de Guayaquil son de igual manera en mayor porcentaje del sector E, las empresas emisoras de Quito son en igual proporción del sector E y del C que es Comercio al por mayor y menor,



restaurantes y hoteles, al contrario de las empresas de Cuenca que son en mayor porcentaje del sector F es decir de Industrias Manufactureras. Con estos antecedentes podemos empezar el análisis de los Emisores Totales que corresponden a las empresas emisoras de Quito, Guayaquil y Cuenca.

El conocimiento de los emisores del mercado bursátil es bastante bueno, aunque el sector que debe tener un poco más de información es el E (Establecimientos financieros y servicios prestados a las empresas).

En cuanto al conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil tienen un porcentaje muy bueno (96%), al igual que el conocimiento de la bolsa de valores (96%), aunque se debe tomar en cuenta el porcentaje de los emisores cuenca en este punto, que sin ser bajo (75%), es importante que se les brinde una mayor información.

El conocimiento de las actividades que se realizan en la bolsa de valores es aceptable en el total de los emisores, sin embargo los emisores de Cuenca tienen un bajo porcentaje, por lo que se debe brindar una mayor información a los mismos.

En cuanto al conocimiento de los actores que intervienen en la Bolsa de Valores es muy bueno.

Los productos y servicios que han escuchado los emisores en mayor porcentaje se encuentran la Rueda a Viva Voz y la Rueda Electrónica, aunque en general estos porcentajes son bajos como se pueden observar en el Gráfico 4.59 de los Emisores Totales, donde el porcentaje mayor es del 13%.

Los productos y servicios que más utilizan los emisores como se puede observar en el Gráfico 4.60 de los Emisores Totales son: en primer lugar el Capital, luego el informativo Al Cierre, en tercer lugar el Infobursátil y en cuarto lugar la Rueda Electrónica. De acuerdo a ciudades, en Guayaquil se utiliza más el Capital seguido de Al Cierre. En Quito se utiliza de igual forma la Rueda Electrónica, Al Cierre y el Manual de Renta Fija. En Cuenca la Rueda a Viva Voz, la Rueda Electrónica, el Capital y las Conferencias o Cursos de Capacitación.

Los emisores (89%) manifestaron su satisfacción por el precio de los productos, los menos conformes fueron los emisores quiteños con un 79% debajo del promedio de satisfacción general.

El 66% de los emisores conocen los productos y servicios de la B.V.G. De acuerdo a las ciudades, en Guayaquil igualmente el 66%, en Quito el 58% y en Cuenca el 100%. La utilidad de la información de la B.V.G. para el 59% de los emisores es útil y un 40% la cataloga como muy útil.

El grado de satisfacción de los productos y servicios de la B.V.G. es en general bueno, con un 79% de los emisores satisfechos, por lo que se debe implementar mejoras continuas para incrementar la satisfacción en los clientes. Un 26% del total de emisores manifestaron la necesidad de productos nuevos, modificaciones o adecuaciones a los existentes que se presentan a continuación:

- Una mayor difusión
- * Informe de oferta y demanda del mercado
- * Información actualizada vía monitores
- * Información de futuros de monedas.
- Generar a través de colaterales.
- * Busque difusión de terceros.
- * Mas papeles de corto plazo.

Finalmente el 86% de la base de datos proporcionada por la Bolsa de Valores trabaja actualmente con la Bolsa de Valores y el 99% seguirá trabajando en el futuro. Esto indica que aunque actualmente el 14% de los emisores no estén trabajando con la B.V.G., no dejarán de trabajar con ella en el futuro sino que lo hacen solo temporalmente por las condiciones actuales del mercado, lo que representa una buena oportunidad de participaciones de emisores en el futuro.

Cuadro 4.284 Índices de Emisores Totales

	INDICES	GUAYAQUIL	QUITO	CUENCA	TOTALES
1	Indice de Utilidad de Inform. prod. y servicios	8.41	7.63	7.75	8.17
2	Indice de Satisfacción	8.43	9.6	8.13	8.20
	Indice Satisf. del precio	9.19	8.11	10	9.01
	Indice Satisf. de prod. y servicios	7.66	10	6.25	7.39
3	Indice Oportunidad de prod. y servicios	8.24	7.1	6.25	7.69

Fuente: Investigación de mercado para la BVG

Elaborado por: MJ. Pazmiño

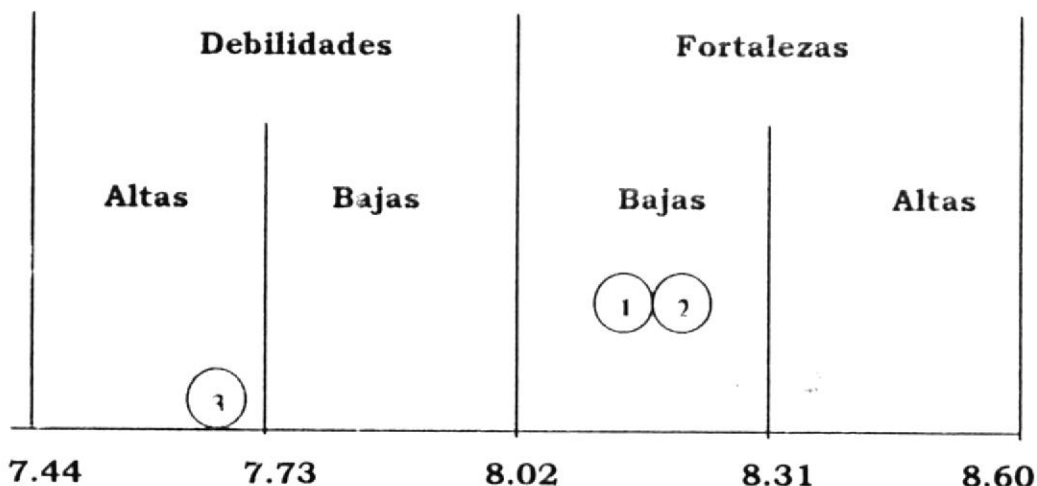
Fecha de Elaboración: Septiembre 28/99

Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.291 Perfil de Fuerzas y Debilidades de Emisores Totales

Promedio de Indice de Emisores Totales: 8.02

Desviación Estándar: 0.286



Fuente: Investigación de mercado para la BVG

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Septiembre 28/99

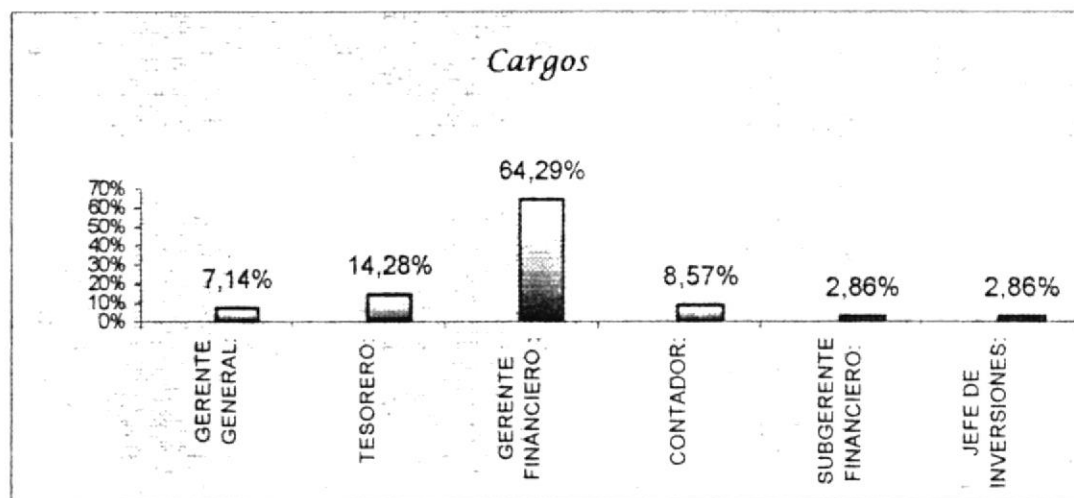
Lugar: Guayaquil

De acuerdo a lo expuesto anterior podemos concluir que una Debilidad Alta dentro de los Emisores es la Oportunidad de los productos, es decir que ellos consideran que estos no se encuentran cuando los necesitan. Por otro lado tienen como Fortalezas Bajas la Utilidad de los productos / servicios y la Satisfacción de los emisores, por lo que se deben aprovechar estas fortalezas para que no se conviertan en debilidades.



Gráfico 4.50. Cargos de los ejecutivos de empresas Emisores Totales

A continuación se presentan los cargos que ocupaban las personas que fueron encuestadas dentro de las empresas emisoras de Guayaquil, Quito y Cuenca:



Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

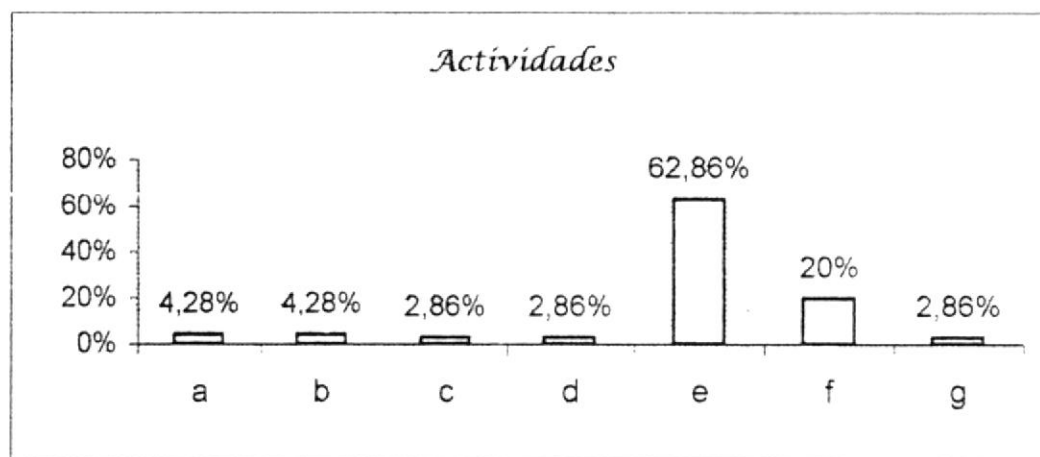
Fecha de Elaboración: Agosto 11/99

Lugar: Guayaquil



Gráfico 4.51. Actividades de empresas Emisores Totales

A continuación se presentan las actividades de las empresas emisoras encuestadas en Guayaquil, Quito y Cuenca



- a* Agricultura, Caza, Silvicultura y Pesca
- b* Bienes Inmuebles, Electricidad, Gas y Agua
- c* Comercio al por mayor y al por menor, Restaurantes y Hoteles
- d* Construcción
- e* Establecimientos Financieros y Servicios Prestados a las Empresas
- f* Industrias Manufactureras
- g* Transportes, Almacenamiento y Comunicaciones

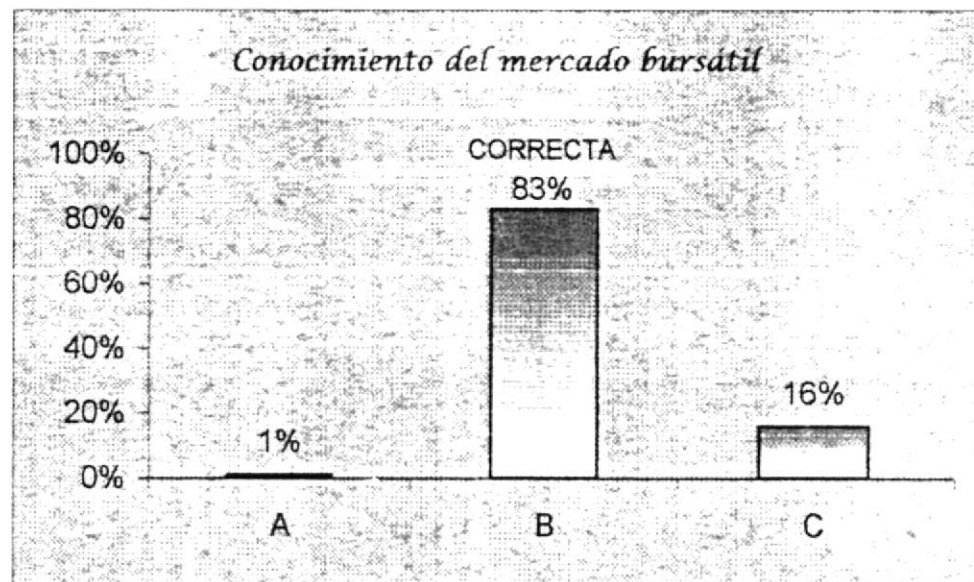
Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 11/99

Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.52. Nivel de conocimiento del mercado bursátil



- A:** En donde las ventas se realizan a un precio superior al máximo autorizado por la ley.
- B:** En donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones.
- C:** Un conjunto de instituciones financieras que realizan la oferta y demanda de préstamos financieros.

Emisores Totales
No. 1

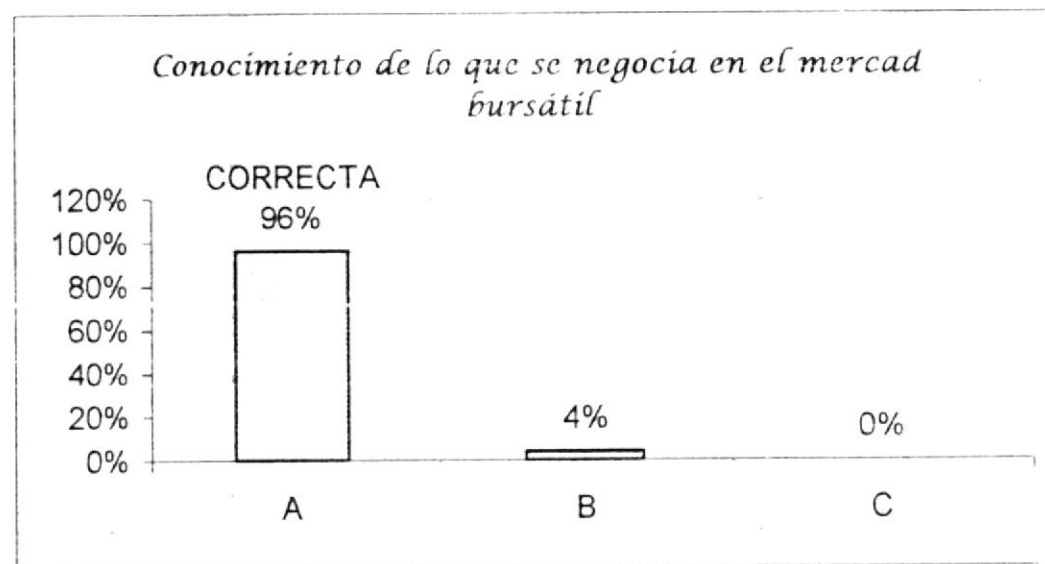
Podemos observar en el gráfico, que el 83% de Emisores Totales tienen una correcta concepción del mercado bursátil ya que coincidieron en que el mercado bursátil es donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones, por tanto este alto porcentaje nos indica que los empresarios saben distinguir este mercado de los demás.

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: M.J. Pazmiño
Fecha de Elaboración: Agosto 11/99
Lugar: Guayaquil



Gráfico 4.53. Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil

De acuerdo al gráfico el 96% de los encuestados conoce que en el mercado bursátil se negocian acciones, obligaciones, pagarés y bonos. Por lo tanto existe un gran conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil.



A: Acciones, obligaciones, pagarés y bonos.

B: Hipotecas, cupones, bonos.

C: Cheques a fecha, dinero.

Emisores Totales
No. 2

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

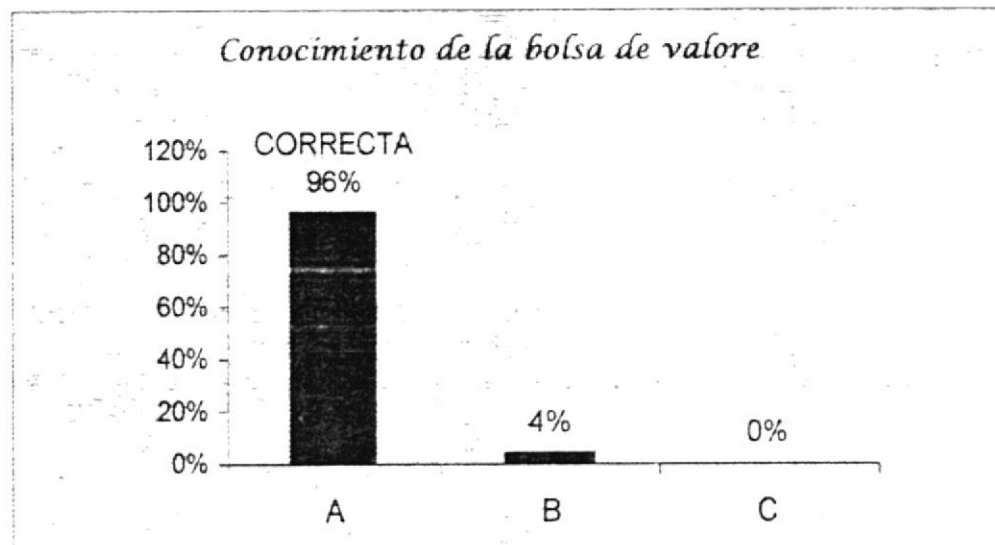
Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 11/99

Lugar: Guayaquil



Gráfico 4.54. Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores



Con esta pregunta demostramos que el 96% de los emisores totales tienen una definición clara de que es una Bolsa de Valores, de tal manera que el porcentaje de desconocimiento del concepto de Bolsa de Valores es muy bajo 4%. Esta información para nuestro estudio es importante ya que si no se parte de un concepto global de Bolsa de Valores y si no se manejan conceptos en común entre los emisores no se podrán desarrollar proyectos de profundidad para incentivar el desarrollo del mercado bursátil.

A: Mercado en el que participan intermediarios debidamente autorizados con el propósito de realizar operaciones de títulos de valores emitidos por empresas inscritas en ella.

B: Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas, además de brindar asesoría en materia de finanzas corporativas a las empresas.

C: Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones

Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 11/99

Lugar: Guayaquil

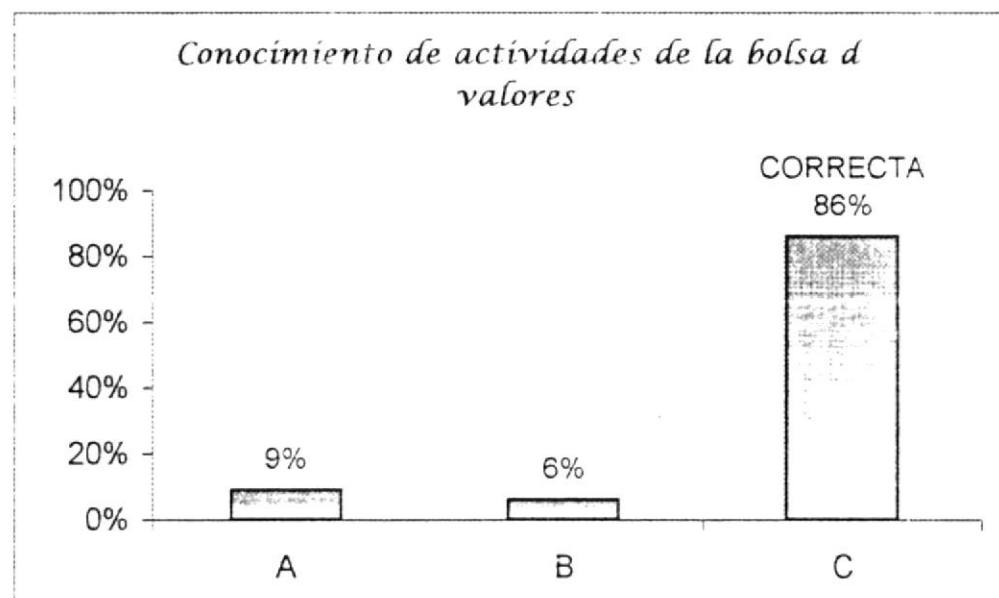
Emisores Totales
No. 3



ACEPTACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA B.V.G.

Gráfico 4.55. Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores

Un 86% de los encuestados acertaron al responder que las actividades que se realizan en una Bolsa de Valores es la compra y venta de títulos valores emitidos por empresas (emisores) y participan también intermediarios y operadores. El 15% no sabía con exactitud que actividad realiza con la B.V.G. confundiéndolas con las actividades de servicios bancarios de cualquier institución financiera.



A: Negociar Acciones

B: Proveer servicios financieros y bancarios para los bancos privados y públicos en el país

C: Compra y o venta de títulos valores emitidos por empresas (emisoras) y participan también intermediarios y operadores.

Emisores Totales

No. 4

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G

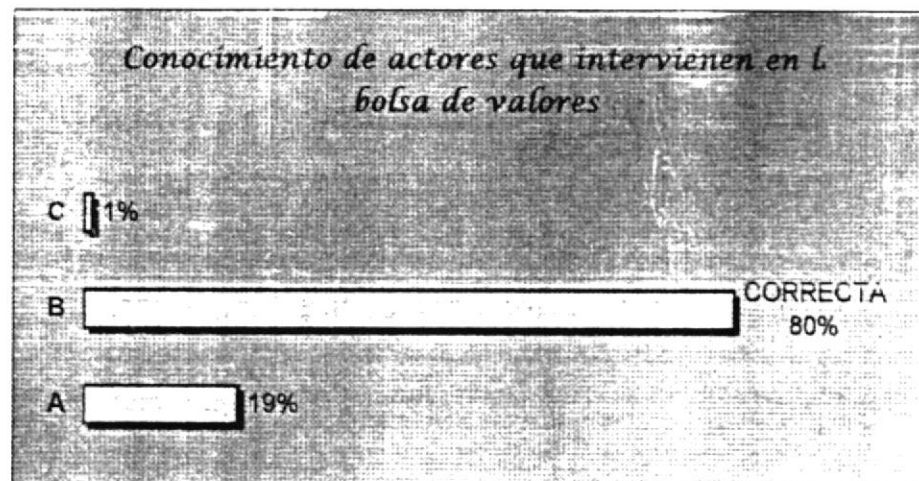
Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 11/99

Lugar: Guayaquil



Gráfico 4.56. Nivel de conocimiento de actores que intervienen en bolsa de valores

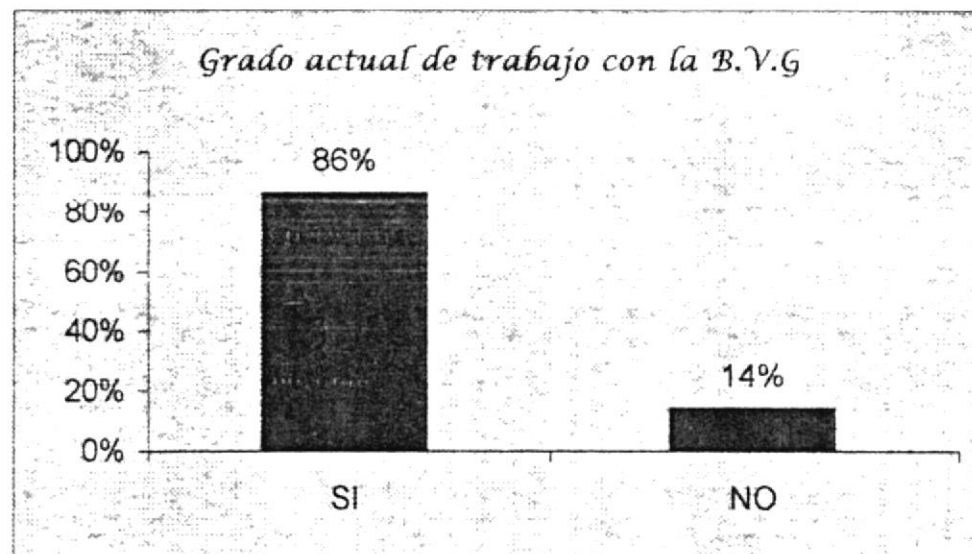


- A:** Gobierno, público en general y bancos
B: Operadores de valores y emisores.
C: Grandes y medianas empresas.

