T
658.83
BAR
V.2

Escuela Superior Politècnica del Litoral

Instituto de Ciencias Humanísticas y Econòmicas

"Medición del Conocimiento y la Aceptación de los productos y servicios de la BVG"

TESIS

Previa a la obtención del Título de:

ECONOMISTA CON MENCION EN GESTION EMPRESARIAL

Especialización: "MARKETING"

II Parte

Presentada por:

Paola Alexandra Barrera Parra
Lobelia Janeth Cisneros Teràn
María José Pazmiño Rodrìguez

Guayaquil - Ecuador

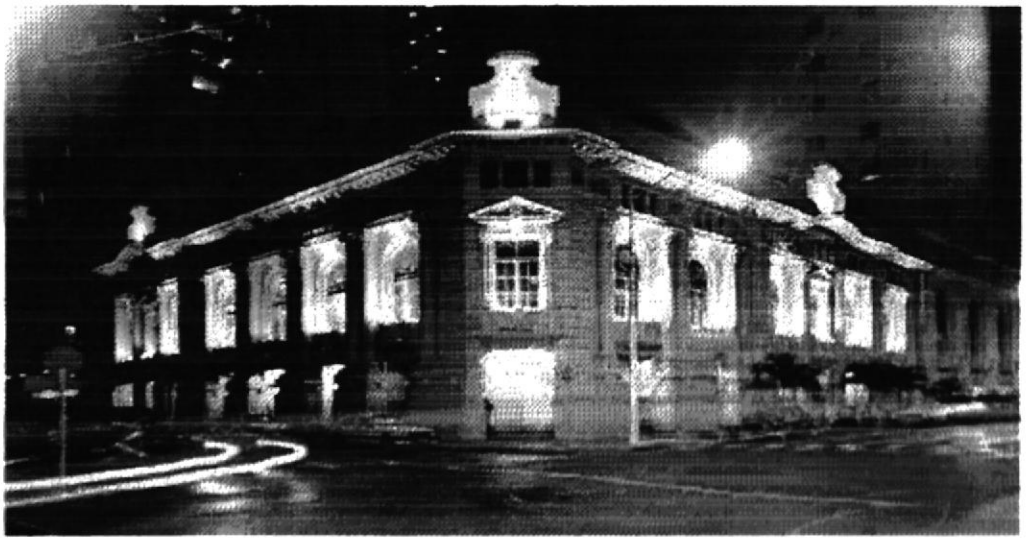
1999 - 2000

BIBLIOTECA

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 II

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

Guayaquil - Ecuador

CIB - ESPOL

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

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

4.2.2.4. Gráficos y Análisis de Administradoras de Fondos

El conocimiento sobre el Mercado Bursátil y la Bolsa de Valores es bastante bueno en algunas categorías, dejando mucho que desear en otras, pues en resultados se obtuvieron:

Conocimiento de lo que es el Mercado Bursátil	64%.
Conocimiento de lo que se negocia en el Mercado Bursátil	100%
Que es una Bolsa de Valores	91%
Actividades que se realizan en una Bolsa de Valores	100%
Actores de una Bolsa de Valores	91%
PROMEDIO DE CONOCIMIENTO	**89.2%**

Los porcentajes más preocupantes por ser los más bajos fueron en sí los que se refieren al conocimiento del mercado bursátil, puesto que ellos son uno de los actores más importantes en la cultura bursátil del país, y para ello se requiere que las administradoras de fondos conozcan que es y que hace una Bolsa de Valores para que guíen de manera adecuada a los demás actores de este mercado.

Este porcentaje podría mejorarse con un seguimiento de las capacitaciones, para que las acciones no sean aisladas. Hace falta una mayor profundización en la parte técnica del manejo de la Bolsa de Valores para generar un verdadero conocimiento de la misma.

El 100% de las administradoras que son parte de la B.V.G., volverían a trabajar con la misma. El objetivo de esta pregunta, es conocer el mercado potencial que existe en un futuro para seguir laborando.

El promedio del conocimiento de los productos y servicios de la Bolsa de Valores por parte de las administradoras de fondos es muy bajo, apenas representa un 42%, una cifra preocupante, además de que 7 de los 15 productos y servicios ni siquiera alcanzan este promedio.

Los servicios más conocidos son la Rueda electrónica, Rueda a viva voz, Reuters y el Boletín Al cierre.

El indice de utilidad de los productos y servicios de la B.V.G es de 8.09 que es un indice que califica como de utilidad media a la información entregada a este grupo. Este indice puede reflejar el hecho de que no han tenido oportunidad y/o necesidad de utilizar toda la información

entregada o en el peor de los casos que no se les entrega la información que ellos consideran de utilidad.

Al medir la satisfacción de los precios de los productos, se mide parte de la percepción general de la satisfacción del producto y/o servicio utilizado. El índice de satisfacción en el precio es 8,36 lo que en estos casos es un valor medianamente aceptable.

Existe un porcentaje de respuestas, que aunque pequeño es significativo, de quienes no conocen otros productos en el mercado con los que pudieran comparar y medir su satisfacción, principalmente porque no tienen la necesidad de usarlos y no han utilizado otros productos de la competencia, además de que tampoco se ha hecho una difusión de los productos y servicios de la competencia, por lo tanto es un factor que se debe aprovechar.

Se debe buscar la manera de que el índice de satisfacción del precio aumente, lo cual se podría conseguir ofreciendo un mayor valor agregado para este segmento en cada uno de los productos y servicios.

El índice de satisfacción de los productos utilizados de la B.V.G. es de 7.27, lo que quiere decir que existen factores que están perjudicando este valor en gran medida. Este índice se encuentra bajo, puesto que menos de 7 se consideraría como insatisfacción de los clientes.