El 80% de los encuestados opinaron que los Operadores de Valores y emisores son los actores principales que intervienen en la BVG. El 20% restante calificaron incorrectamente a los actores que intervienen en las negociaciones de la bolsa de valores.

Gráfico 4.57. Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G.

Como podemos observar en el gráfico, el 86% de los emisores totales se encuentran trabajando actualmente con la B.V.G. Un 14% no lo hace por política de la institución, porque no tiene casa de valores, o trabaja temporalmente, otros trabajan con B.V.Q.

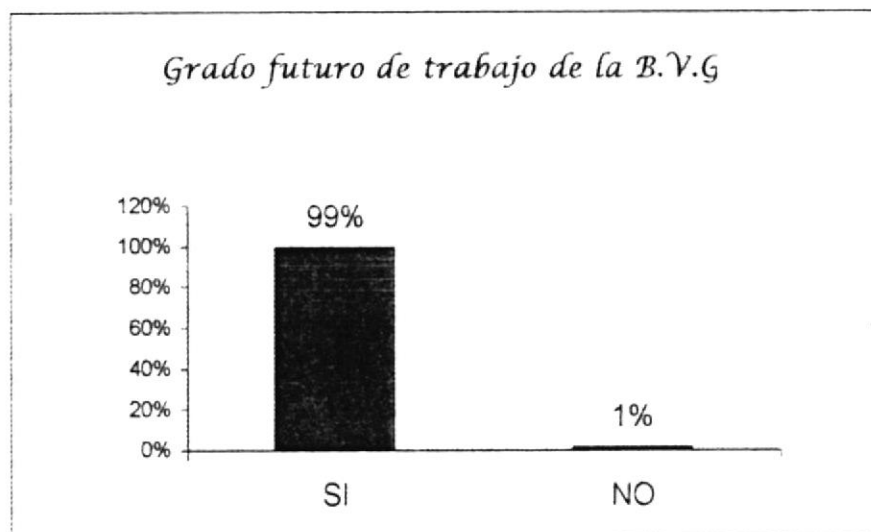


Emisores Totales
No. 6

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: M.J. Pazmiño
Fecha de Elaboración: Agosto 12/99
Lugar: Guayaquil

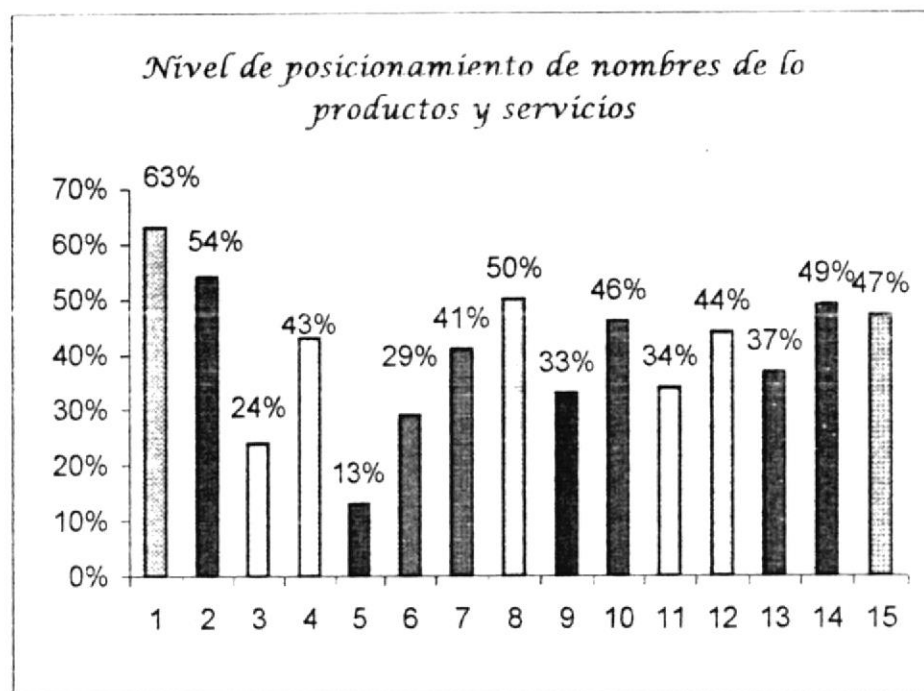


Gráfico 4.58. Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G.



De acuerdo al gráfico podemos observar que el 99% de los emisores totales van a seguir trabajando o trabajarán en el futuro con la BVG y un restante 1% opinó que no lo hará ni lo haría.

Gráfico 4.59. Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios



De acuerdo a los resultados podemos concluir que el producto o servicio que más han escuchado los emisores totales es un 63% la Rueda a viva voz seguido un 54% la Rueda Electrónica, con un 50% el informativo Al Cierre.

Emisores Totales
No. 8

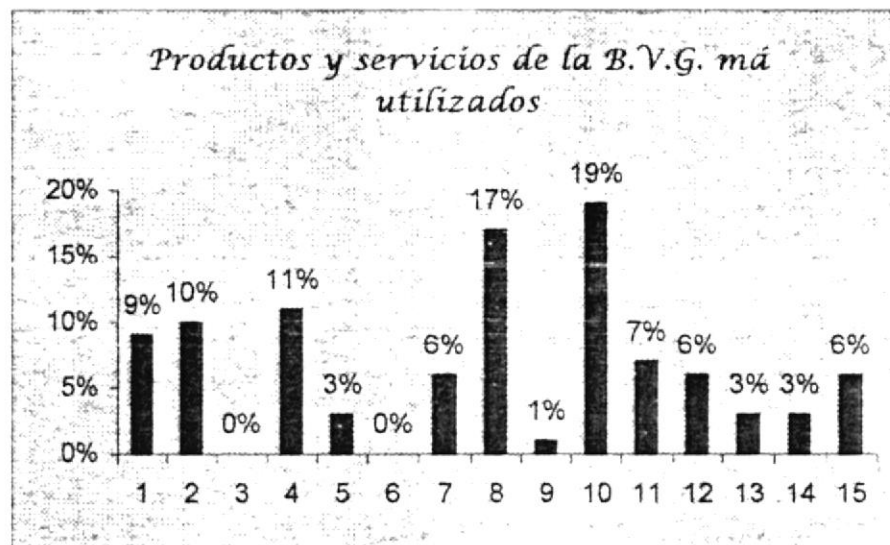
- 1 : Rueda a viva voz
- 2: Rueda electrónica
- 3: Compensación de saldos netos
- 4: Infobursátil
- 5: Módulo Valorizador
- 6: DECEVALE
- 7: Reuters
- 8: Al Cierre
- 9: Transparencia
- 10: Capital
- 11: Manual de Renta Fija
- 12: Diccionario Financiero y bursátil
- 13: Guía Didáctica del Merc. de Val.
- 14: Conferencia y Cursos de Capacitación
- 15: Internet

Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: M.J. Pazmiño
Fecha de Elaboración: Agosto 12/99
Lugar: Guayaquil



Gráfico 4.60. Productos y servicios de la B.V.G. más utilizados

Rueda a viva voz	1
Rueda electrónica	2
Compensación de saldos netos	3
Infobursátil	4
Módulo Valorizador	5
DECEVALTE	6
Reuters	7
Al Cierre	8
Transparencia	9
Capital	10
Manual de Renta Fija	11
Diccionario Financiero y bursátil	12
Guía Didáctica del Mercado de Valores	13
Conferencia y Cursos de Capacitación	14
Internet	15



Los productos o servicios que más han utilizado los emisores totales son con un 19% el Capital, un 17% mencionó que más ha utilizado Al Cierre, un 11% el Infobursátil y un 10% la Rueda Electrónica.

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 12/99

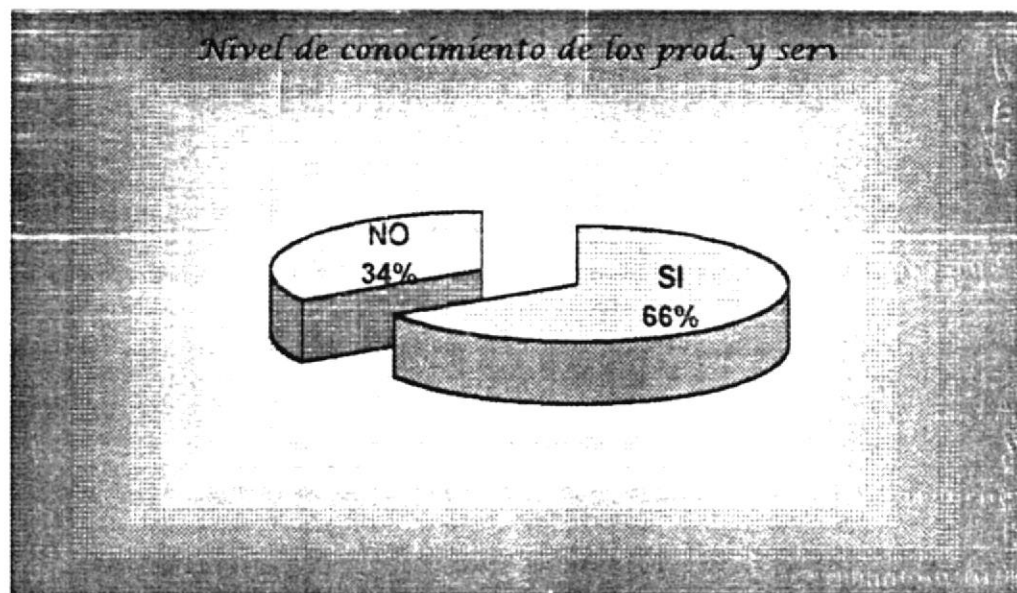
Lugar: Guayaquil

Emisores Totales

No. 9A



Gráfico 4.61. Nivel de conocimiento de los productos y servicios



Podemos observar que el 66% de los emisores totales conocen los productos y servicios que ofrece la BVG y que un 34% no lo tienen. Por lo tanto es importante que la BVG trabaje en proporcionar mayor información a los emisores totales sobre los productos y servicios de manera que aumente el nivel de conocimiento de los mismos.

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 13/99

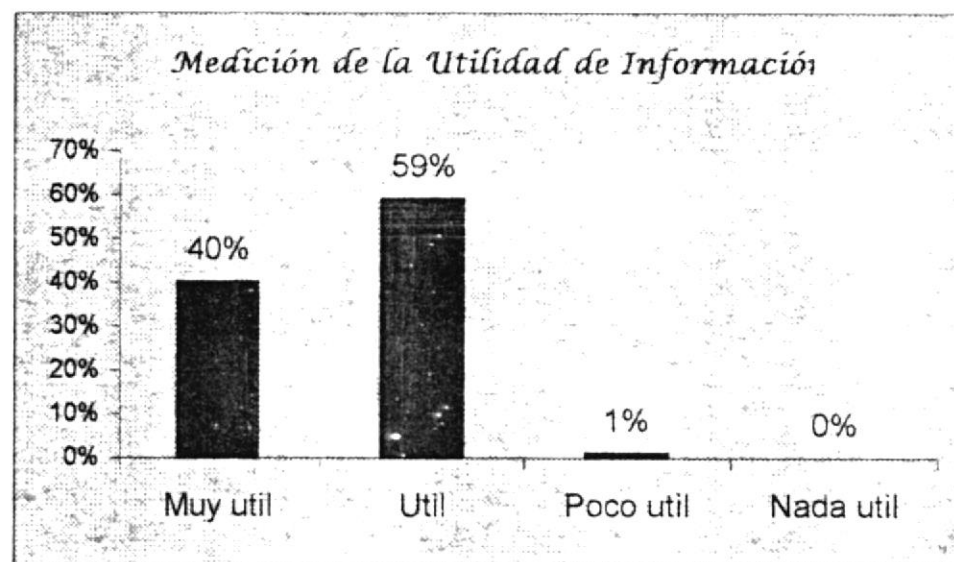
Lugar: Guayaquil



Gráfico 4.62. Medición de la utilidad de la información

El 59% de los emisores totales piensa que es Util la información brindada por los productos y/o servicios de la B.V.G.

Un 40% piensa que es Muy Util, por tanto el Índice de Utilidad de la Información de los productos y/o servicios de la B.V.G. es 8,17, por lo que se considera a la información como Util.

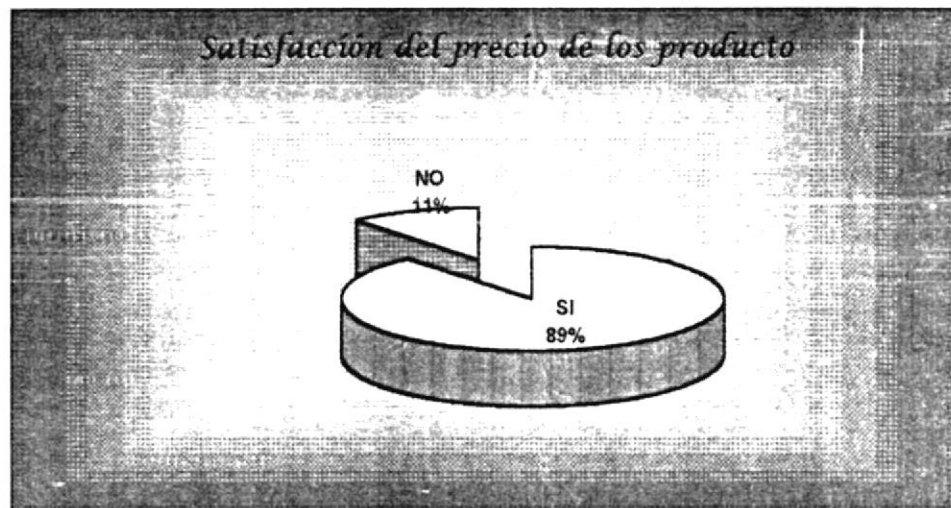


Emisores Totales
No. 10

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: MJ. Pazmiño
Fecha de Elaboración: Agosto 13/99
Lugar: Guayaquil



Gráfico 4.63. Satisfacción del precio de los productos y servicios



Se puede observar que un 89% de los encuestados se encuentra satisfecho con el precio de los productos y un 11% al contrario no lo está, por lo tanto la BVG debe informarles que la calidad de los productos y/o serv. supera el precio pagado por los clientes.

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

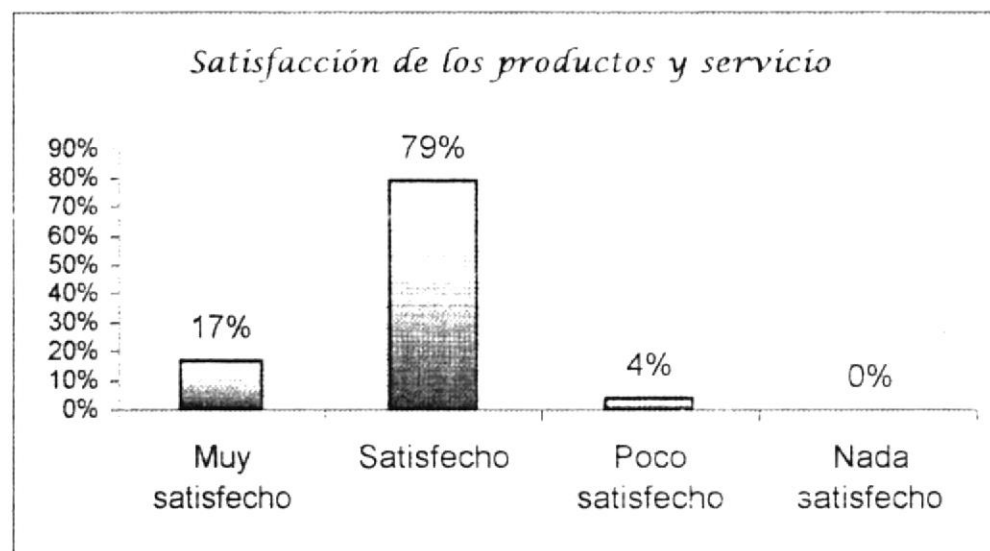
Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 13/99

Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.64. Satisfacción de los productos y servicios

Como podemos observar los emisores totales se encuentran en un 79% satisfechos con los productos y servicios que reciben de la BVG. Un 17% se encuentra muy satisfecho y un 4% se encuentra poco satisfecho. Por tanto el Índice de Satisfacción de los productos y servicios es 7,39 lo que indica que se debe trabajar para mejorar la satisfacción de los clientes.



Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

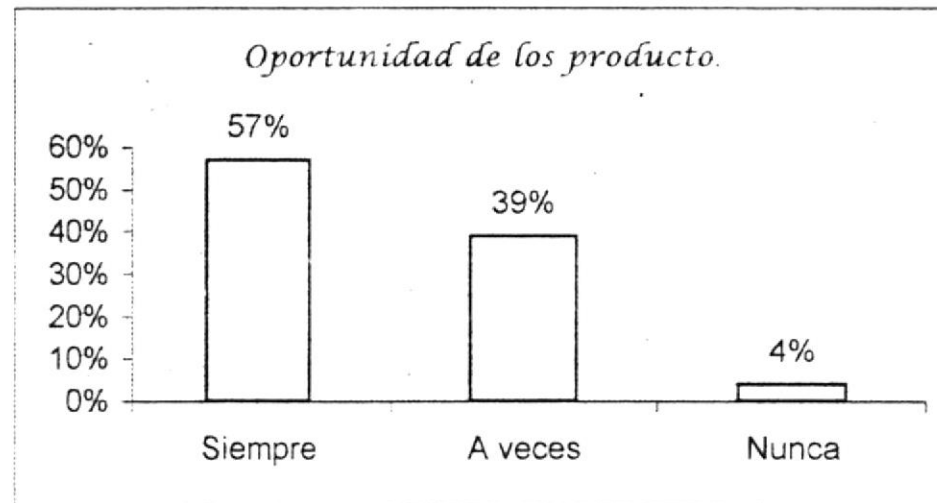
Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 13/99

Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.65. Oportunidad de los productos

De acuerdo a los resultados el 57% de los encuestados menciona que siempre reciben los productos cuando lo necesitan mientras que un 39% menciona que a veces lo recibe. El Índice de Oportunidad de los productos es 7,69. Es importante que la BVG mejore sus medios de envío de información hacia sus emisores debido a que se debe buscar mejorar la entrega para que aumente el porcentaje de emisores que reciban siempre el producto cuando lo necesite debido a que si no es así esto crea una mala imagen para la entidad.



Emisores Totales

No. 13

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 14/99

Lugar: Guayaquil



Grafico 4.66. Facilidad de comunicación con la B.V.G.

Un 93% de los encuestados menciona que se comunica fácilmente con la B.V.G. Mientras que un 7% dice que no lo logra.

Es importante que se tenga en cuenta la facilidad de comunicación sobre todo con los clientes que se encuentran fuera de Guayaquil, debido a que no se puede tener un contacto personal con ellos.

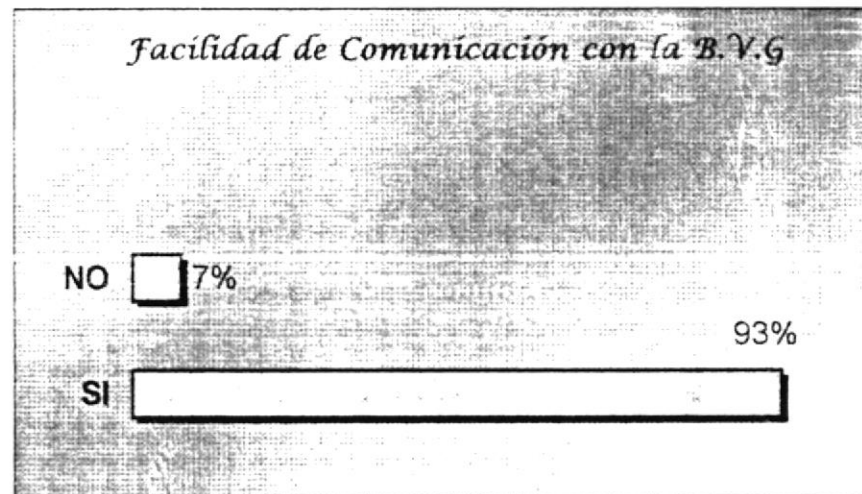
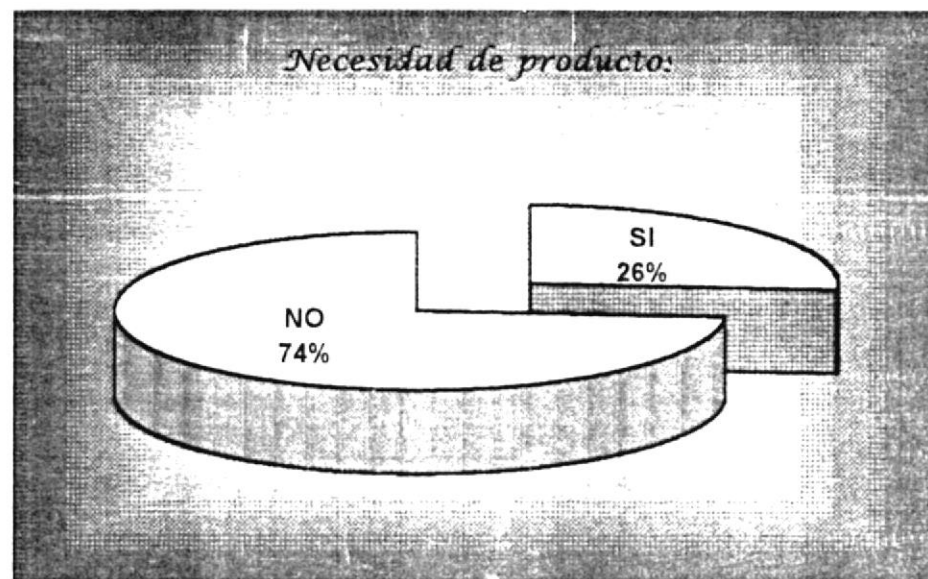


Gráfico 4.67. Necesidad de productos en los clientes

Un 74% de los emisores totales mencionó que no necesita ningún producto diferente al que le ofrece actualmente la B.V.G., mientras que un 26% dijo necesitar algunos productos o características adicionales para los mismos entre los que mencionamos:

- * Una mayor difusión
- * Informe de oferta y demanda del mercado
- * Información actualizada via monitores
- * Información de futuros de monedas.
- * Generar a través de colaterales.
- * Busque difusión de terceros.
- * Mas papeles de corto plazo.