La necesidad de nuevos productos es alta (27%), y los ya existentes tampoco son muy utilizados. Los productos más utilizados son la Rueda a viva voz y electrónica y Al Cierre, dejando a los demás productos una utilización casi nula. Por lo tanto se recomienda analizar las necesidades de este sector para brindarles un mejor servicio.

A pesar de ellos, aquellos que vieron la necesidad expresaron sus peticiones, tales como:

- Informe de portafolios de fondos y montos de papeles negociables mensuales y por empresas.
- Bajo costo, precio justo en función de beneficios recibidos
- Informe de adjudicaciones de subastas, informes financieros de bancos, tasas de activos y pasivos.

Cuadro 4.285 Indices de Administradoras de Fondos

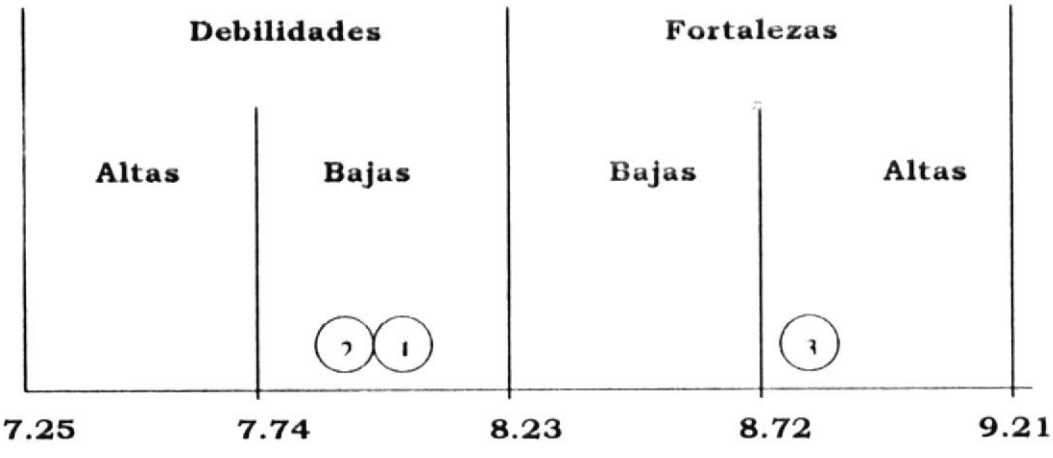
	INDICES	ADMINISTRADORAS DE FONDOS
1	Indice de Utilidad de Información prod./serv	**8.09**
2	Indice Satisfacción	**7.82**
	Indice Satisfacción del precio	8.36
	Indice Satisfacción de los prod/servicios	7.27
3	Indice de Oportunidad de productos	**8.77**

Fuente: Investigación de mercado para la BVG
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Septiembre 28/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.292 Perfil de Fuerzas y Debilidades de Administradoras de Fondos

Promedio de Indice de Administradoras de Fondos: 8.23

Desviación Estándar: 0.49

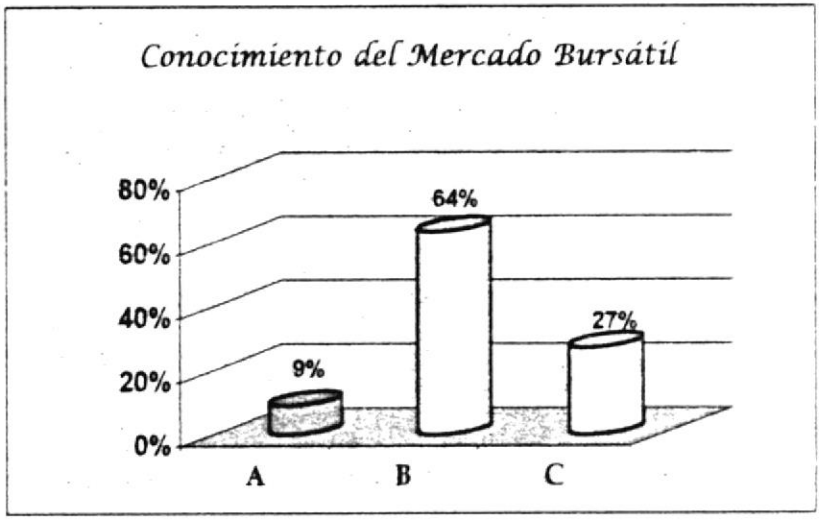


Fuente: Investigación de mercado para la BVG
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Septiembre 28/99
Lugar: Guayaquil

Como podemos apreciar en el perfil, para el grupo de las administradoras de fondos, la BVG posee una fortaleza alta que se refiere a la oportunidad de los productos y servicios.

Los demás índices destacan las debilidades bajas que mantiene la BVG de acuerdo a lo mencionado por las administradoras de fondos, las cuales corresponde a la utilidad de los productos/ servicios y al grado de Satisfacción de estos, estas debilidades deben tomarse muy en cuenta ya que refleja el descontento de este segmento de clientes externos con la Bolsa de Valores, lo cual podría traer problemas a futuro.

Gráfico 4.122. Nivel de conocimiento del mercado bursátil



En el estudio del nivel de conocimiento del mercado bursátil de las administradoras de fondos podemos notar que un 64% acertadamente acordó que el mercado bursátil es el mercado en donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones . Un 36% es un nivel alto de desconocimiento, no debería existir este margen en un mercado con el cual ya se labora frecuentemente.