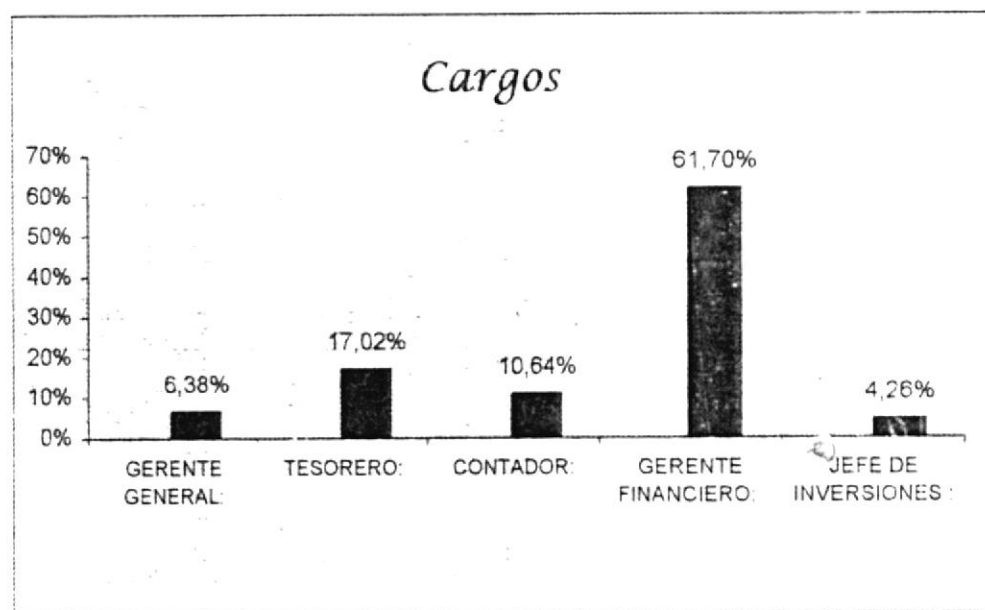


Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: MJ. Pazmiño
 Fecha de Elaboración: Agosto 14/99
 Lugar: Guayaquil

4.2.2.3.2 Gráficos y Análisis de Emisores de Guayaquil

Gráfico 4.68. Cargos de los ejecutivos de empresas Emisores Guayaquil

A continuación se presentan los cargos que ocupaban las personas que fueron encuestadas dentro de las empresas emisoras guayaquileñas:



Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazm.ño

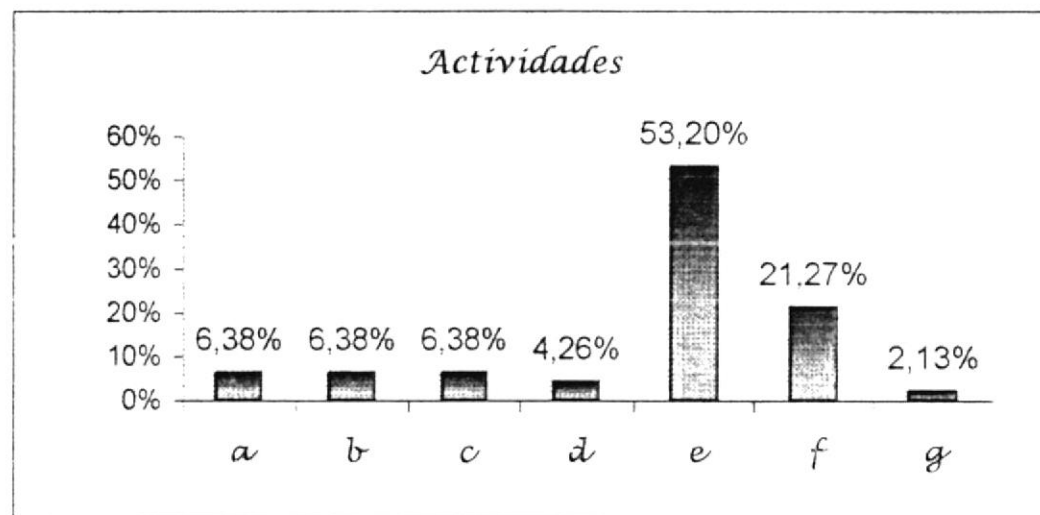
Fecha de Elaboración: Agosto 21/96

Lugar: Guayaquil



Gráfico 4.69. Actividades de empresas Emisores Guayaquil

A continuación se presentan las actividades de las empresas emisoras guayaquileñas encuestadas



- a* Agricultura, Caza, Silvicultura y Pesca
- b* Bienes Inmuebles, Electricidad, Gas y Agua
- c* Comercio al por mayor y al por menor, Restaurantes y Hoteles
- d* Construcción
- e* Establecimientos Financieros y Servicios Prestados a las Empresas
- f* Industrias Manufactureras
- g* Transportes, Almacenamiento y Comunicaciones

Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

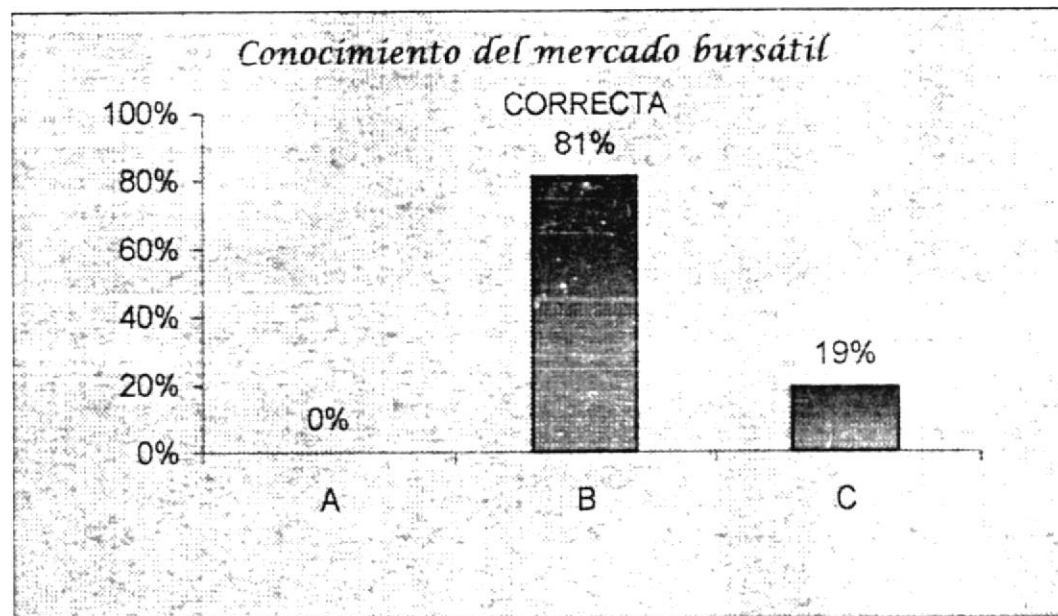
Fecha de Elaboración: Agosto 21/99

Lugar: Guayaquil



ACEPTACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA B.V.G.

Gráfico 4.70. Nivel de conocimiento del mercado bursátil



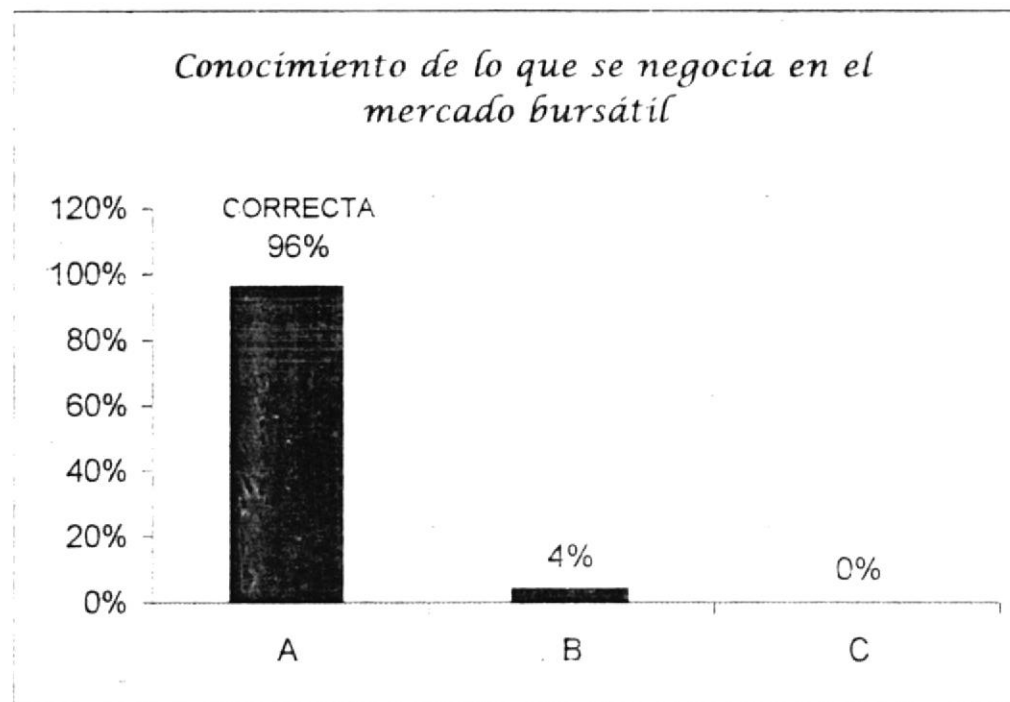
- A En donde las ventas se realizan a un precio superior al máximo autorizado por la ley.
- B En donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones.
- C Un conjunto de instituciones financieras que realizan la oferta y demanda de préstamos financieros.

Podemos observar en el gráfico que el 81% Emisores Guayaquil tienen una correcta concepción del mercado bursátil ya que coincidieron en que el mercado bursátil es donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones, por tanto este alto porcentaje nos indica que los empresarios saben distinguir este mercado de los demás.

Cuadro 4.71. Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil

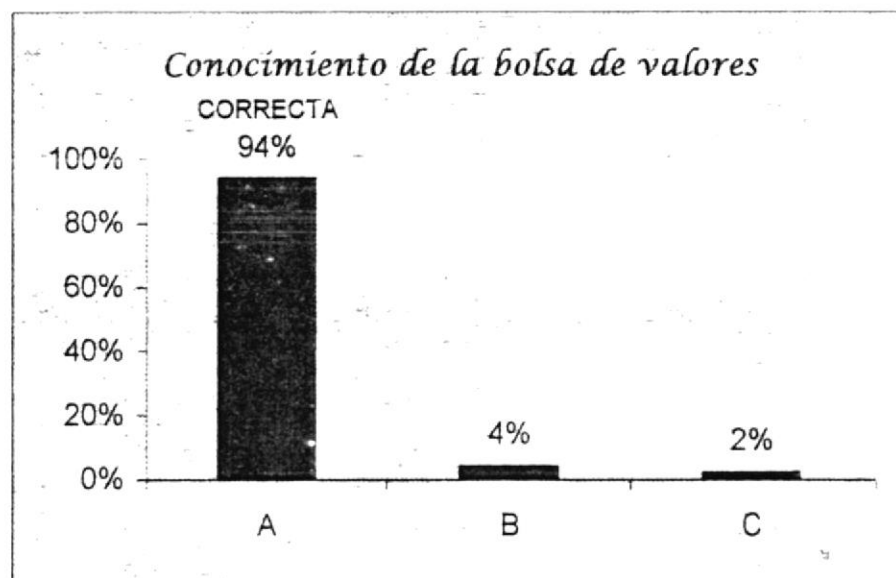


De acuerdo al gráfico el 96% de los encuestados conoce que en el mercado bursátil se negocian acciones obligaciones, pagarés y bonos . Por lo tanto existe un gran conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil.



- A Acciones, obligaciones, pagarés y bonos.
- B Hipotecas, cupones, bonos.
- C Cheques a fecha, dinero.

Gráfico 4.72. Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores



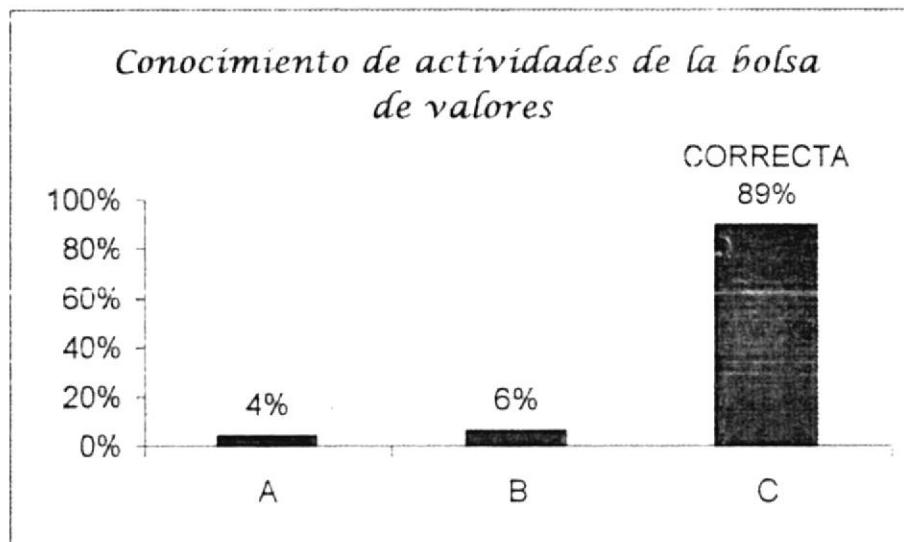
Con esta pregunta demostramos que el 94% del total emisores tienen una definición clara de que es una Bolsa de Valores, de tal manera que el porcentaje de desconocimiento del concepto de Bolsa de Valores es bajo 6%. Esta información para nuestro estudio es importante ya que si no se parte de un concepto global de Bolsa de Valores y si no se manejan conceptos en común entre los emisores no se podrán desarrollar proyectos de profundidad para incentivar el desarrollo del mercado bursátil.

Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: M.J. Pazmiño
 Fecha de Elaboración: Agosto 21/99
 Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.73. Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores

Un 89% de los encuestados acertaron al responder que las actividades que se realizan en una Bolsa de Valores es la compra y venta de títulos valores emitidos por empresas (emisoras) y participan también intermediarios y operadores.

El 10% no sabía con exactitud que actividad realiza la B.V.G. confundiéndolas con las actividades de servicios bancarios de cualquier institución financiera.



- A Negociar Acciones
- B Proveer servicios financieros y bancarios para los bancos privados y públicos en el país
- C Compra y o venta de títulos valores emitidos por empresas (emisoras) y participan también intermediarios y operadores.

Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 21/99

Lugar: Guayaquil

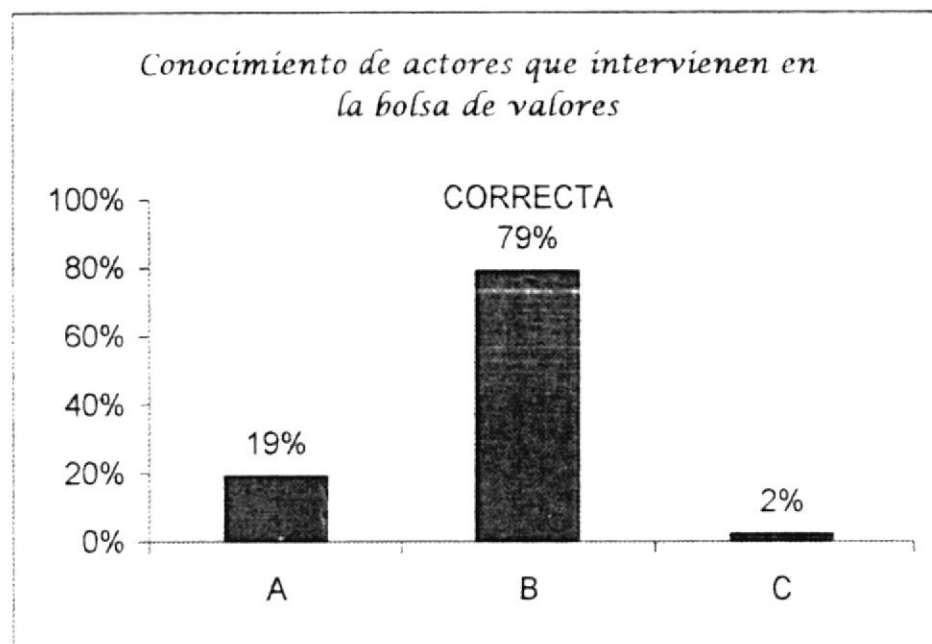
EMISORES GUAYAQUIL

No. 4



ACEPTACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA B.V.G.

Gráfico 4.74. Nivel de conocimiento de actores que intervienen en bolsa de valores



- A Gobierno, público en general y bancos
- B Operadores de valores y emisores.
- C Grandes y medianas empresas.

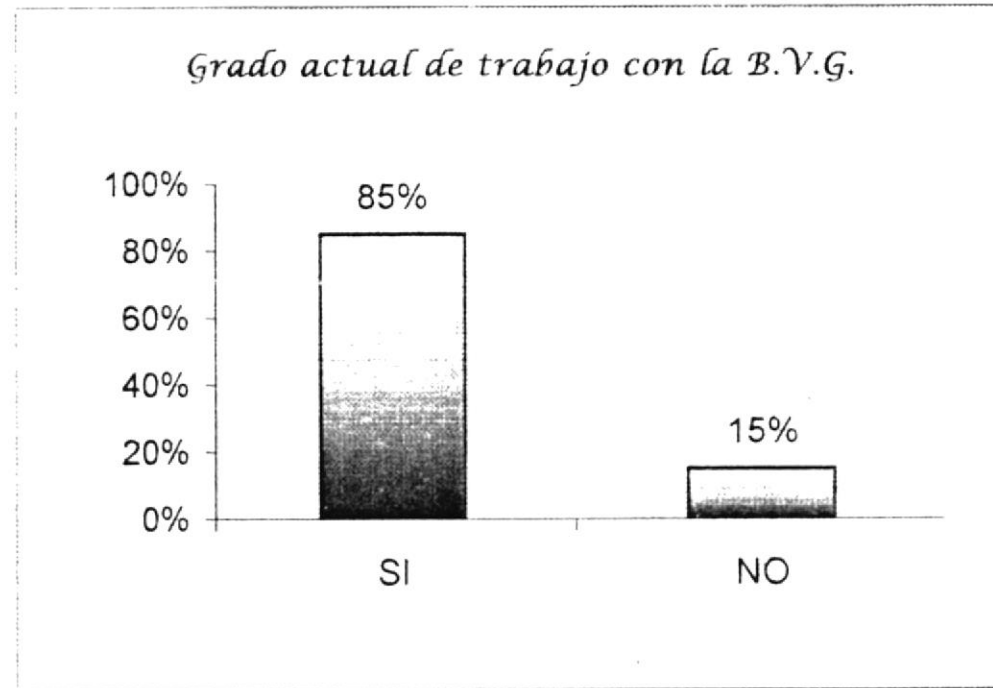
El 79% de los encuestados opinaron que los Operadores de Valores y emisores son los actores principales que intervienen en la BVG. Un 20% de emisores totales contestaron incorrectamente. Por lo tanto la BVG debe brindar información para dar a conocer la bolsa de valores.

Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: M.J. Pazmiño
 Fecha de Elaboración: Agosto 21/99
 Lugar: Guayaquil



Cuadro 4.75. Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G.

Como podemos observar en el gráfico, el 85% de los emisores guayaquil se encuentran trabajando actualmente con la B.V.G. El 15% no trabaja actualmente debido a que no tienen Casa de Valores, por política de la institución o porque solo trabaja temporalmente.



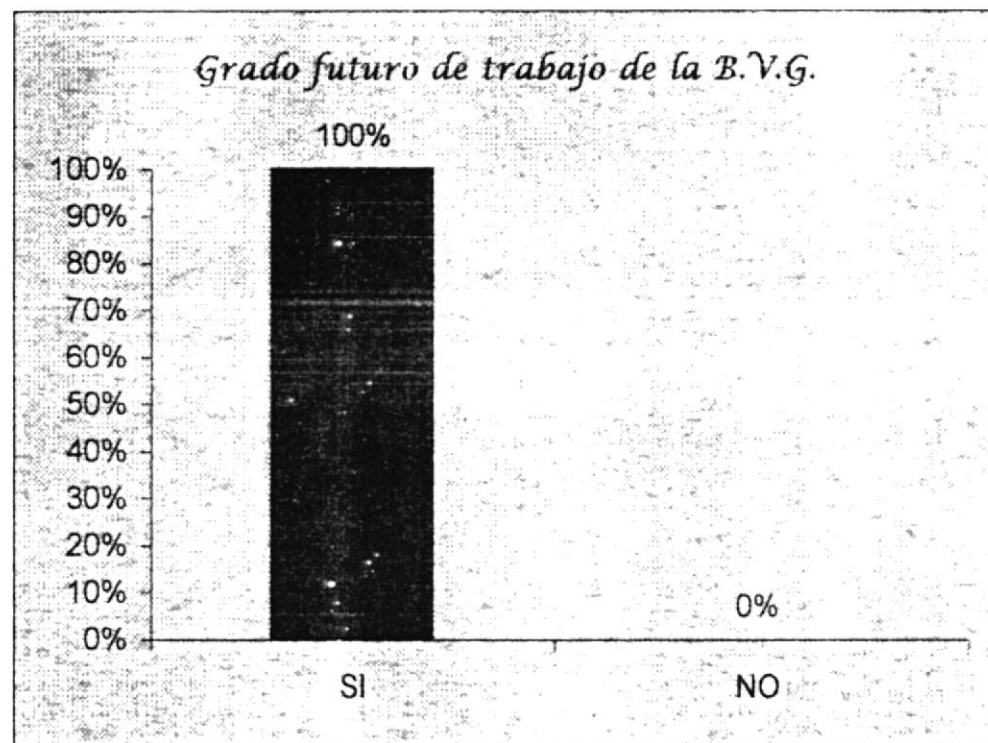
Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 22/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.7b. Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G.



De acuerdo al gráfico podemos observar que el 100% de los emisores guayaquil van a seguir trabajando o trabajarán en el futuro con BVG.

Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: M.J. Pazmiño
 Fecha de Elaboración: Agosto 22/99
 Lugar: Guayaquil

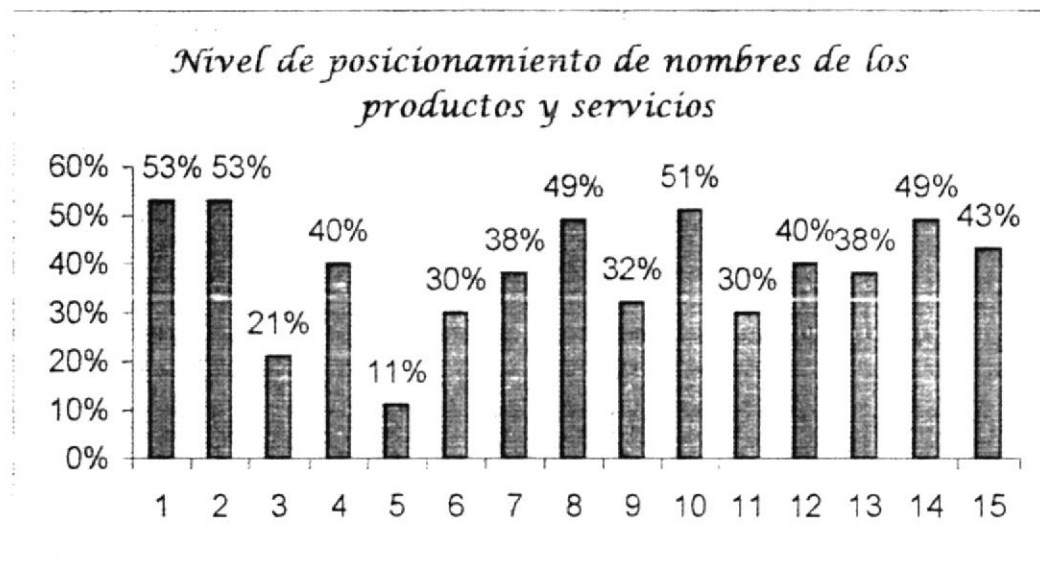
EMISORES GUAYAQUIL

No. 7



ASOCIACIÓN DE LOS PRODUCTORES Y SERVIDORES DE LA B.V.G.

Cuadro 4.77. Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios



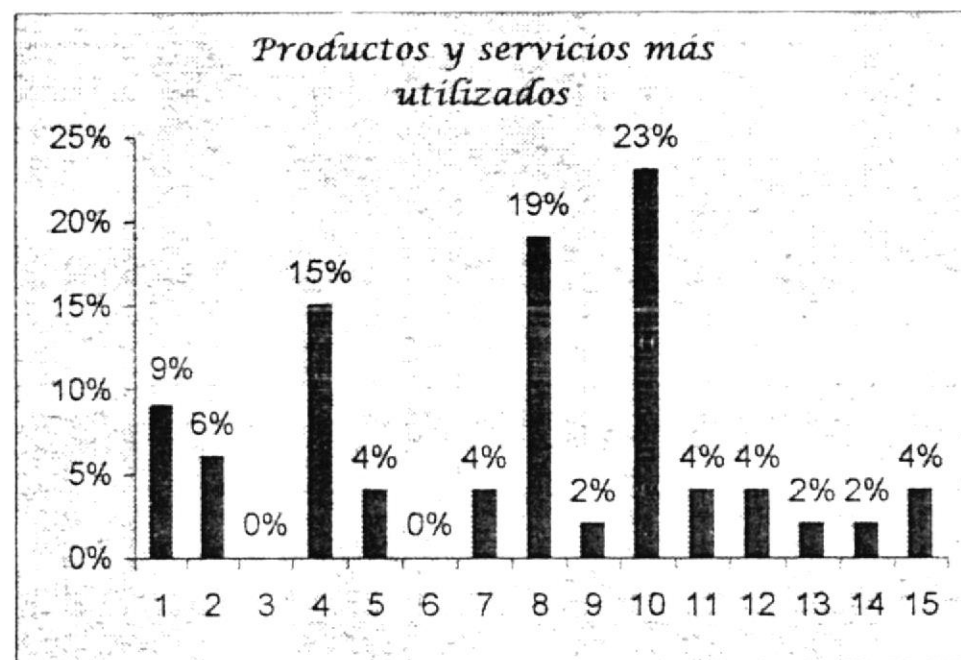
- 1: Rueda a viva voz
- 2: Rueda electrónica
- 3: Compensación de saldos netos
- 4: Infobursatil
- 5: Módulo Valorizador
- 6: DECEVALE
- 7: Reuters
- 8: Al Cierre
- 9: Transparencia
- 10: Capital
- 11: Manual de Renta Fija
- 12: Diccionario Financiero y bursatil
- 13: Guía Didáctica del Merc. de Val.
- 14: Conferencia y Cursos de Capacitac.
- 15: Internet

De acuerdo a los resultados podemos concluir que el producto o servicio que los emisores guayaquileños más han escuchado es un 53% la Rueda a viva voz y la Rueda Electrónica seguido 51% por el Capital.

Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G
 Elaborado por: M.J. Pazmiño
 Fecha de Elaboración: Agosto 22/99
 Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.78. Productos y servicios más utilizados

- 1 Rueda a viva voz
- 2 Rueda electrónica
- 3 Compensación de sald netos
- 4 Infobursátil
- 5 Módulo Valorizador
- 6 DECEVALE
- 7 Reuters
- 8 Al Cierre
- 9 Transparencia
- 10 Capital
- 11 Manual de Renta Fija
- 12 Diccionario Financiero y bursátil
- 13 Guía Didáctica del Mercado de Va
- 14 Conferencia y Cursos de Capacitac.
- 15 Internet



Los productos o servicios que más han utilizado los emisores guayaquileños son con un 23% el Capital seguido con un 19% Al Cierre y con un 15% Infobursátil.

Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 22/99

Lugar: Guayaquil

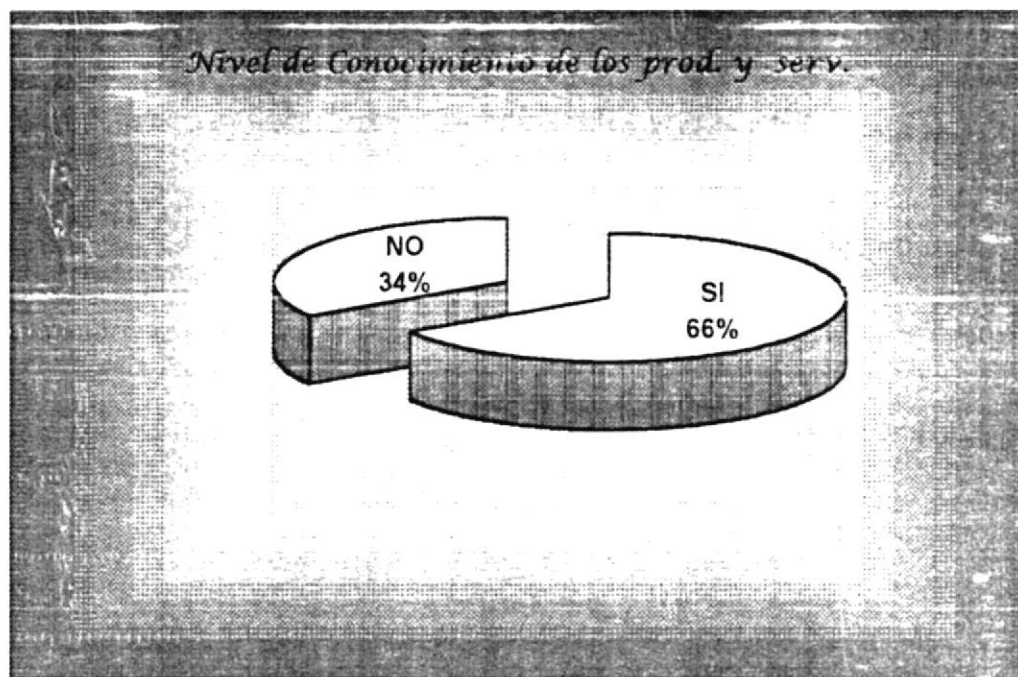
EMISORES GUAYAQUIL

No. 9A



ASOCIACIÓN DE LOS PRODUCTORES Y SERVICIOS DE LA B.V.G.

Gráfico 4.79. Nivel de conocimiento de los productos y servicios



Podemos observar que el 66% de los emisores guayaquil conocen los productos y servicios que ofrece la BVG y que un 34% no. Por lo tanto es importante que la BVG trabaje en proporcionar mayor información a los emisores guayaquil sobre los productos y servicios de manera que aumente el nivel de conocimiento de los mismos.

Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 22/99

Lugar: Guayaquil

EMISORES GUAYAQUIL

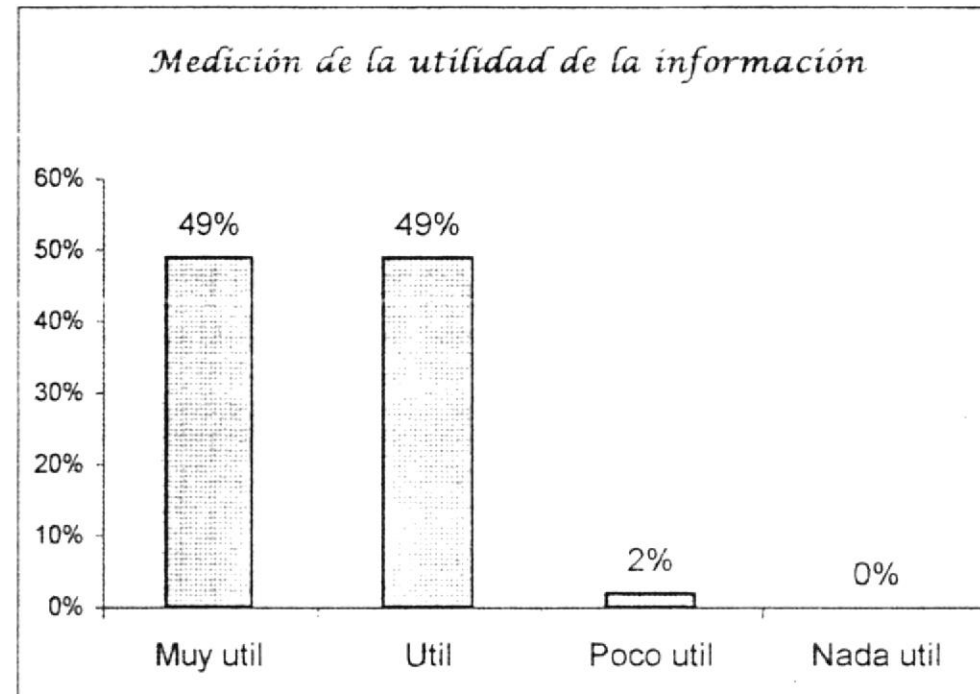
No. 9B



ACEPTACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA BVG

Gráfico 4.80. Medición de la utilidad de la información

El 49% de los emisores guayaquil piensa que es Muy útil la información brindada por los productos y/o servicios de la B.V.G.
En el mismo porcentaje piensan que es Util la información.
Por tanto el Índice de Utilidad de la Información de los productos y/o servicios de la B.V.G. es 8,41.
por lo que se considerará a la información como útil.



Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 22/99

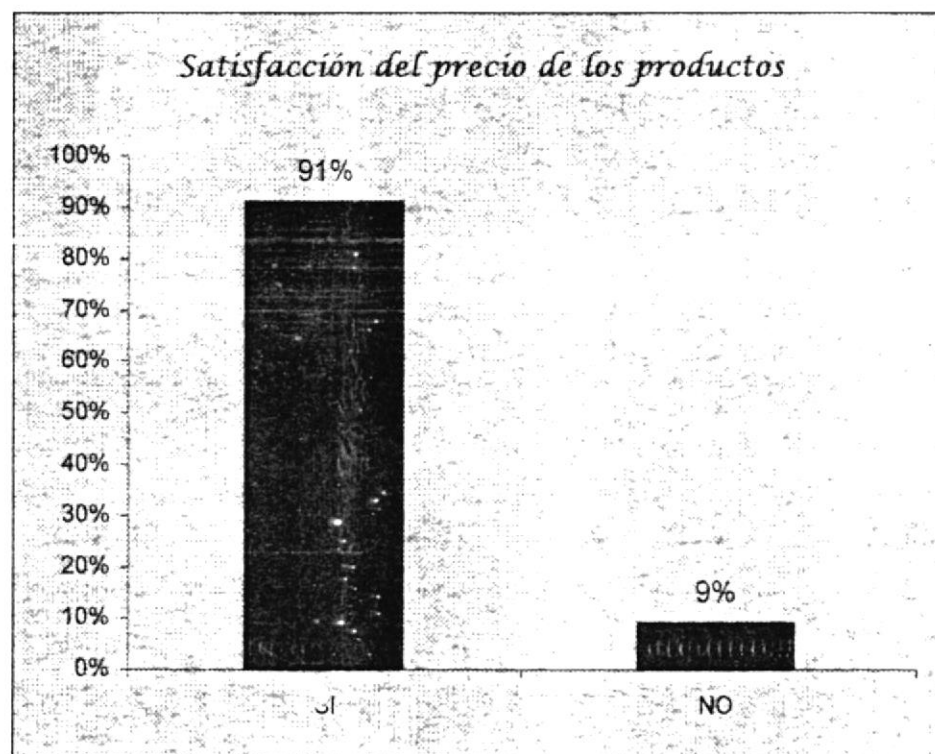
Lugar: Guayaquil

EMISORES GUAYAQUIL

No. 10



Gráfico 4.81. Satisfacción del precio de los productos y servicios



Se puede observar que un 90% de los encuestados se encuentra satisfecho con el precio de los productos y un 9% no lo está. Por tanto la BVG ofrece un precio que es aceptado por los emisores guayaquileños.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 22/99

Lugar: Guayaquil

EMISORES GUAYAQUIL

No. 11

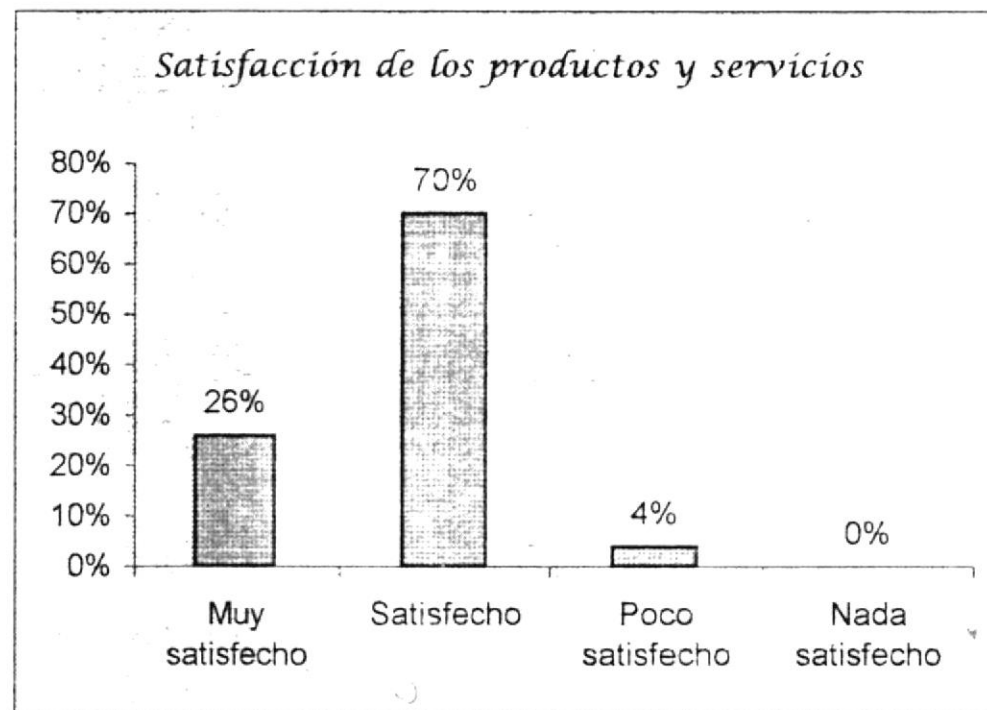


ACEPTACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA B.V.G

Gráfico 4.82. Satisfacción de los productos y servicios

Como podemos observar el 70% de los emisores guayaquil se encuentran satisfechos con los productos y servicios que reciben de la B.V.G. y un 26% señala estar muy satisfecho.

Por tanto el Índice de Satisfacción de los Productos y Servicios es 7,66.



Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

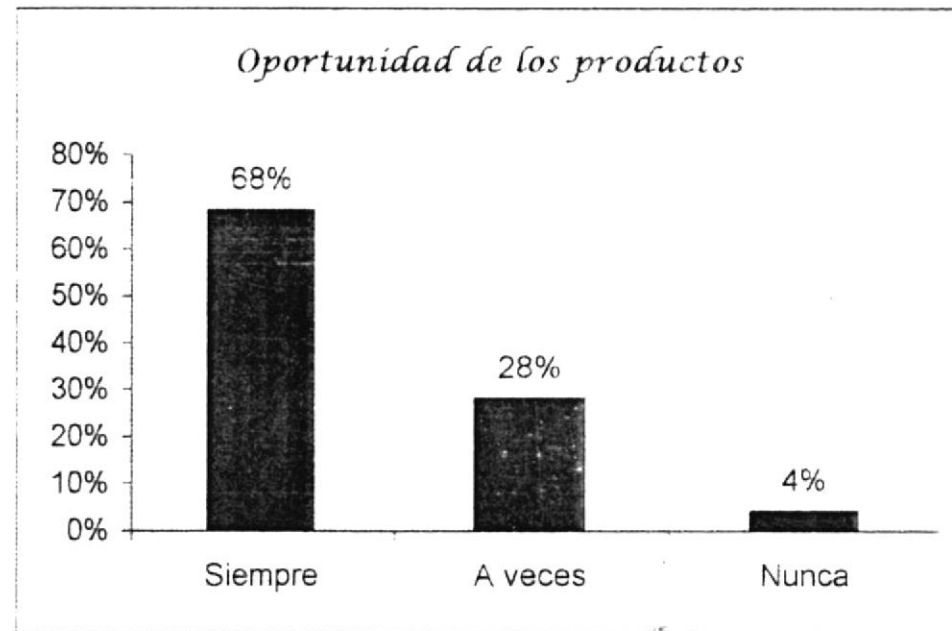
Fecha de Elaboración: Agosto 22/99

Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.83. Oportunidad de los productos

De acuerdo a los resultados el 68% de los encuestados menciona que siempre reciben los productos cuando lo necesitan y un 28% menciona que a veces lo recibe cuando lo necesita, y un 4% que menciona que nunca lo recibe.

Es importante que la B.V.G. mejore sus medios de envío de información debido a que se debe buscar mejorar la entrega para que aumente el porcentaje de emisores que siempre reciben el producto cuando lo necesitan con el fin de crear una buena imagen para la entidad. El Índice de Oportunidad de los productos es 8,24.



Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G

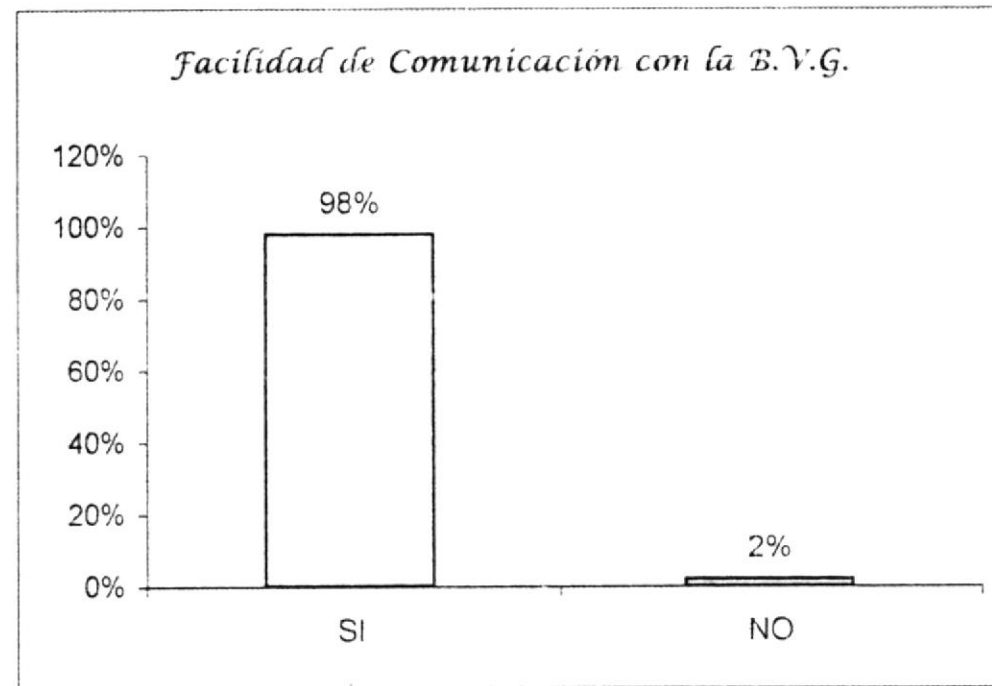
Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 22/99

Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.84. Facilidad de comunicación con la B.V.G.

Un 98% de los encuestados menciona que se comunica fácilmente con la B.V.G. Mientras que un 2% dice que no lo logra. Es importante que se tenga en cuenta la facilidad de comunicación con los clientes, para poder satisfacerlos.