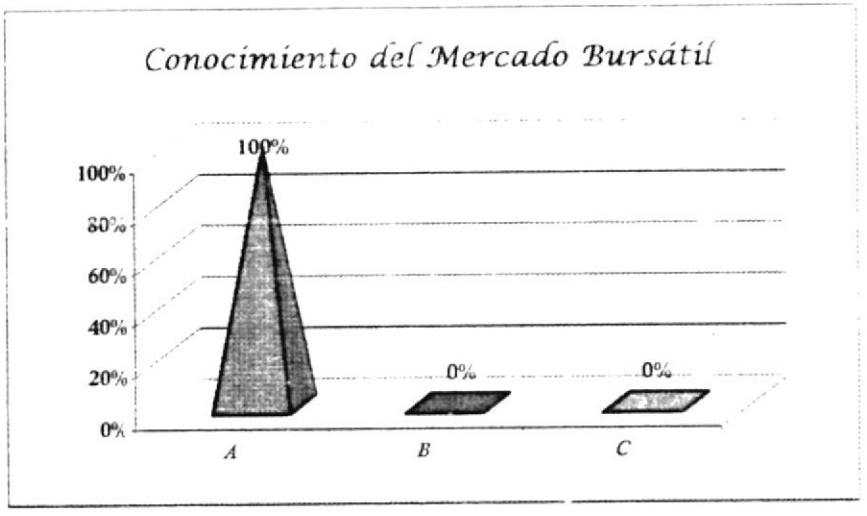
A En donde las ventas se realizan a un precio superior al máximo autorizado por la ley
B En donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones
C Un conjunto de instituciones financieras que realizan la oferta y demanda de préstamos financieros

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: MC. Perezllona
Fecha de Elaboración: Agosto 19/99
Lugar: Guayaquil

Administradora de Fondos N°1

Gráfico 4.123. Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil

En esta pregunta notamos que el 100% respondió 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 una Bolsa de Valores es muy bueno.



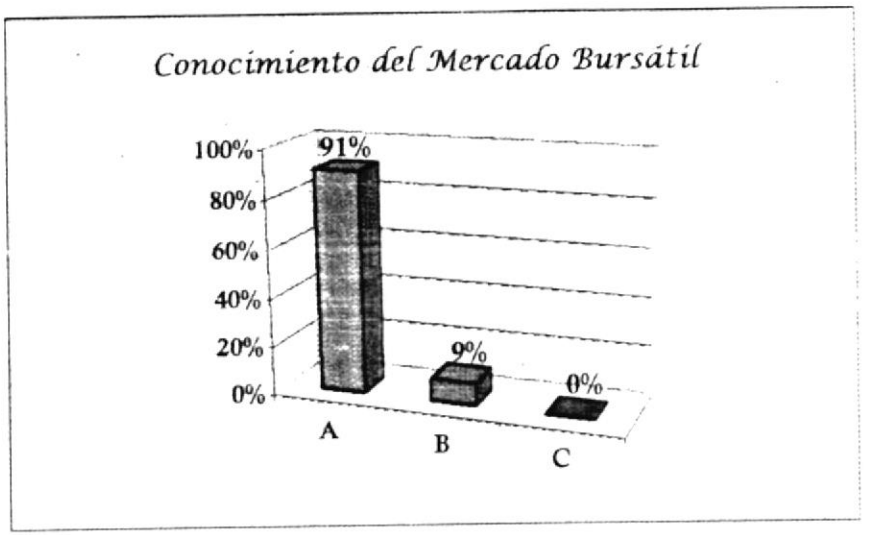
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: MC. Perezllona
Fecha de Elaboración: Agosto 19/99
Lugar: Guayaquil

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

Administradora de Fondos
N°2

BIBLIOTECA ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL GUAYAQUIL

Gráfico 4.124. 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 correctamente la pregunta en un 91% demostrando el manejo de conceptos y términos bursátiles; con un pequeño porcentaje de error del 9%

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

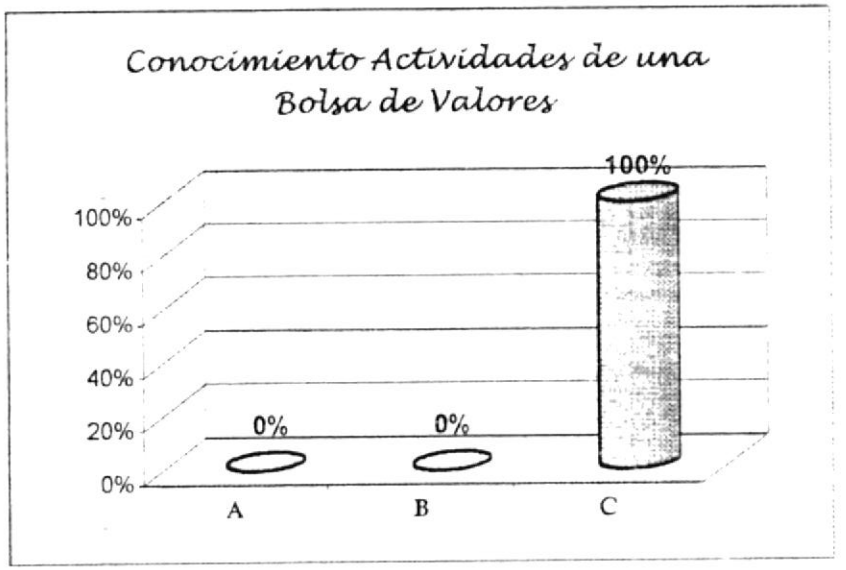
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: MC. Perezllona
Fecha de Elaboración: Agosto 19/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.125. Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores

Acertadamente todos los encuestados demostraron conocer las actividades que se realizan en una Bolsa de Valores

.

Ninguno de los encuestados respondió que la actividad a realizarse dentro de la bolsa fuera proveer servicios financieros lo cual es totalmente correcto o dieron un concepto incompleto de está entidad.