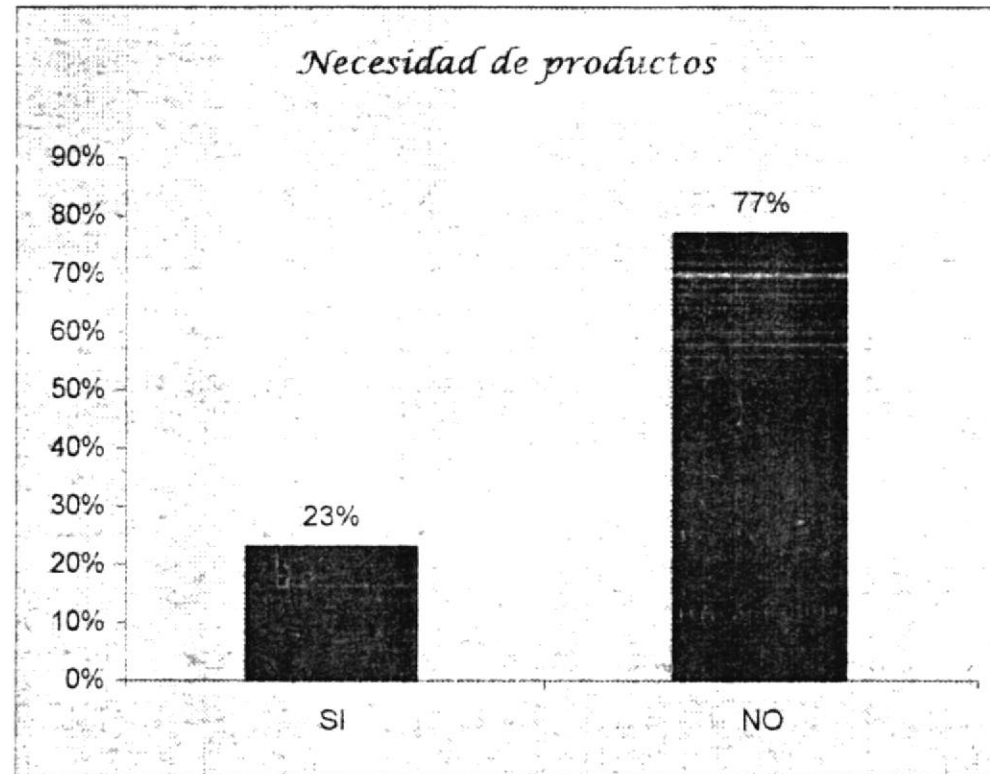


Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: M.J. Pazmiño
 Fecha de Elaboración: Agosto 23/99
 Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.85. Necesidad de productos en los clientes

Un 77% de los emisores guayaquil mencionó que no necesita ningún producto diferente al que le ofrece actualmente la B.V.G., mientras que un 23% dijo necesitar algunos productos o características adicionales para los mismos entre los que mencionamos:

- * Una mayor difusión
- * Informe de oferta y demanda del mercado
- * Información actualizada via monitores
- * Información de futuros de monedas.
- * Generar a través de colaterales.
- * Busque difusión de terceros.
- * Promoción al exterior



Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

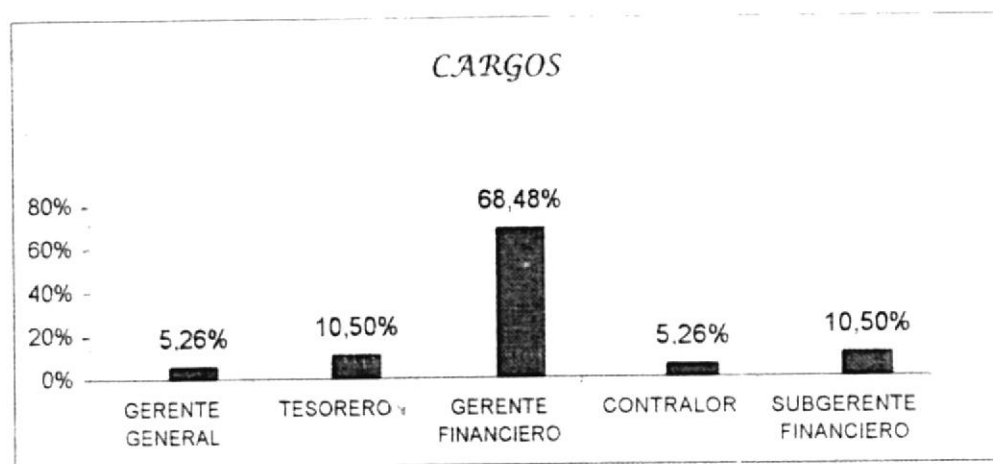
Fecha de Elaboración: Agosto 23/99

Lugar: Guayaquil

4.2.2.3.3 Gráficos y Análisis de Emisores de Quito

Gráfico 4.86. Cargos de los ejecutivos de empresas Emisores Quito

A continuación se presentan los cargos que ocupaban las personas que fueron encuestadas dentro de las empresas emisoras quiteñas:



Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G

Elaborado por: M.J. Pazmiño

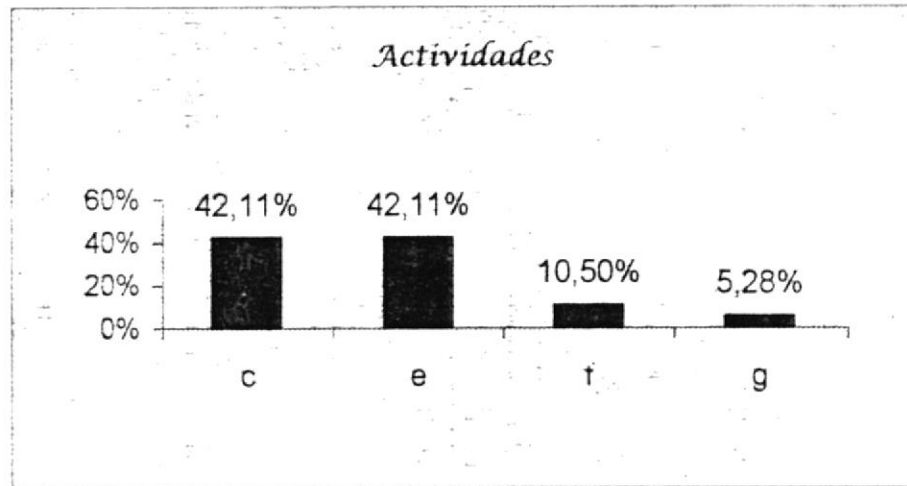
Fecha de Elaboración: Agosto 01/99

Lugar: Quito



Gráfico 4.87. Actividades de empresas Emisores Totales

A continuación se presentan las actividades de las empresas emisoras quiteñas encuestadas



- c* Comercio al por mayor y al por menor, Restaurantes y Hoteles
- e* Establecimientos Financieros y Servicios Prestados a las Empresas
- f* Industrias Manufactureras
- g* Transportes, Almacenamiento y Comunicaciones

Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 01/99

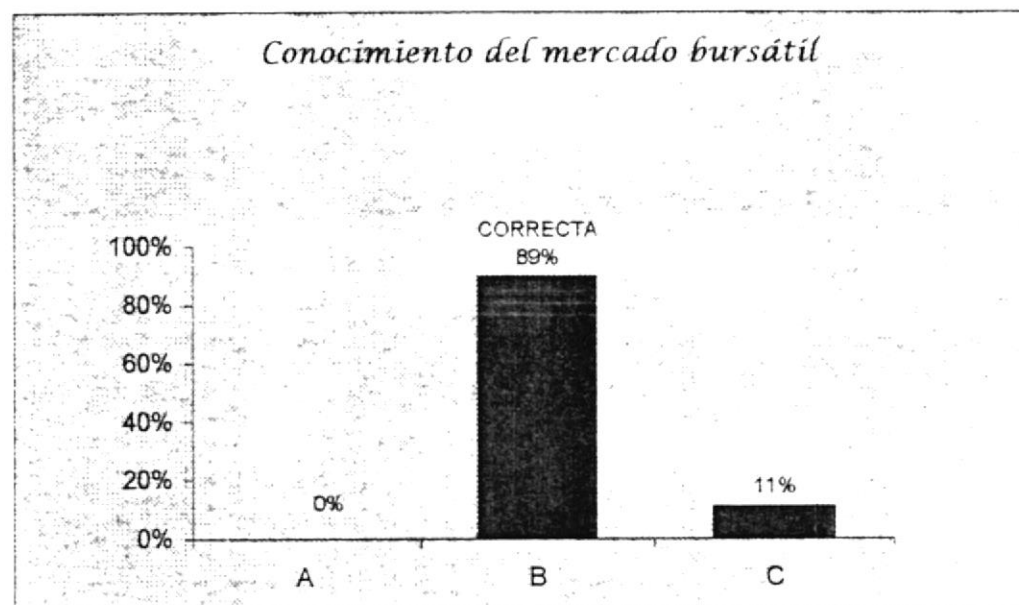
Lugar: Quito



Gráfico 4.88. Conocimiento del mercado bursátil



Podemos observar en el grafico. que el 89% de Emisores Quiteños tienen una correcta concepción del mercado bursátil ya que coincidieron en que el mercado bursátil es donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones, por tanto este alto porcentaje nos indica que los empresarios saben distinguir este mercado de los demás.



A: En donde las ventas se realizan a un precio superior al máximo autorizado por la ley.

B: En donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones.

C: Un conjunto de instituciones financieras que realizan la oferta y demanda de préstamos financieros.

Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 01/99

Lugar: Quito

EMISORES QUITO

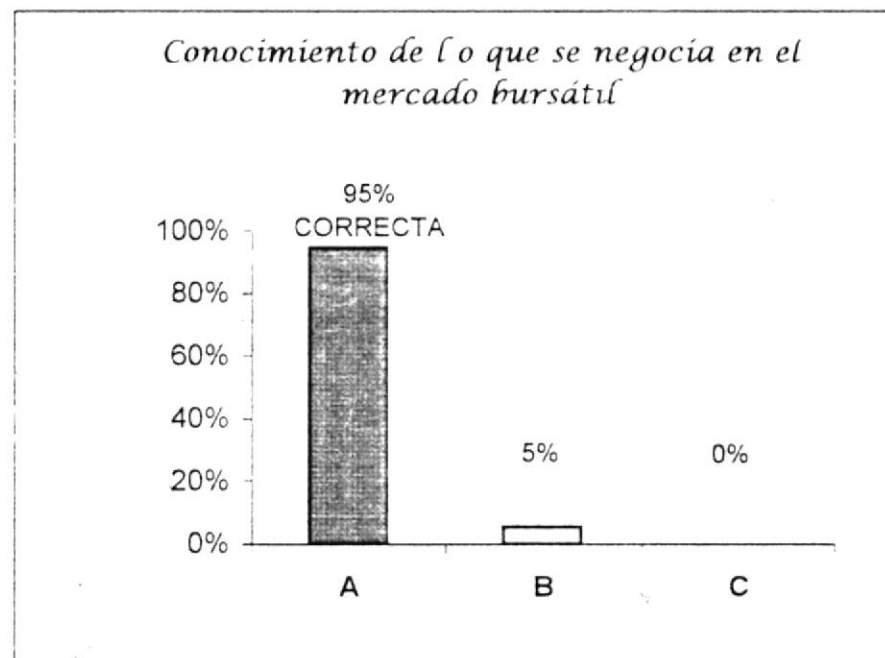
No. 1

Gráfico 4.89. Conocimiento del mercado bursátil



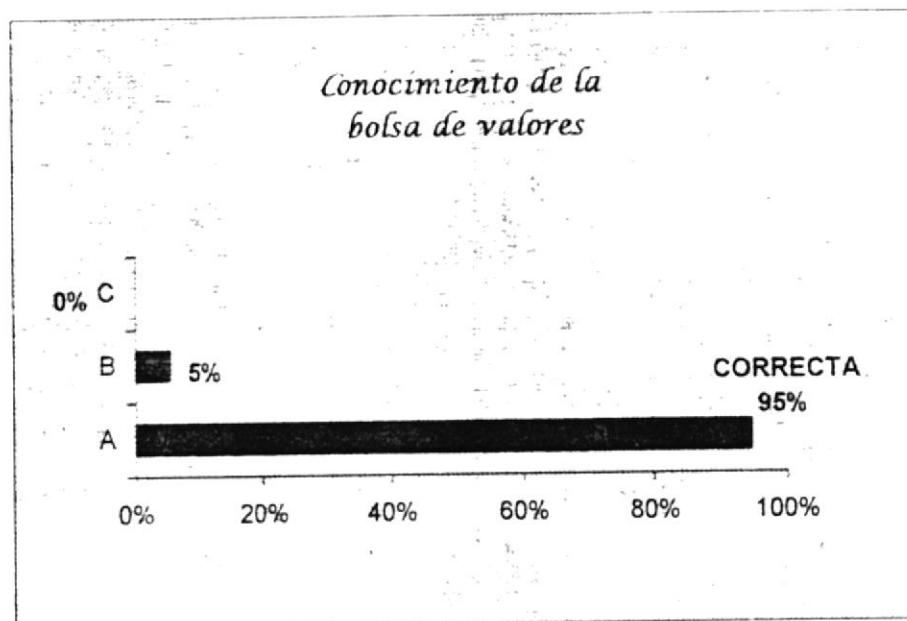
De acuerdo al gráfico el 95% de los encuestados conoce que en el mercado bursátil se negocian acciones obligaciones, pagares y bonos . Fueron muy pocas las personas que tenían una opinion equivocada debido a que solamente un 5% de emisores quiteños no conocen ni se han preocupado por conocer el mercado bursátil y su movimiento.

- A:** Acciones, obligaciones, pagarés y bonos.
B: Hipotecas, cupones, bonos.
C: Cheques a fecha, dinero.



Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: MJ. Pazmiño
 Fecha de Elaboración: Agosto 01/99
 Lugar: Quito

Gráfico 4.90. Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores



Con esta pregunta demostramos que el 95% de los emisores quiteños tienen una definición clara de lo que es una Bolsa de Valores, de tal manera que el porcentaje de desconocimiento del concepto de Bolsa de Valores es muy bajo 5%. Esta información para nuestro estudio es importante ya que si no se parte de un concepto global de Bolsa de Valores y si no se manejan conceptos en común entre los emisores no se podrán desarrollar proyectos de profundidad para incentivar el desarrollo del mercado bursátil.

A: Mercado en el que participan intermediarios debidamente autorizados con el propósito de realizar operaciones de títulos de valores emitidos por empresas inscritas en ella.

B: Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas, además de brindar asesoría en materia de finanzas corporativas a las empresas.

C: Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 01/99

Lugar: Quito

EMISORES QUITO

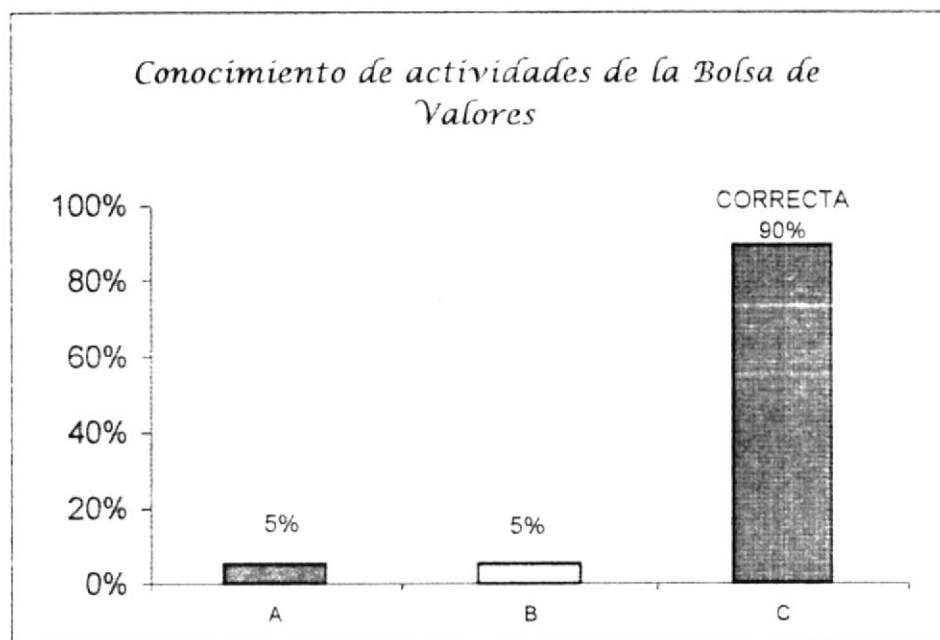
Nº. 3



Gráfico 4.91. Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores

Un 90% de los encuestados acertaron al responder que las actividades que se realizan en una Bolsa de Valores es la compra y venta de títulos valores emitidos por empresas (emisoras) y participan también intermediarios y operadores.

El 10% restante no sabía con exactitud que actividad realiza la BVG, confundiéndolas con las actividades de servicios bancarios de cualquier institución financiera.



A: Negociar Acciones

B: Proveer servicios financieros y bancarios para bancos privados y públicos

C: Compra y venta de títulos valores emitidos por empresas (emisoras) y participan también intermediarios y operadores.

EMISORES QUITO

No. 4

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

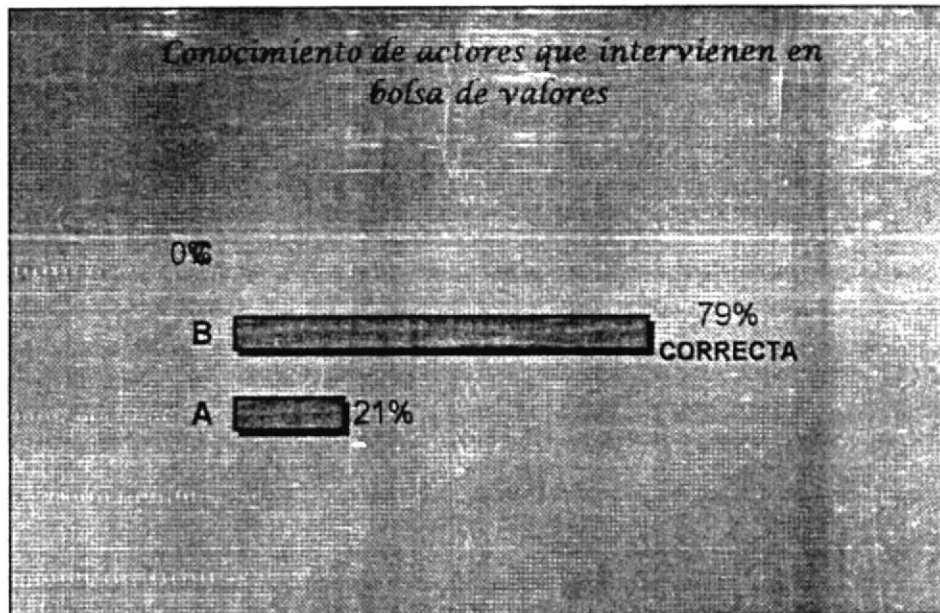
Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 02/99

Lugar: Quito



Gráfico 4.92. Nivel de conocimiento de actores que intervienen en bolsa de valores



- A:** Gobierno, público en general y bancos
B: Operadores de valores y emisores.
C: Grandes y medianas empresas.

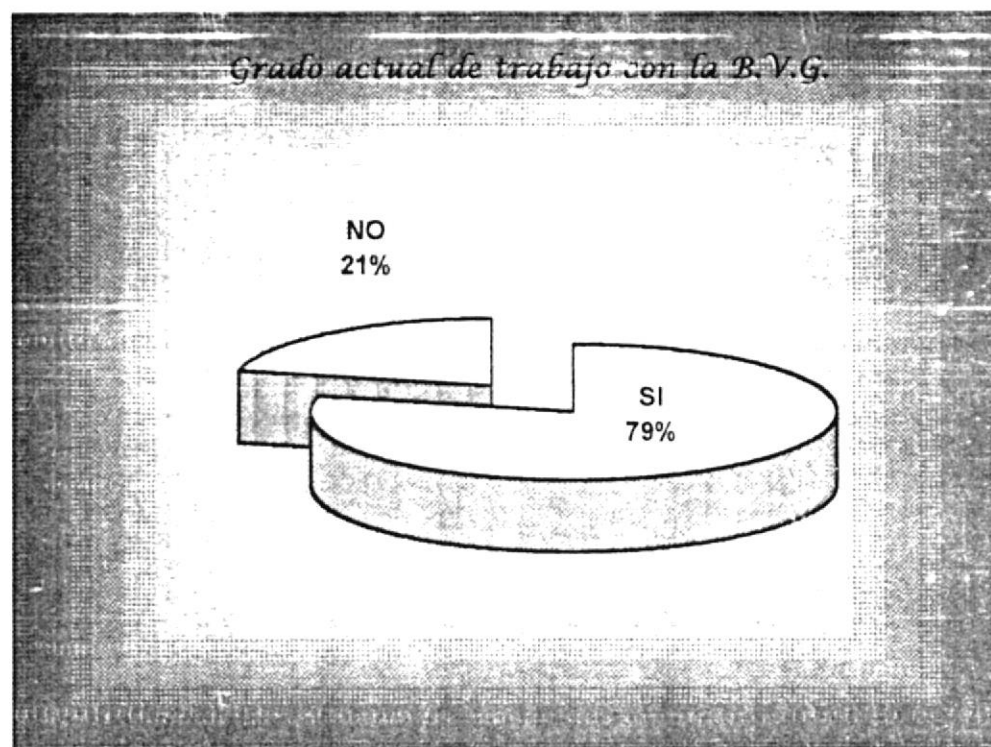
El 79% de los encuestados opinaron que los Operadores de Valores y emisores son los actores principales que intervienen en la BVG. El 21% restante opina que tanto el gobierno como el público en general actúa en forma directa con la BVG, es decir que no tienen una idea clara del funcionamiento de una Bolsa de Valores.

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: M.J. Pazmiño
 Fecha de Elaboración: Agosto 02/99
 Lugar: Quito



Gráfico 4.93. Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G.

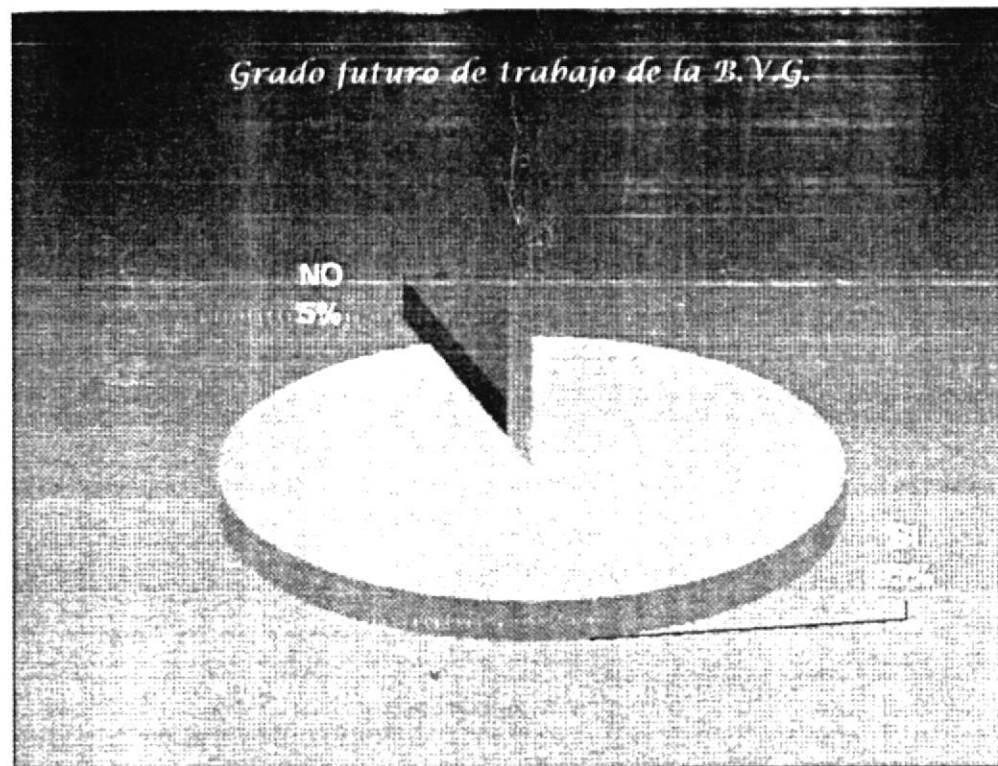
Como podemos observar en el gráfico, el 79% de los emisores quiteños se encuentran trabajando actualmente con la B.V.G. El restante 21% no trabaja actualmente, debido a que la mitad se encuentra trabajando con la B.V.Q. y la mitad restante no quiso responder al cuestionamiento.



Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: M.J. Pazmiño
 Fecha de Elaboración: Agosto 02/99
 Lugar: Quito

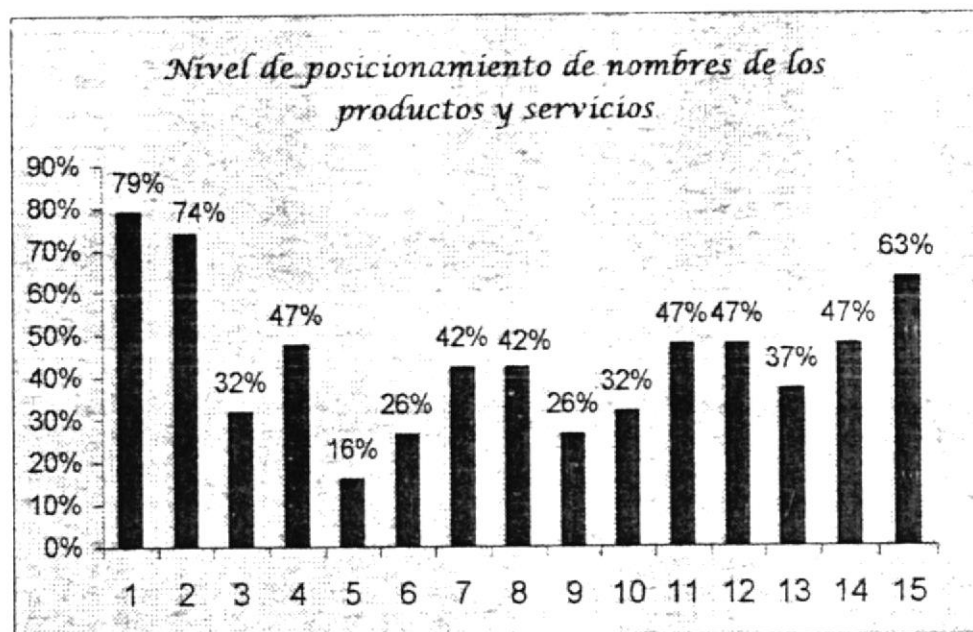
Gráfico 4.94. Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G.

De acuerdo al gráfico podemos observar que el 95% de los emisores quiteños van a seguir trabajando o trabajarán en el futuro con B.V.G. y un restante 5% opinó que no lo hará ni lo haría, por lo tanto podemos considerar a los emisores quiteños como un mercado futuro de trabajo.



Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: MJ. Pazmiño
 Fecha de Elaboración: Agosto 03/99
 Lugar: Quito

Gráfico 4.95. Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios



- 1 : Rueda a viva voz
- 2: Rueda electronica
- 3: Compensacion de sald netos
- 4: Infobursatil
- 5: Modulo Valorizador
- 6: DECEVALE
- 7: Reuters
- 8: Al Cierre
- 9: Transparencia
- 10: Capital
- 11: Manual de Renta Fija
- 12: Diccionario Financiero y bursatil
- 13: Guia Didactica del Merc. de Val.
- 14: Conferencia y Cursos de Capacitac.
- 15: Internet

De acuerdo a los resultados podemos concluir que el producto o servicio que más emisores quiteños han escuchado es un 79% la Rueda a viva voz seguido un 74% la Rueda Electrónica, encontrándose en tercer lugar con 63% la página Web en Internet.

Con estos resultados podemos aprovechar el posicionamiento de la página WEB para llegar a los emisores quiteños.

B.V.G.

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

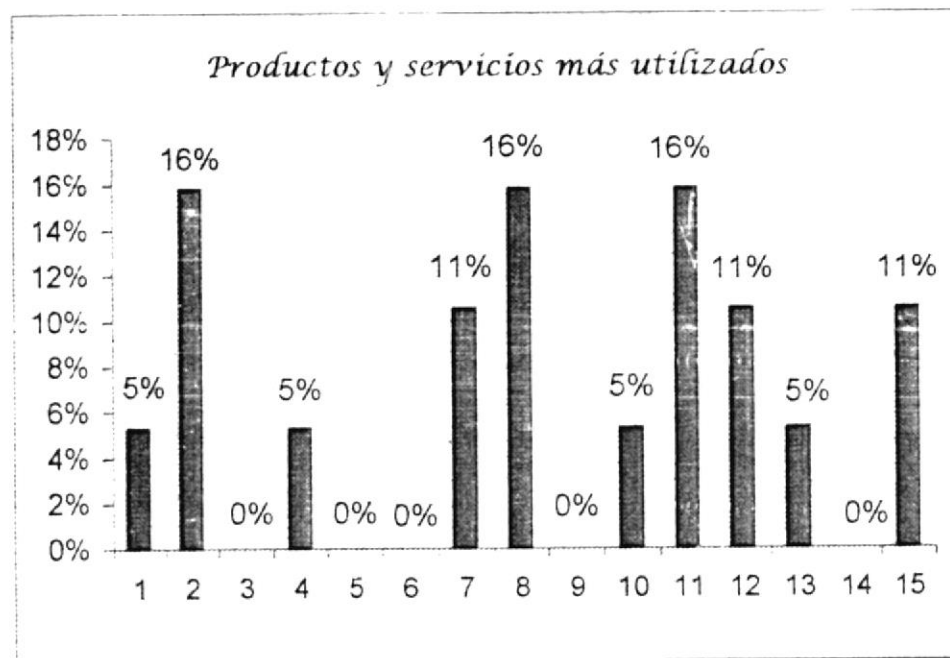
Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 03/99

Lugar: Quito

Gráfico 4.96. Productos y servicios más utilizados

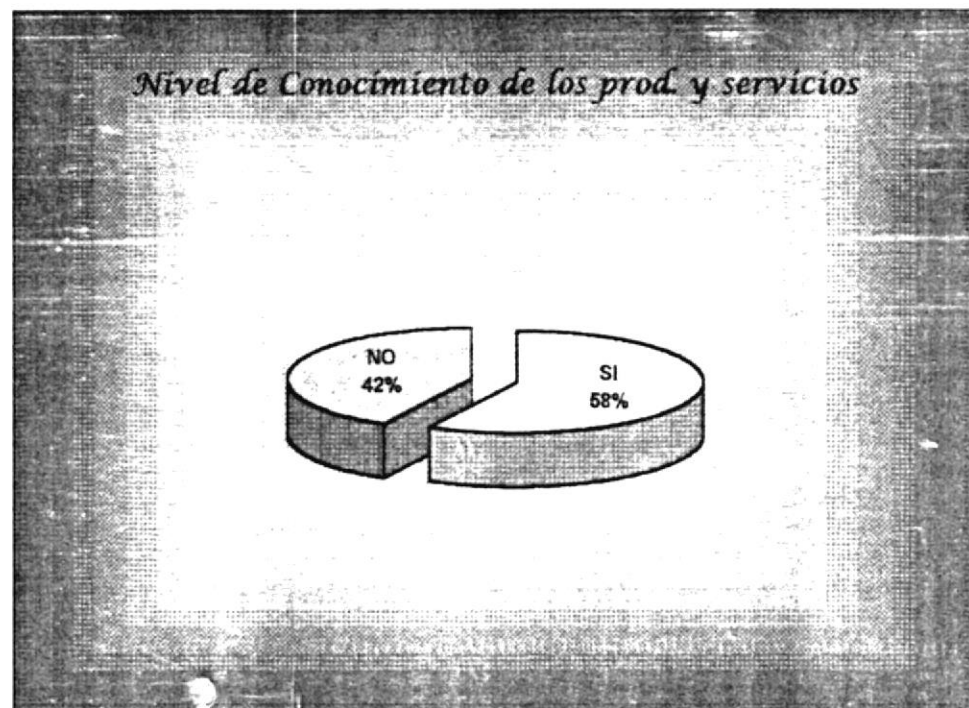
1 Rueda a viva voz
 2 Rueda electrónica
 3 Compensación de sald netos
 4 Infobursatil
 5 Módulo Valorizador
 6 DECTV.ALT
 7 Reuters
 8 Al Cierre
 9 Transparencia
 10 Capital
 11 Manual de Renta Fija
 12 Diccionario Financiero y bursatil
 13 Guia Didáctica del Mercado de Va
 14 Conferencia y Cursos de Capacitac.
 15 Internet



Los productos o servicios que más han utilizado los emisores quiteños son con un 16% la Rueda Electrónica, el informativo Al Cierre y el Manual de Renta Fija, seguido con un 11% Reuters, el Diccionario Financiero y Bursátil y la página Web en Internet.

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: M.J. Pazmiño
 Fecha de Elaboración: Agosto 03/99
 Lugar: Quito

Gráfico 4.97. Nivel de conocimiento de los productos y servicios



Podemos observar que el 58% de los emisores quiteños conocen los productos y servicios que ofrece la BVG y que un 42% no lo conocen. Por lo tanto es importante que la BVG trabaje en proporcionar mayor información a los emisores totales sobre los productos y servicios de manera que aumente el nivel de conocimiento de los mismos.

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

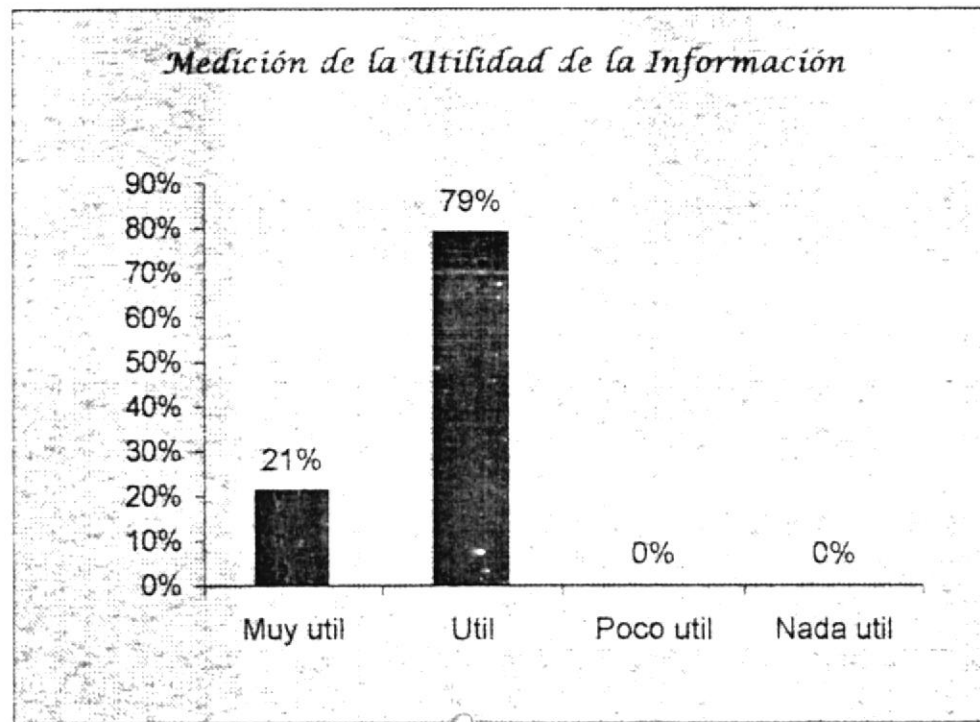
Fecha de Elaboración: Agosto 04/99

Lugar: Quito

Gráfico 4.98. Medición de la utilidad de la información

El 79% de los emisores quiteños piensa que es Util la información brindada por los productos y/o servicios de la B.V.G.

Un 21% piensa que es Muy Util, por tanto el Índice de Utilidad de la Información de los productos y/o servicios de la B.V.G. es 7,63, por lo que se considera a la información como Util.



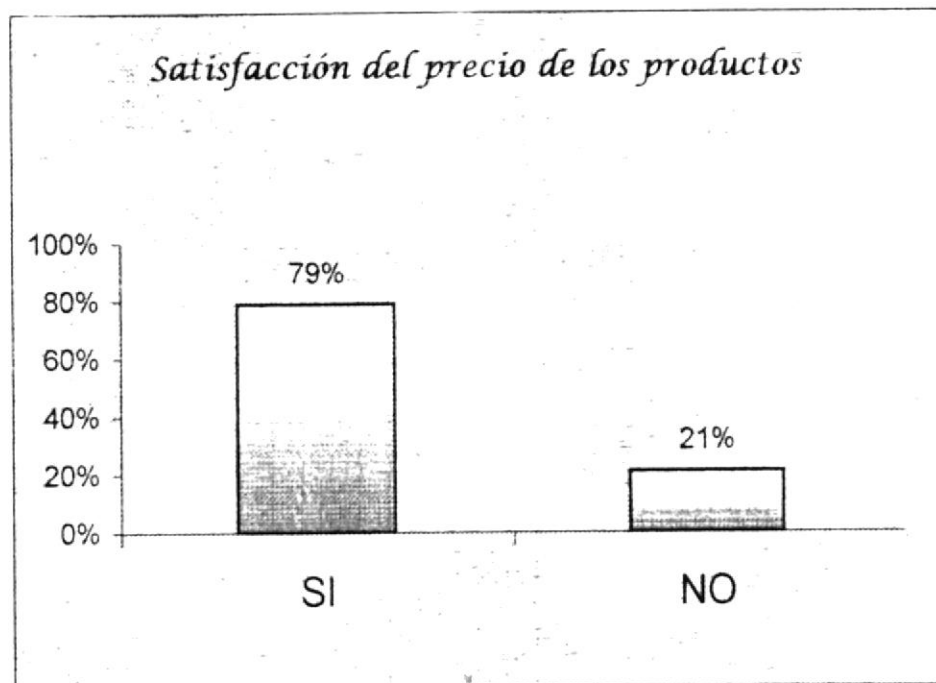
Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 04/99

Lugar: Quito

Gráfico 4.99. Satisfacción del precio de los productos y servicios



Se puede observar que un 79% de los encuestados se encuentra satisfecho con el precio de los productos y un 21% al contrario no lo está, por lo tanto la BVG debe informarles que la calidad de los productos y/o serv. supera el precio pagado por los clientes.

Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: MJ. Pazmiño
 Fecha de Elaboración: Agosto 04/99
 Lugar: Quito

Gráfico 4.100. Satisfacción de los productos y servicios



ACEPTACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA B.V.G.

Como podemos observar los emisores quiteños se encuentran en un 100% satisfechos con los productos y servicios que reciben de la B.V.G. Por tanto el Índice de Satisfacción de los Productos y Servicios es 10.

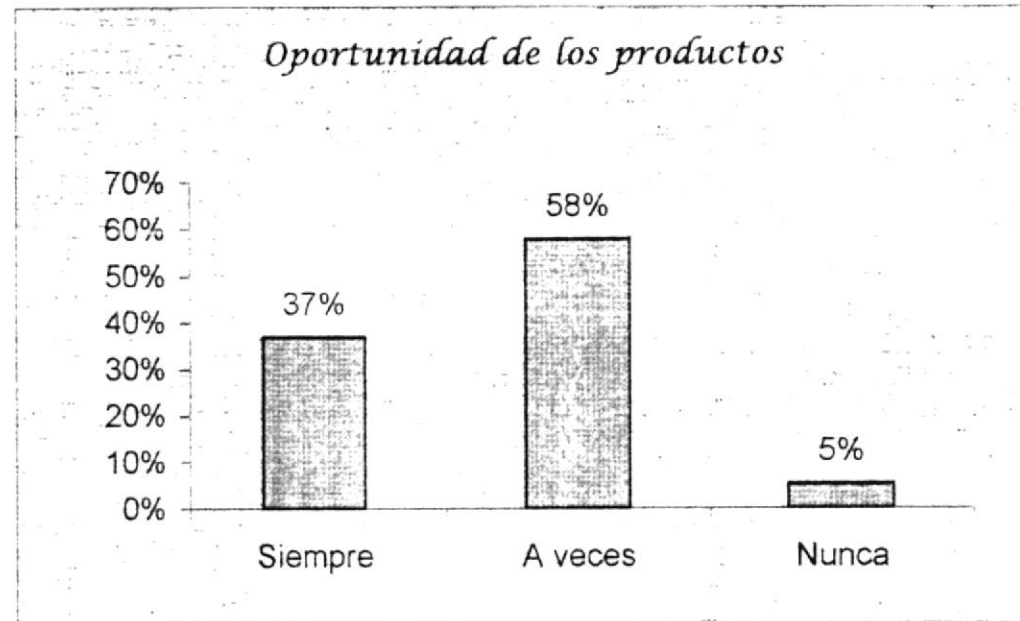


Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: M.J. Pazmiño
 Fecha de Elaboración: Agosto 04/99
 Lugar: Quito

Gráfico 4.101. Oportunidad de los productos

De acuerdo a los resultados el 58% de los encuestados menciona que a veces reciben los productos cuando lo necesitan y un 37% menciona que siempre lo recibe cuando lo necesita, y un 5% que menciona que nunca lo recibe.

Es importante que la B.V.G. mejore sus medios de envío de información hacia la ciudad de Quito debido a que se debe buscar mejorar la entrega para que aumente el porcentaje de emisores que reciban siempre el producto cuando lo necesite debido a que si no es así esto crea una mala imagen para la entidad. El Índice de Oportunidad de los productos es 7,1.



Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.

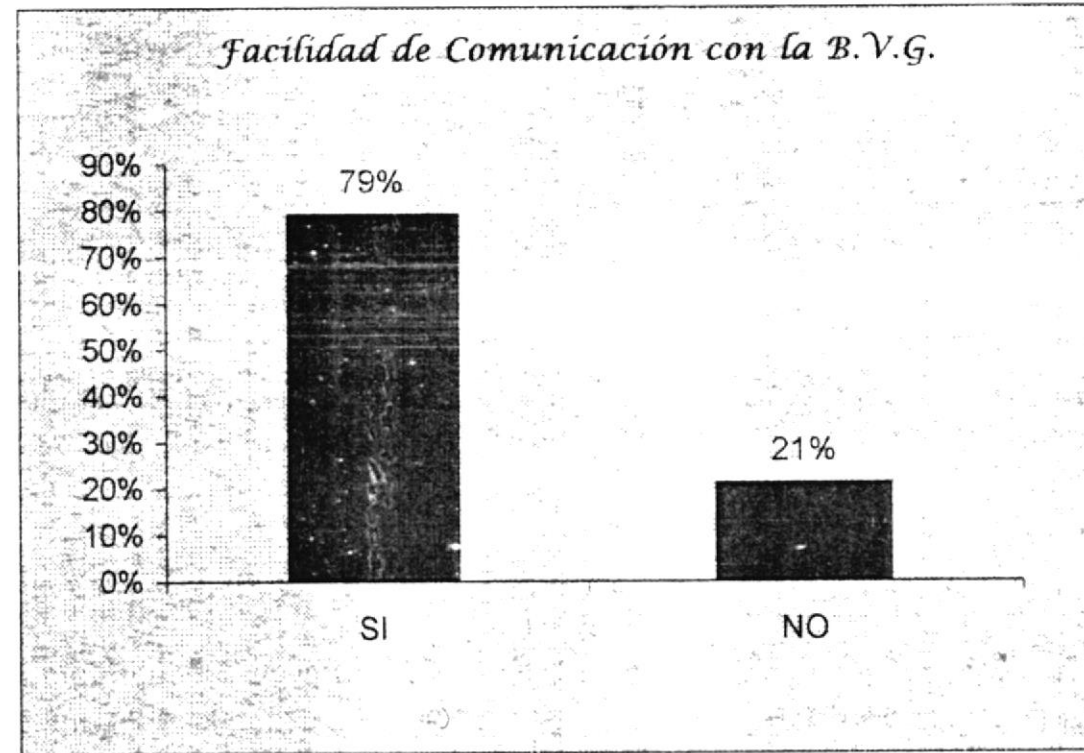
Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 05/99

Lugar: Quito

Gráfico 4.102. Facilidad de comunicación con la B.V.G.

Un 79% de los encuestados menciona que se comunica fácilmente con la B.V.G. Mientras que un 21% dice que no lo logra. Es importante que se tenga en cuenta la facilidad de comunicación sobre todo con los clientes que se encuentran fuera de Guayaquil, debido a que es el único medio de tener contacto con ellos.

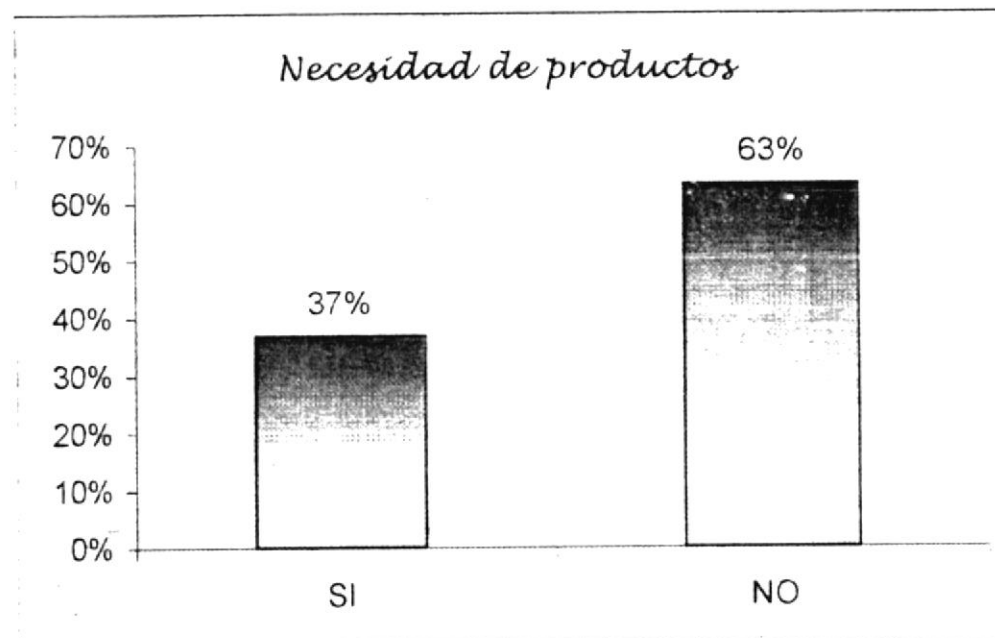


Fuente: Inv. de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: MJ. Pazmiño
Fecha de Elaboración: Agosto 05/99
Lugar: Quito

Gráfico 4.103. Necesidad de productos en los clientes

Un 63% de los emisores quiteños mencionó que no necesita ningún producto diferente al que le ofrece actualmente la B.V.G., mientras que un 37% dijo necesitar algunos productos o características adicionales para los mismos entre los que mencionamos:

- * Una mayor difusión
- * Informe de oferta y demanda del mercado
- * Información actualizada via monitores
- * Información de futuros de monedas.
- * Generar a través de colaterales.
- * Busque difusión de terceros.