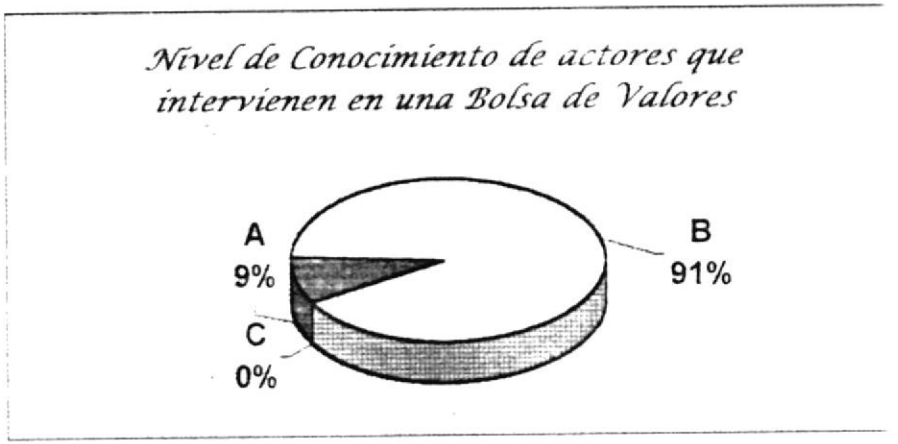


A Negociar Acciones
B Proveer Servicios Financieros y bancarios para los bancos privados y públicos en el país
C Compra y o venta de títulos valores emitidos por empresas (emisoras) y participan también intermediarios y operadores

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: MC. Perezllona
Fecha de Elaboración: Agosto 20/99
Lugar: Guayaquil

Administradora de Fondos
N°4

Gráfico 4.126. Nivel de conocimiento de actores que intervienen en Bolsa Valores

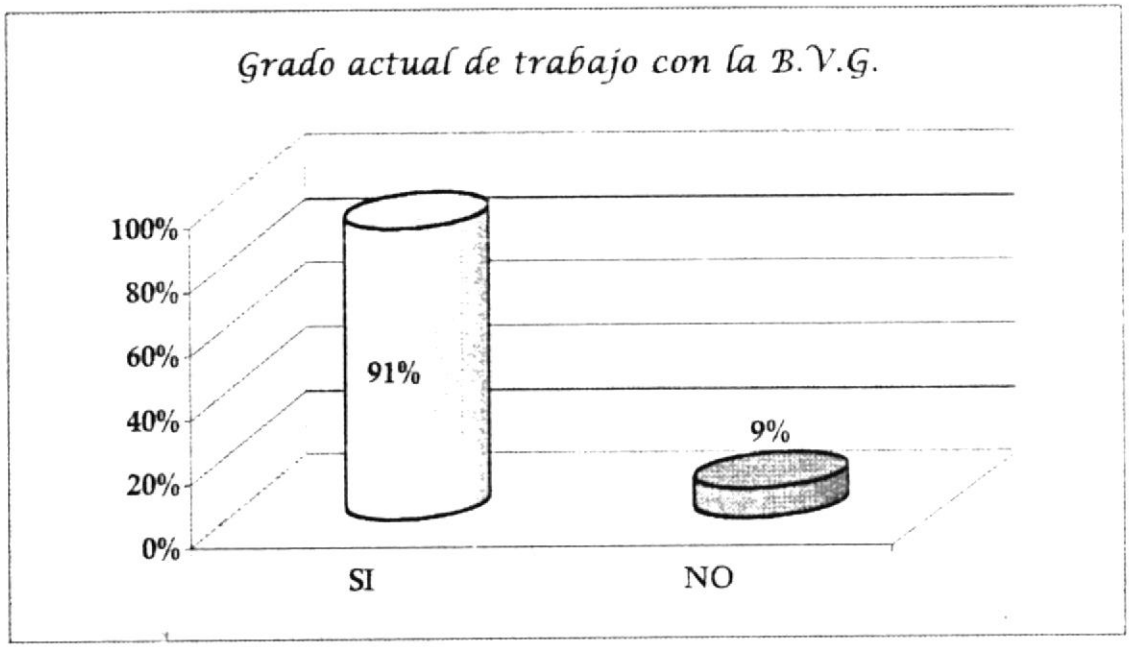


En esta pregunta un 91% respondió que los actores que intervienen directamente en la Bolsa de Valores son los operadores y emisores lo cual es correcto.
Un 9% está repartido equitativamente entre grandes y medianas empresas y gobierno, público y bancos. Los anteriores pueden intervenir pero no lo hacen 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 20/99
Lugar: Guayaquil

Administradora de Fondos
N°5

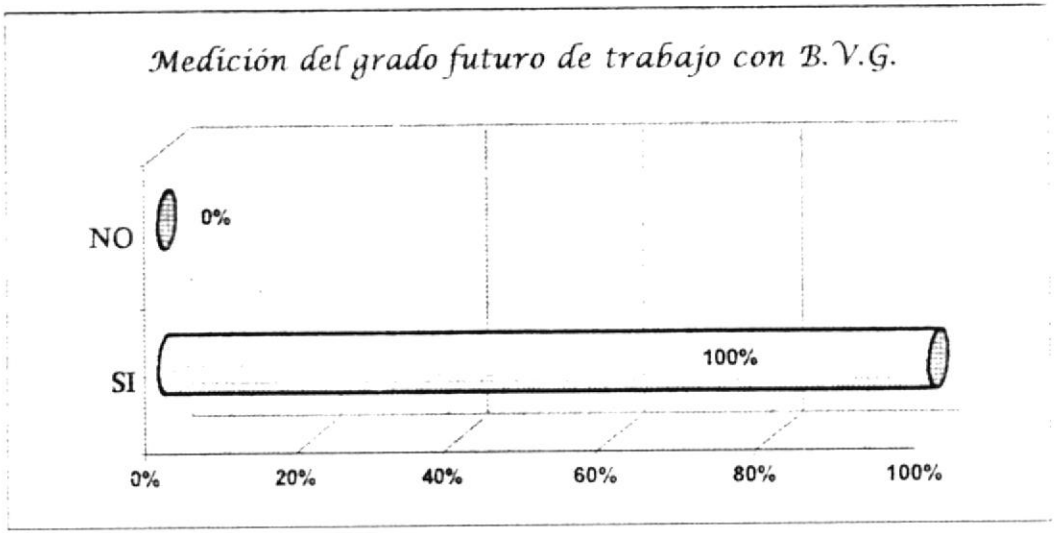
Gráfico 4.127. Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: MC. Perezllona
Fecha de Elaboración: Agosto 20/99
Lugar: Guayaquil