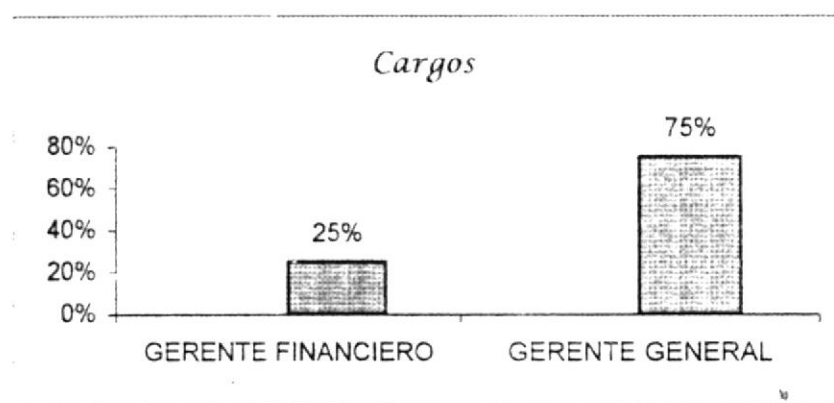


Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: M.J. Pazmiño
 Fecha de Elaboración: Agosto 05/99
 Lugar: Quito

4.2.2.3.4 Gráficos y Análisis de Emisores de Cuenca

Gráfico 4.104. Cargos de los ejecutivos de empresas Emisores Cuenca

A continuación se presentan los cargos que ocupaban las personas que fueron encuestadas dentro de las empresas emisoras cuencanas:

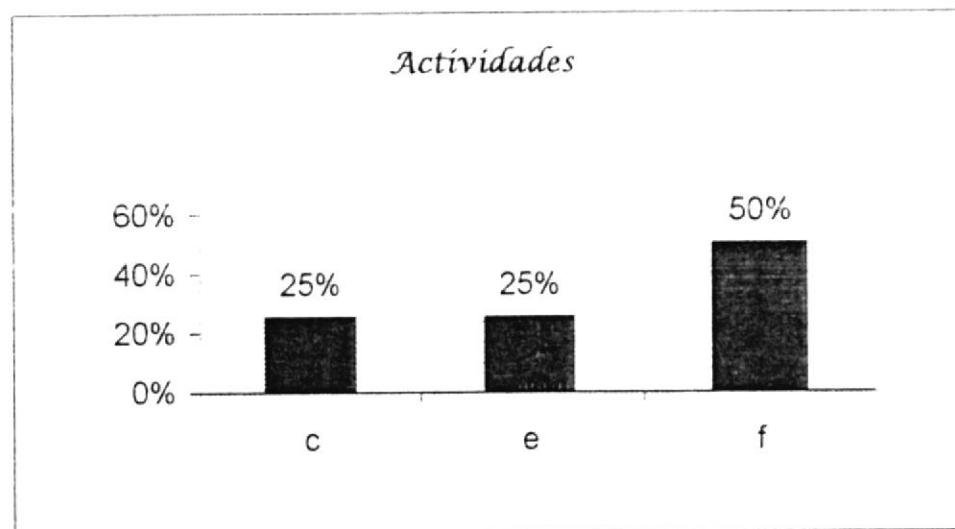


Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: MJ. Pazmiño
Fecha de Elaboración: Agosto 15/99
Lugar: Cuenca



Gráfico 4.105. Actividades de empresas Emisores Cuenca

A continuación se presentan las actividades de las empresas emisoras cuencanas encuestadas



- c* Comercio al por mayor y al por menor, Restaurantes y Hoteles
- e* Establecimientos Financieros y Servicios Prestados a las Empresas
- f* Industrias Manufactureras

Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G.

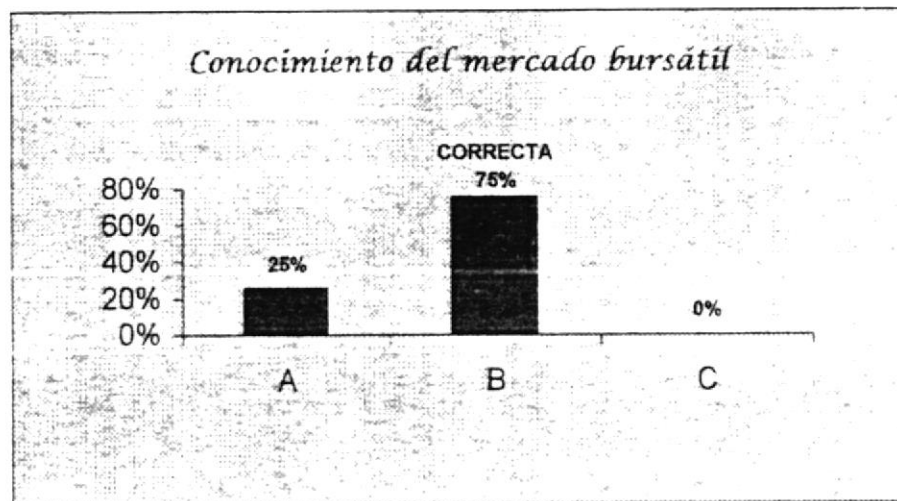
Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 15/99

Lugar: Cuenca



Gráfico 4.106. Nivel de conocimiento del mercado bursátil



Podemos observar en el gráfico, que el 75% de Emisores Cuenca tienen una correcta concepción del mercado bursátil ya que coincidieron en es donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones, por tanto este alto porcentaje nos indica que los empresarios saben distinguir este mercado de los demás.

A: En donde las ventas se realizan a un precio superior al máximo autorizado por la ley.

B: En donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones

C: Un conjunto de instituciones financieras que realizan la oferta y demanda de préstamos financieros.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 15/99

Lugar: Cuenca

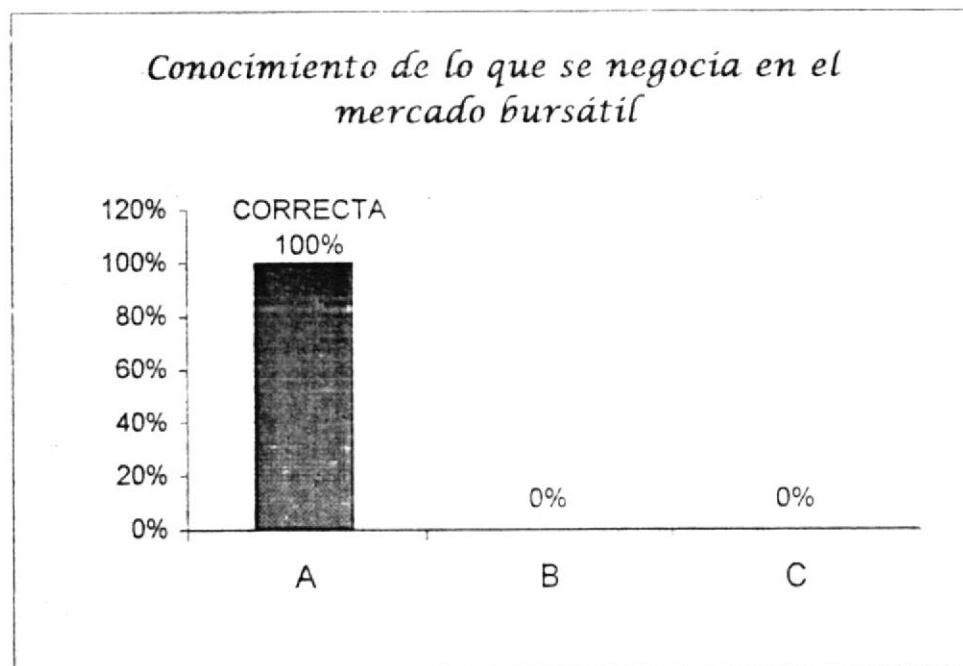
EMISORES CUENCA

No. 1



Gráfico 4.107. Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil

De acuerdo al gráfico el 100% de los encuestados conoce que en el mercado bursátil se negocian acciones obligaciones, pagares y bonos . Por lo tanto existe un completo conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil.



A: Acciones, obligaciones, pagarés y bonos.

B: Hipotecas, cupones, bonos.

C: Cheques a fecha, dinero.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 15/99

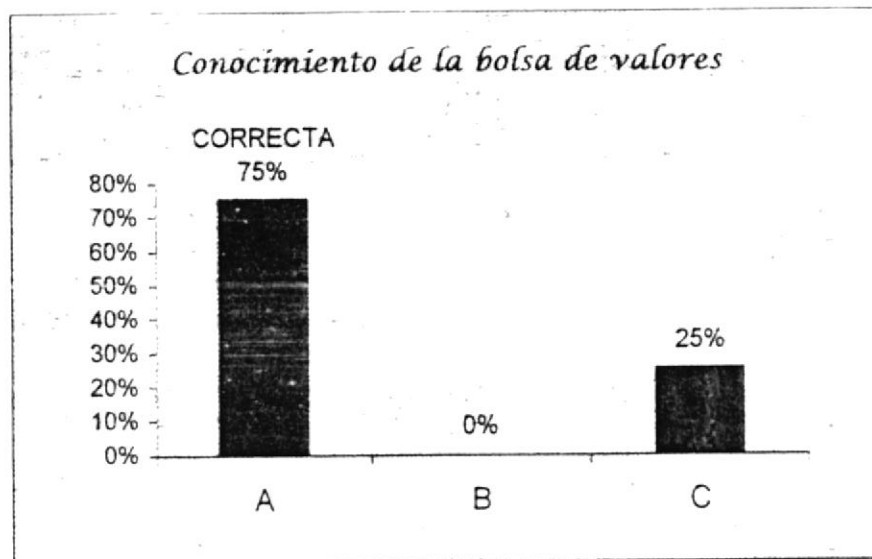
Lugar: Cuenca

EMISORES CUENCA

No. 2



Gráfico 4.108. Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores



Con esta pregunta demostramos que el 75% de los emisores cuenca tienen una definición clara de lo que es una Bolsa de Valores, de tal manera que el porcentaje de desconocimiento del concepto de Bolsa de Valores es del 25%. Esta información para nuestro estudio es importante ya que si no se parte de un concepto global de Bolsa de Valores y si no se manejan conceptos en común entre los emisores no se podrán desarrollar proyectos de profundidad para incentivar el desarrollo del mercado bursátil.

A: Mercado en el que participan intermediarios debidamente autorizados con el propósito de realizar operaciones de títulos de valores emitidos por empresas inscritas en ella.

B: Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas, además de brindar asesoría en materia de finanzas corporativas a las empresas.

C: Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 15/99

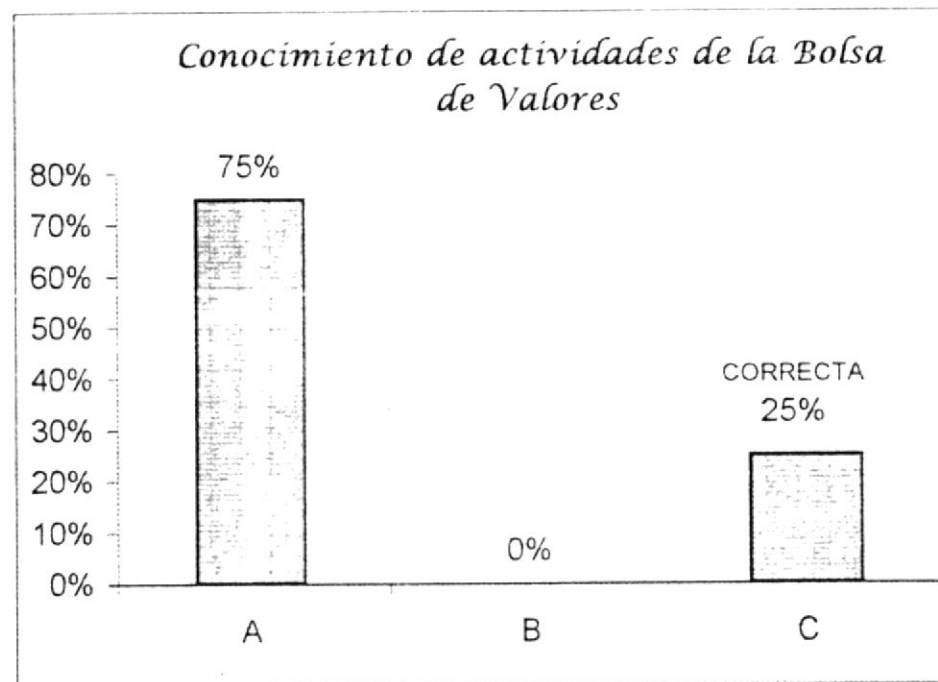
Lugar: Cuenca

Gráfico 4.109. Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores

Un 25% de los encuestados acertaron al responder que las actividades que se realizan en una Bolsa de Valores es la compra y venta de títulos valores emitidos por empresas (emisoras) y participan también intermediarios y operadores.

El 75% no sabía con exactitud que actividad realiza la B.V.G. confundiendo con las actividades de servicios bancarios de cualquier institución financiera.

Por lo tanto se debe trabajar en este punto informando a los emisores de Cuenca sobre la Bolsa de Valores.



A: Negociar Acciones

B: Proveer servicios financieros y bancarios para bancos privados y públicos

C: Compra y o venta de títulos valores emitidos por empresas (emisoras) y

participan también intermediarios y operadores.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: M.J. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 15/99

Lugar: Cuenca

EMISORES CUENCA

No. 4

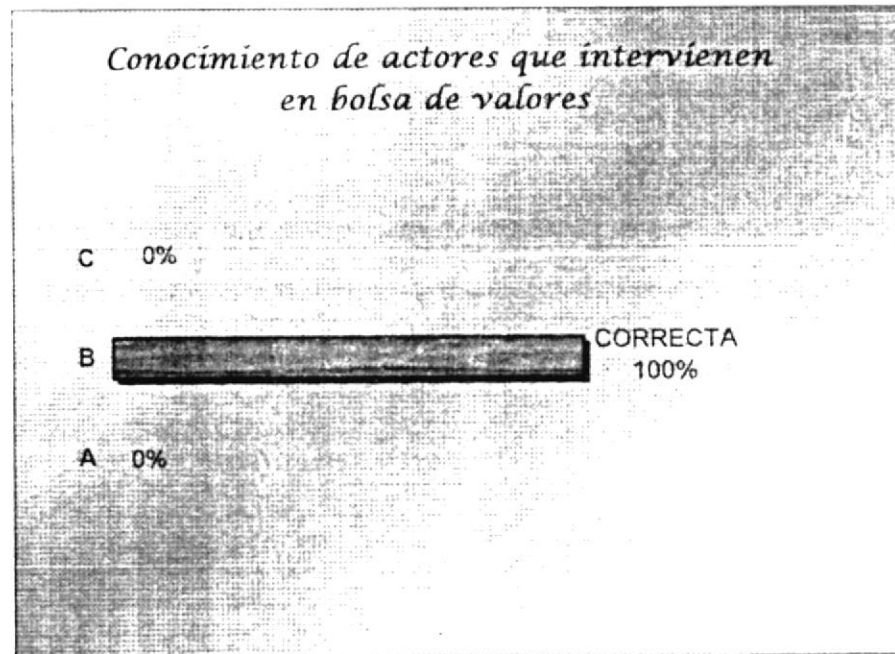


ACEPTACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA B.V.G.

Gráfico 4.110. Nivel de conocimiento de actores que intervienen en bolsa de valores

El 100% de los encuestados opinaron que los Operadores de valores y emisores son los actores principales que intervienen en la BVG.

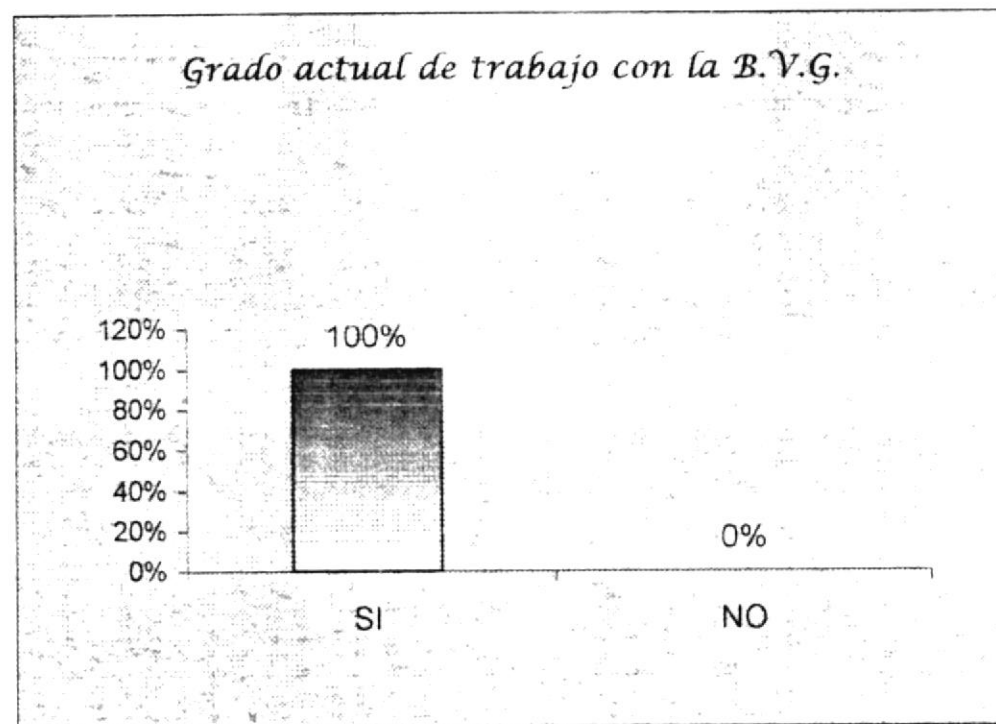
Por lo tanto los emisores cuenchanos tienen un correcto conocimiento de los actores que intervienen en las transacciones en la bolsa de valores.



- A:** Gobierno, público en general y bancos
- B:** Operadores de valores y emisores.
- C:** Grandes y medianas empresas.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: MJ. Pazmiño
 Fecha de Elaboración: Agosto 16/99
 Lugar: Cuenca

Gráfico 4.111. Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G.



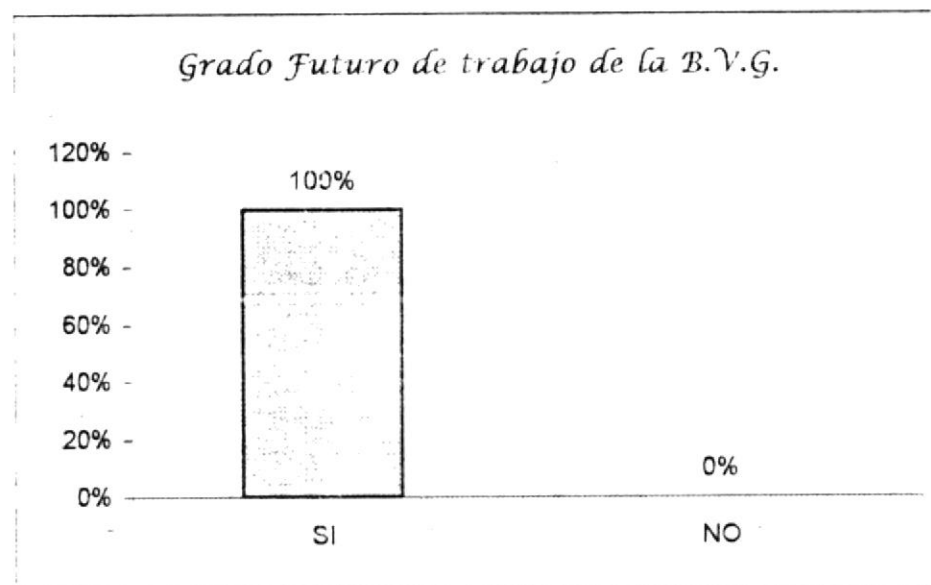
Como podemos observar en el gráfico, el 100% de los emisores cuenca se encuentran trabajando actualmente con la B.V.G.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: MJ. Pazmiño
 Fecha de Elaboración: Agosto 16/99
 Lugar: Cuenca

Gráfico 4.112. Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G.

De acuerdo al gráfico podemos observar que el 100% de los emisores cuencanos van a seguir trabajando o trabajarán en el futuro con B.V.G.

Por lo tanto podemos considerar a los emisores cuencanos como un mercado futuro de trabajo.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 16/99

Lugar: Cuenca

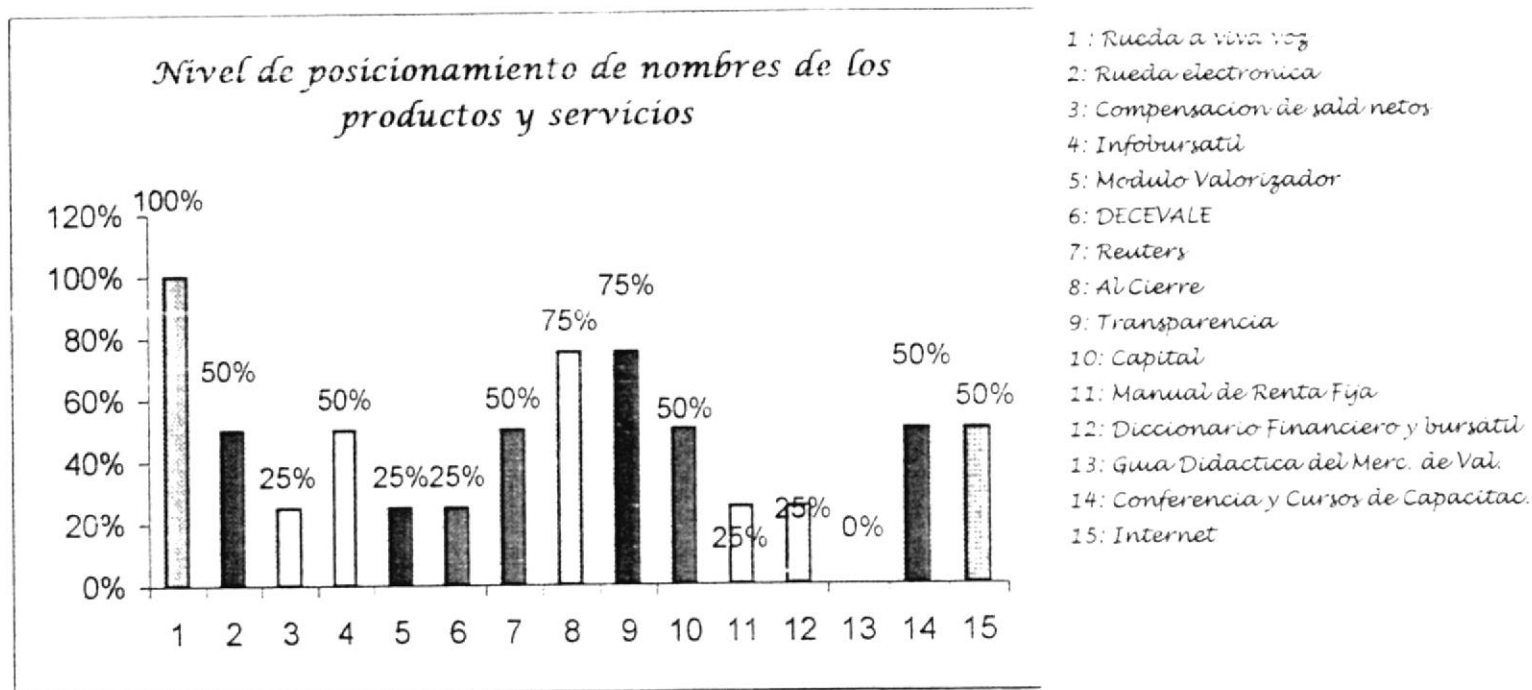
EMISORES CUENCA

No. 7



ASOCIACION DE LOS PRODUCTORES Y SERVIDORES DE LA B.V.G.