Administradora de Fondos
N°6

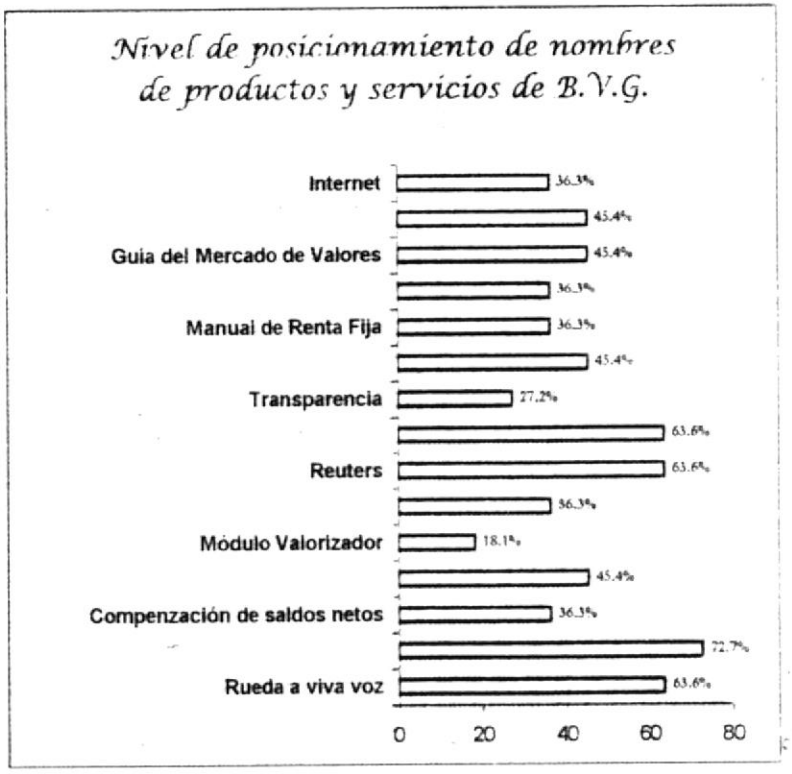
Gráfico 4.128. Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: MC. Perezllona
Fecha de Elaboración: Agosto 21/99
Lugar: Guayaquil

Administradora de Fondos N°7

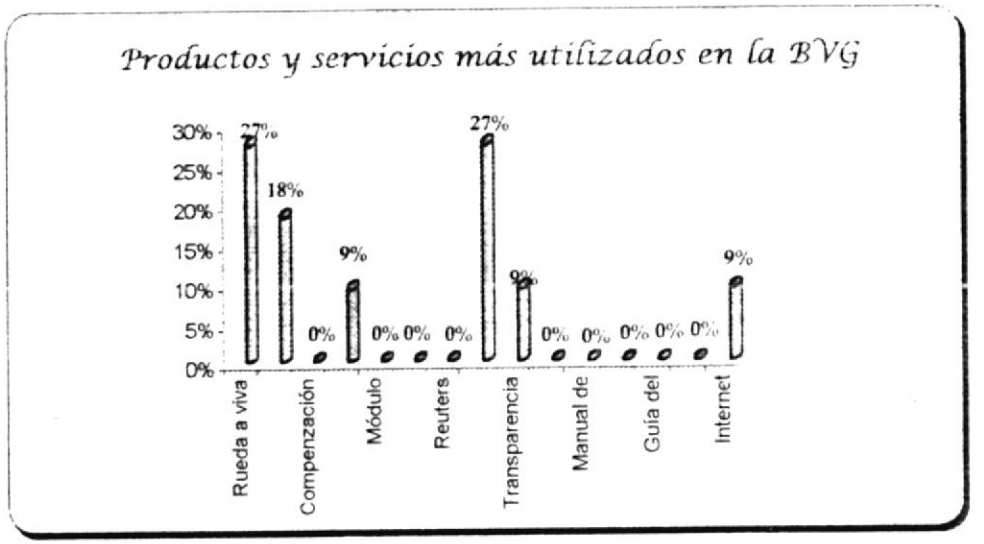
Gráfico 4.129. Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios



Es notable mencionar que los productos más conocidos son la Rueda electrónica con 78%, seguida de Rueda a viva voz, Reuters y Al Cierre con 64% de veces mencionadas cada una. Los Cursos de Capacitación, Guia del Mercado de Valores, Capital, Infobursátil se ubican escasamente superior al promedio de posicionamiento (42%), y los demás productos tienen un posicionamiento dudoso en las Administradoras de Fondos ya que se encuentran por debajo del nivel de posicionamiento aceptable.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: MC. Perezllona
Fecha de Elaboración: Agosto 21/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.130. Productos y servicios más utilizados en la BVG



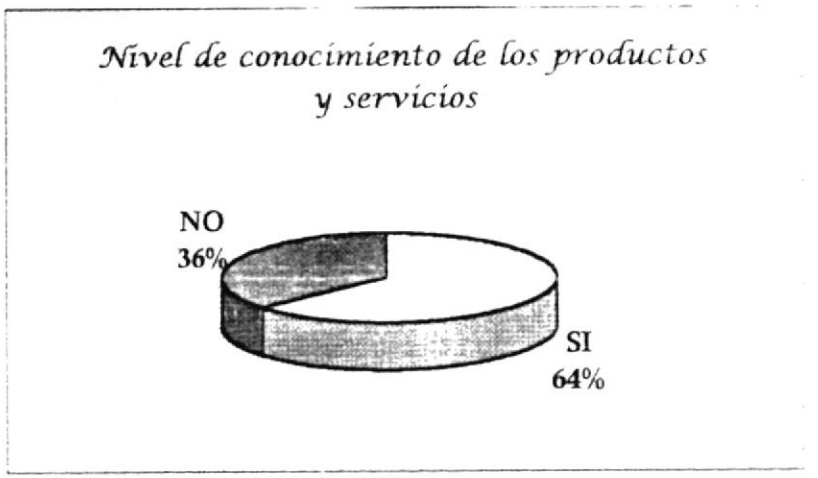
Ante la pregunta de cuál es el producto mayormente utilizado notamos que Al Cierre y la Rueda a viva voz lleva la delantera con un 27% ante Rueda Electronica,Transparencia, Inforbursatil e internet que tienen una utilización del 18 y 9%. Los demás productos tienen una nula utilización por parte de este segmento, lo cual es necesario considerar al momento de ofrecer los productos a las Administradoras de Fondos.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: MC. Perezllona
Fecha de Elaboración: Agosto 22/99
Lugar: Guayaquil

Administradora de Fondos
N°9a

BIBLIOTECA
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

Gráfico 4.131. Nivel de conocimiento de los productos y servicios



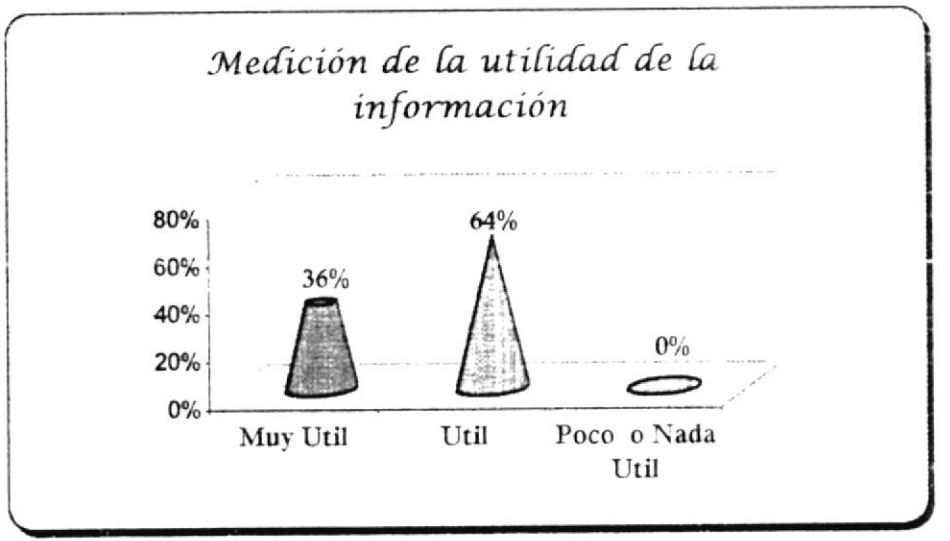
Después de obtener las respuestas anteriores se procedió a preguntar a los encuestados al menos una característica del producto de tal manera que se pueda cuantificar su nivel de conocimiento respecto al producto que dijo haber utilizado y notamos que 64% acertó describir el producto mencionado con lo cual se puede inferir que el conocimiento del producto puede ser tan sólo nominal y no un conocimiento profundo.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: MC. Perezllona
Fecha de Elaboración: Agosto 22/99
Lugar: Guayaquil

Administradora de Fondos
N°96

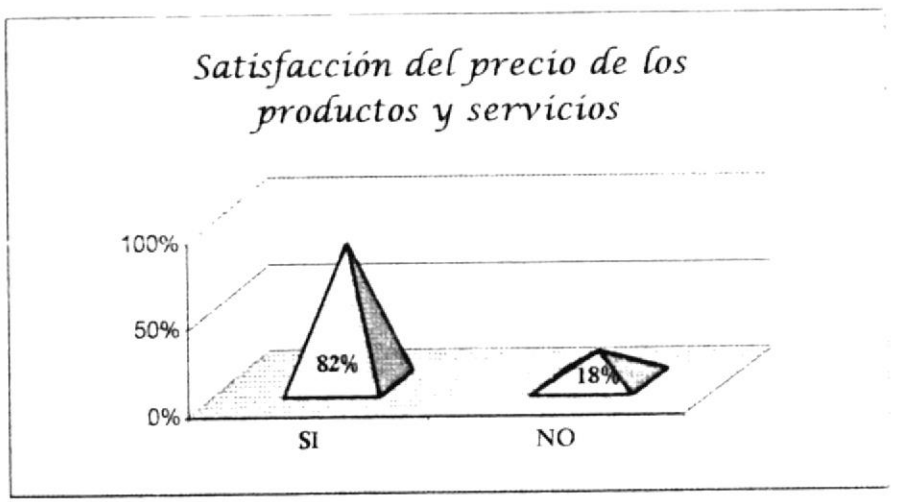
Gráfico 4.132. Medición de la utilidad de la información

Cuando se saca al mercado un producto es necesario la identificación inicial de la necesidades del mercado, para que la utilidad de los productos sea la suficiente, lo que induce a una mayor penetración en el mercado. El índice de utilidad de los productos y servicios de la B.V.G., es decir cuánto de lo dado o recibido por ellos les ha servido es de 8,09 que es un índice que califica como útil la información entregada.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: MC. Perezllona
Fecha de Elaboración: Agosto 22/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.133. Satisfacción del precio de los productos y servicios