Gráfico 4.113. Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios



De acuerdo a los resultados podemos concluir que el producto o servicio que han escuchado todos los emisores cuencanos es la Rueda a viva voz, un 75% de emisores cuencanos han escuchado Al Cierre y Transparencia.

Fuente: Invest. de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 16/99

Lugar: Cuenca

EMISORES CUENCA

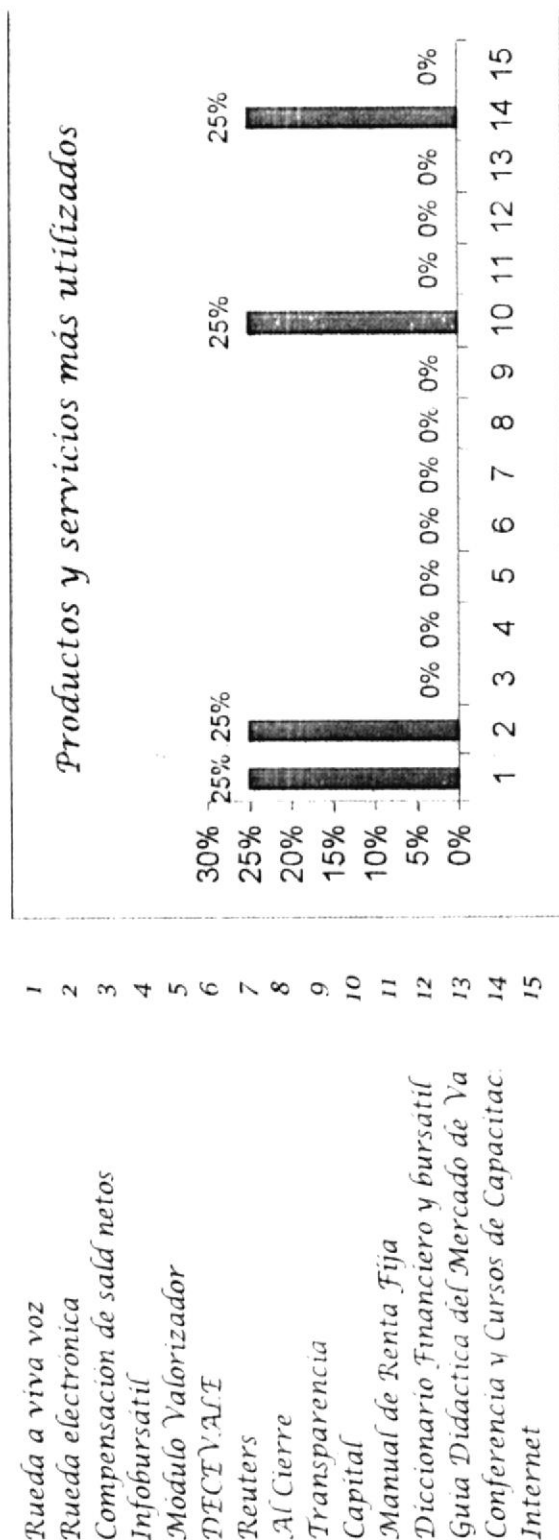
No. 8



ACEPTACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA B.V.G.



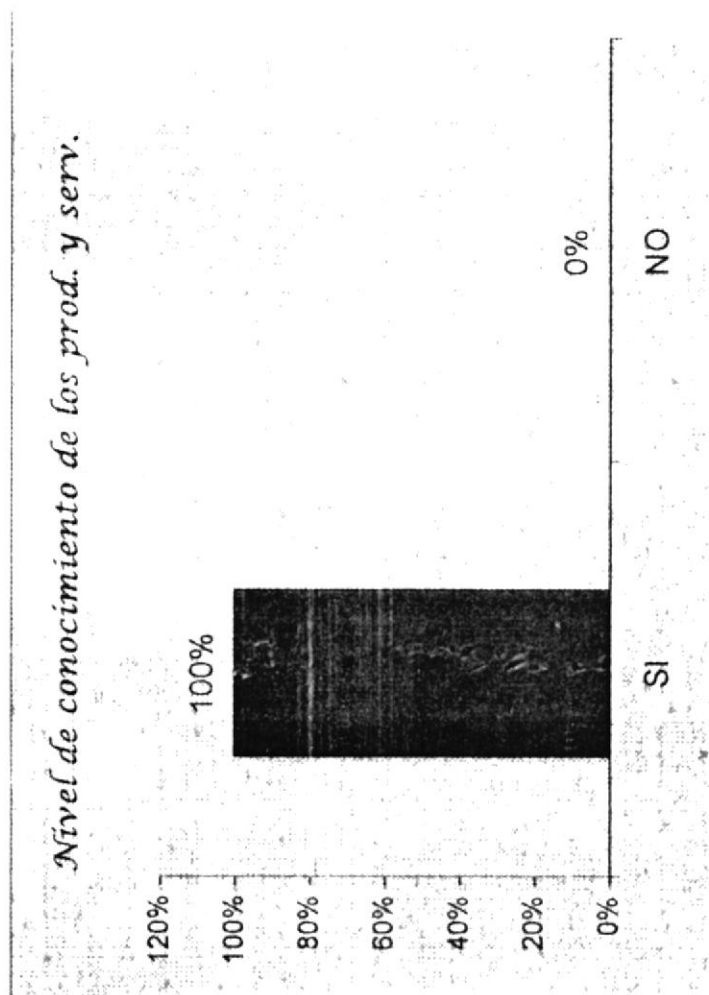
Gráfico 4.114. Productos y servicios más utilizados



Los productos o servicios que más han utilizado los emisores cuencanos son con 25% la Rueda a Viva voz, la Rueda Electrónica, el Capital y Conferencias o Cursos de Capacitación.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: M.J. Pazmiño
Fecha de Elaboración: Agosto 16/99
Lugar: Cuenca

Gráfico 4.115. Nivel de conocimiento de los productos y servicios

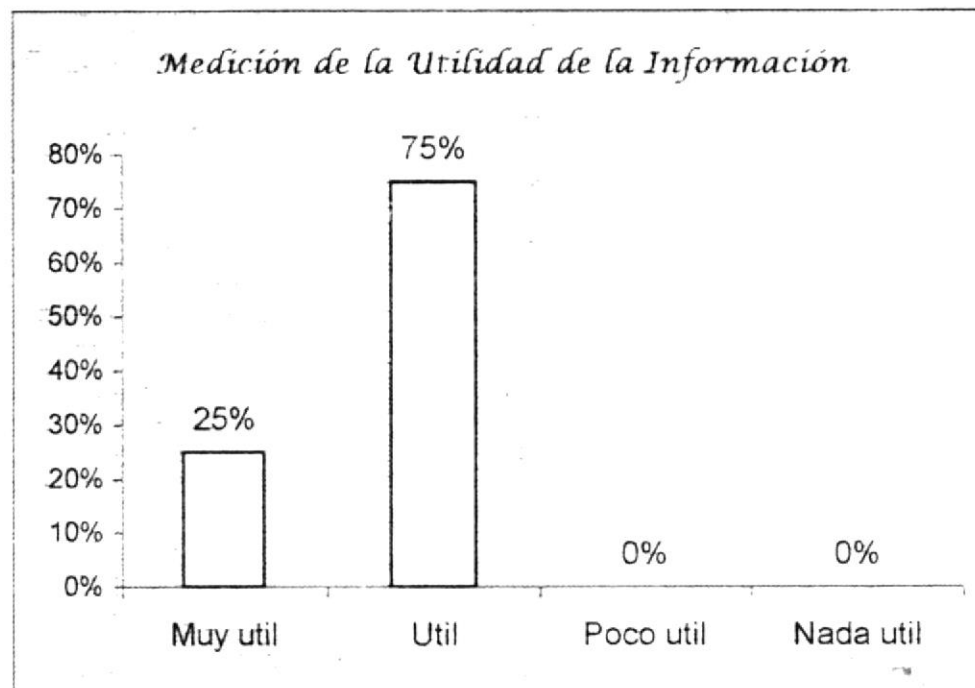


Podemos observar que el 100% de emisores cuencanos conocen los productos y servicios que ofrece la B.V.G.
 Por lo tanto es un mercado informado bastante atractivo.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: M.J. Pazmiño
 Fecha de Elaboración: Agosto 16/99
 Lugar: Cuenca

Gráfico 4.116. Medición de la utilidad de la información

El 75% de los emisores cuenca piensa que es Util la información brindada por los productos y/o servicios de la B.V.G.
Un 25% piensa que es Muy Util, por tanto el Índice de Utilidad de la Información de los productos y/o servicios de la B.V.G. es 7,75, por lo que se considera a la información como Util.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 16/99

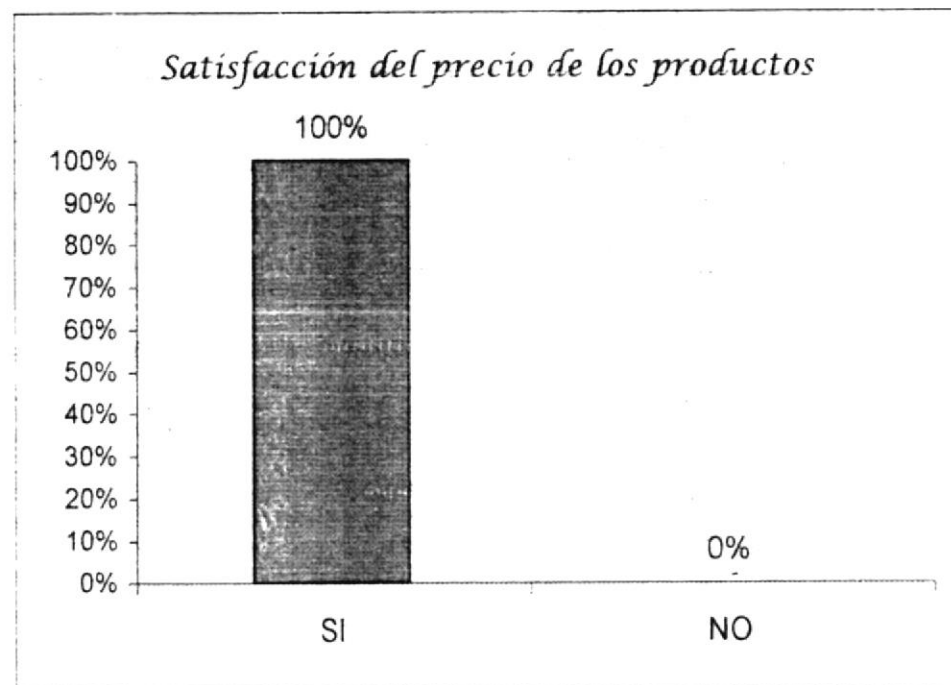
Lugar: Cuenca

EMISORES CUENCA

No. 10



Gráfico 4.117. Satisfacción del precio de los productos y servicios



Se puede observar que todos los encuestados se encuentran satisfechos con el precio de los productos.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 16/99

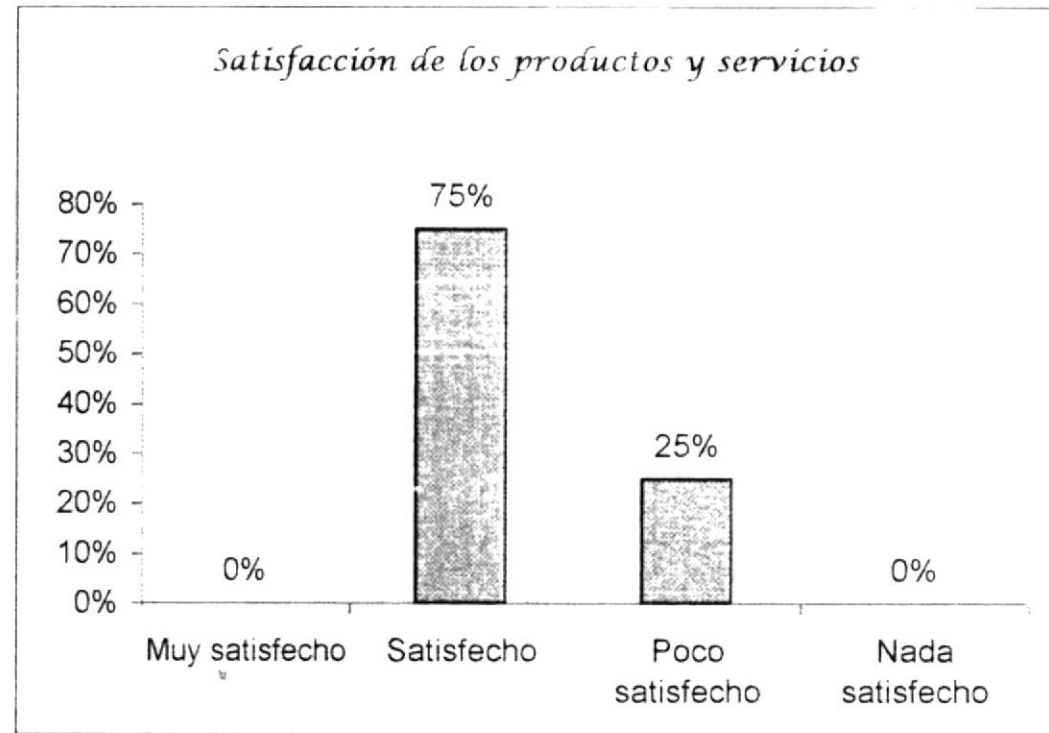
Lugar: Cuenca

EMISORES CUENCA

Nº. 11



Gráfico 4.118. Satisfacción de los productos y servicios



Como podemos observar los encuestados en la encuesta se encuentran un 75% satisfechos con los productos y servicios que reciben de la B.V.G. Un 25% se encuentra poco satisfecho. Por tanto el Índice de Satisfacción de los Productos y Servicios es 6,2.

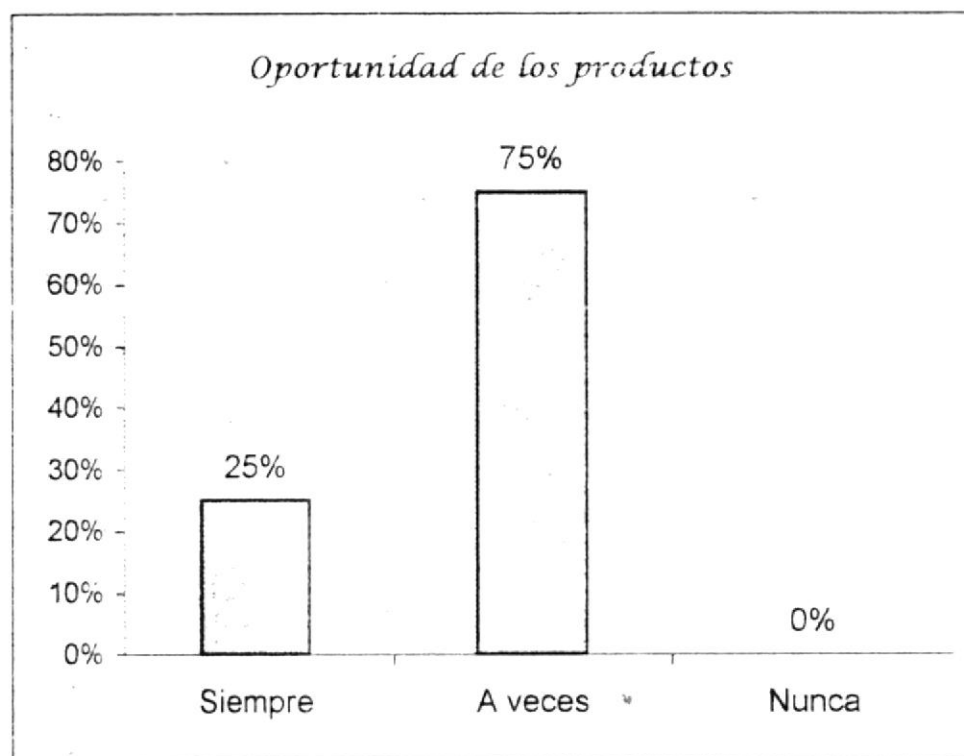
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: M.J. Pazmiño
 Fecha de Elaboración: Agosto 16/99
 Lugar: Cuenca



Gráfico 4.119. Oportunidad de los productos

De acuerdo a los resultados el 75% de los encuestados menciona que a veces reciben los productos cuando lo necesitan y un 25% menciona que siempre lo recibe cuando lo necesita.

Es importante que la B.V.G. mejore sus medios de envío de información hacia la ciudad de Cuenca debido a que se debe buscar mejorar la entrega para que aumente el porcentaje de emisores que reciban siempre el producto cuando lo necesiten debido a que si no es así esto crea una mala imagen para la entidad. El Índice de Oportunidad de los productos es 6,25.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 17/99

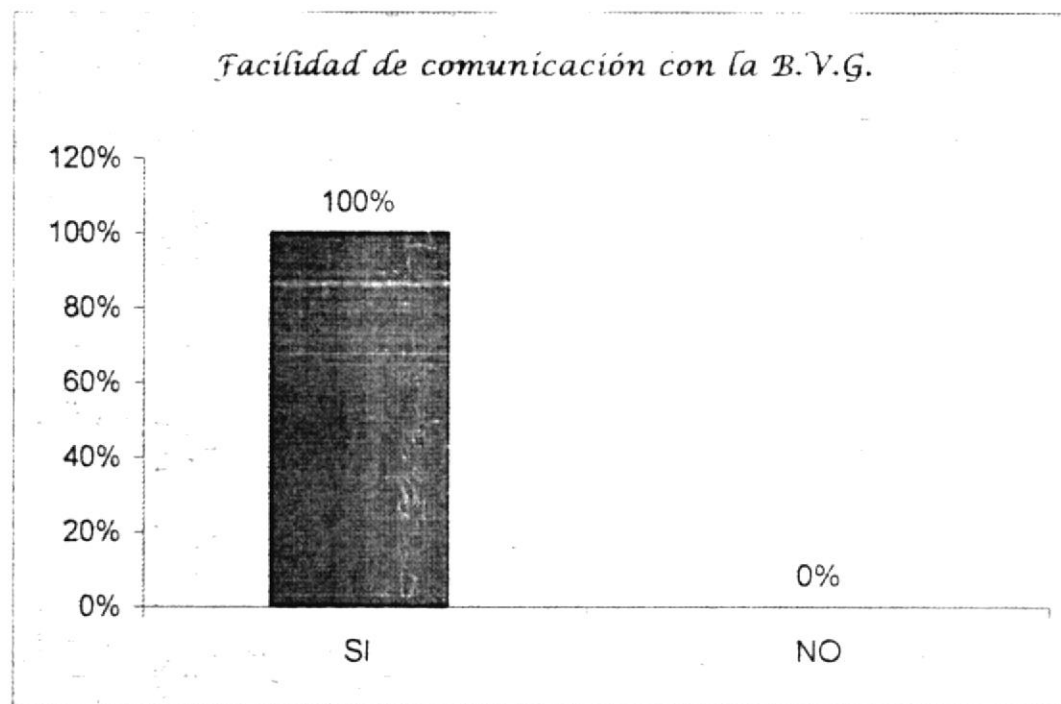
Lugar: Cuenca



Gráfico 4.120. Facilidad de comunicación con la B.V.G.



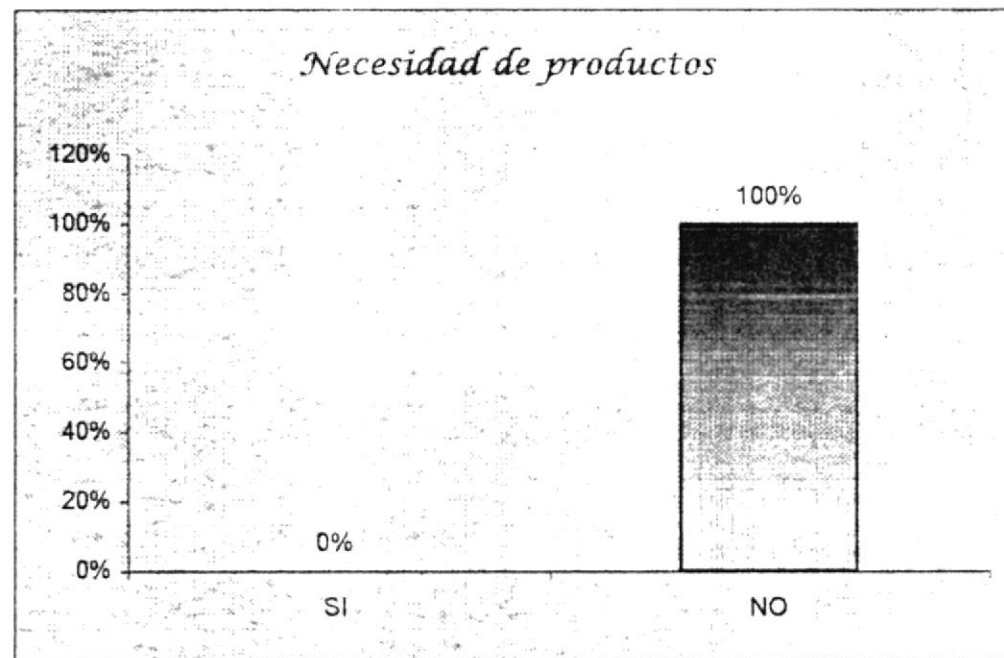
Todos los emisores cuencanos mencionaron que se comunican fácilmente con la B.V.G. Es importante que se tenga en cuenta la facilidad de comunicación con los clientes para que el servicio pueda ser brindado de la mejor manera.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
 Elaborado por: M.J. Pazmiño
 Fecha de Elaboración: Agosto 17/99
 Lugar: Cuenca

Gráfico 4.121. Necesidad de productos en los clientes

El 100% de emisores cuencanos mencionó que no necesita ningún producto diferente al que le ofrece actualmente la B.V.G.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: MJ. Pazmiño

Fecha de Elaboración: Agosto 17/99

Lugar: Cuenca