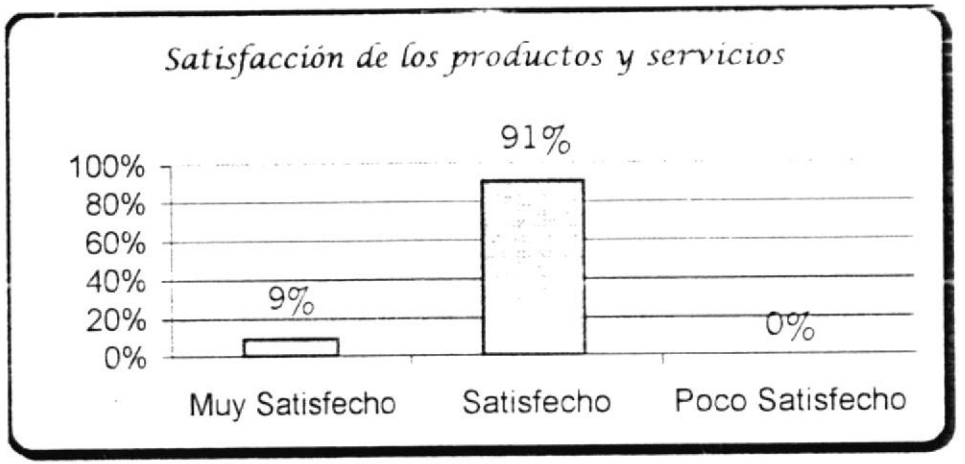


Al preguntarles si se encontraban satisfechos con el precio de los productos y servicios un 82% respondió que sí y un 18% consideró lo contrario. Podemos notar que el **Indice de Satisfacción = 8.36%** califica al precio de los productos y servicios como Mediano lo cual podría ser concebido como una calificación de Aceptable y no muestra un nivel de satisfacción Alto o el esperado por la Bolsa de Valores

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: MC. Perezllona
Fecha de Elaboración: Agosto 22/99
Lugar: Guayaquil

Administradora de Fondos
N°11

Gráfico 4.134. Satisfacción de los productos y servicios



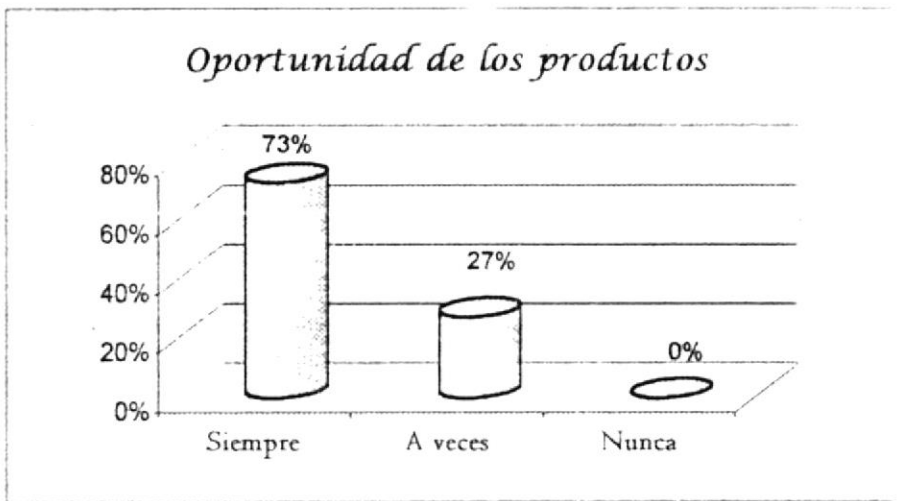
Cuando les preguntamos el grado de satisfacción de los productos y servicios un 25% respondió encontrarse Muy Satisfecho y 75% se calificó solo Satisfecho. El **Indice de Satisfacción = 7.27%** califica satisfacción de los productos y servicios como solamente Satisfecho lo cual es digno de acotar debido a que la satisfacción de un producto y/o servicio va a incidir directamente en la percepción de la calidad del servicio y por ende en la imagen de una institución, menos de 7 se consideraria ya como insatisfacción de los clientes.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: MC. Perezllona
Fecha de Elaboración: Agosto 22/99
Lugar: Guayaquil

Administradora de Fondos
N°12

Gráfico 4.35. Oportunidad de los productos

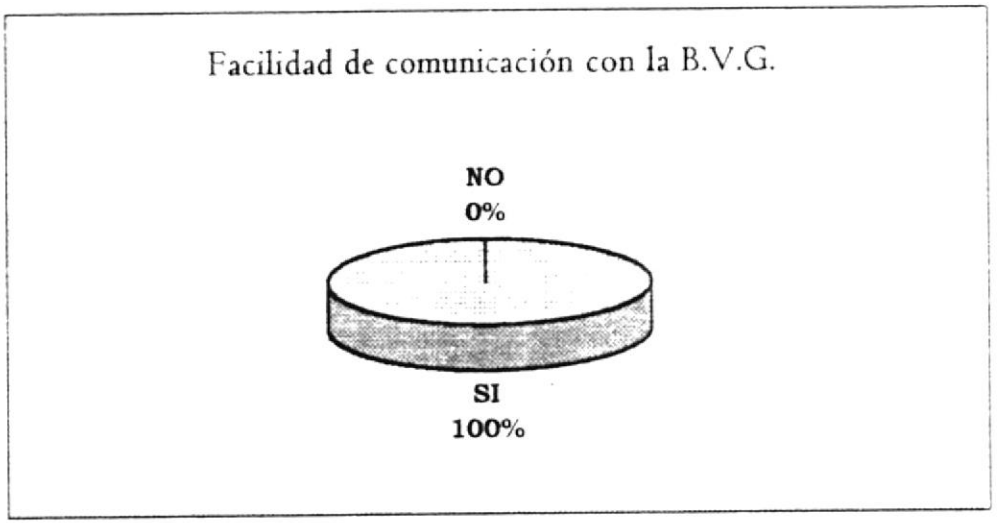
Cuando medimos cuán oportuno les parecían los productos respondieron en su mayoría (73%) que siempre llegaban a tiempo y el restante (27%) indicó que A veces. El **Indice de satisfacción =8,77%** con respecto a lo oportuno que son sus productos nos muestra que este grupo de clientes perciben que la institución les hace llegar sus productos con una frecuencia muy baja en comparación al valor esperado.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: MC. Perezliona
Fecha de Elaboración: Agosto 22/99
Lugar: Guayaquil

Administradora de Fondos
N°13

Gráfico 4.136. Facilidad de comunicación con la B.V.G.



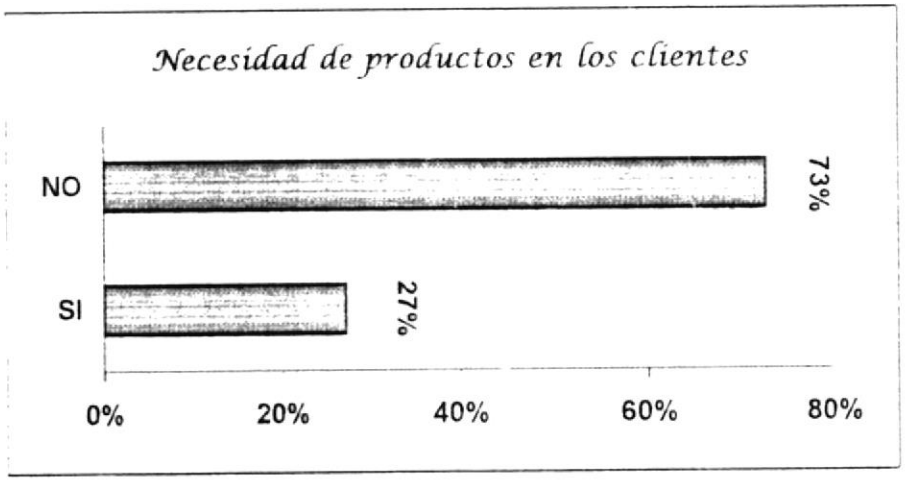
Cuando medimos cuán fácil resultaba comunicarse con la BVG un 100% respondió que era fácil de comunicarse cuando se lo necesita demostrando un alto nivel de comunicación entre la BVG y las personas que trabajan con ella.

Fuente Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por MC. Perezllona
Fecha de Elaboración Agosto 22/99
Lugar. Guayaquil

BIBLIOTECA
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

Administradoras de Fondos
N°14

Gráfico 4.137. Necesidad de Productos Diferentes



Al preguntarles si necesitaban algún producto diferente a los que ofrecía la BVG un 73% respondió que NO, que se encontraban satisfechos con los existentes sin embargo un 27% mostró su necesidad de otros en el caso de uno que citó que Facilidad de financiamiento para cualquier negocio podría ser uno de los productos a ser útiles a futuro. El **Indice de Satisfacción = 3.45%** muestra que los clientes externos se encuentran en el rango de insatisfación, lo cual muestra que la BVG puede aún crear mejores productos para satisfacer estas y otras necesidades.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: MC. Perezllona
Fecha de Elaboración: Agosto 22/99
Lugar: Guayaquil

4.2.2.5. Gráficos y Análisis de Seminarios

Este es un grupo objetivo conformado por personas que han recibido algún seminario o conferencia dictado por la B.V.G., es decir han recibido información directa de la misma, por lo tanto su conocimiento debe ser mayor al promedio general, aunque es importante tomar en cuenta que las encuestas no fueron realizadas inmediatamente después de los seminarios.

El conocimiento sobre el Mercado Bursátil y la Bolsa de Valores en si es bueno, pues en resultados se obtuvieron:

Conocimiento de lo que es el Mercado Bursátil	83%.
Conocimiento de lo que se negocia en le Mercado Bursátil	86%
Que es una Bolsa de Valores	71%
Actividades que se realizan en una Bolsa de Valores	59%
Actores de una Bolsa de Valores	58%
PROMEDIO DE CONOCIMIENTO	**71.4%**

Los porcentajes más preocupantes por ser los más bajos, son los que se refieren al conocimiento de la Bolsa de Valores en si, pues el objetivo de

estas charlas es el de ir generando una cultura bursátil, y para ello se requiere que los asistentes conozcan que es y que hace una Bolsa de Valores para en un futuro participar en ella. Este porcentaje podría mejorarse con un seguimiento de las capacitaciones, para que las acciones no sean aisladas y se genere en realidad una cultura bursátil.

Hace falta una mayor profundización en la parte técnica del manejo de la Bolsa de Valores para generar un verdadero conocimiento de la misma.

El 93% de aquellas personas que ya recibieron un seminario de la B.V.C., volverían a recibir otro seminario o conferencia dictado por la misma. El objetivo de esta pregunta, a parte de indicar el gran mercado potencial que existe en un futuro para las capacitaciones (siempre y cuando la estabilidad económica del país empiece a sentirse), refleja la buena imagen de la B.V.G., la satisfacción con el servicio y el interés en los temas bursátiles.

El promedio del conocimiento de los productos y servicios de los asistentes a seminarios dictados por la BVG es muy bajo, apenas representa un 29,6%, o sea que en promedio, solo 3 de cada 10 chicos

conocen sus productos y servicios. Además 9 de los 15 productos y servicios ni siquiera alcanzan este promedio.
Los servicios más conocidos son: Conferencias y seminarios, Rueda a viva voz, Internet (página Web), Boletín Al cierre.

Que son los que generalmente son presentados durante las charlas de la B.V.G. Se podrían dirigir otros informativos a este segmento, logrando que sean objeto de consulta para investigaciones.

El índice de utilidad de los productos y servicios de la B.V.G es de 7,99 que es un índice bastante bajo, calificando a la información entregada en los seminarios como poco útil. Este índice puede reflejar el hecho de que este grupo objetivo son estudiantes que aún no entran en el campo profesional y que no han tenido oportunidad y/o necesidad de utilizar toda la información entregada.

Al medir la satisfacción de los precios de los productos, se mide parte de la percepción general de la satisfacción del producto y/o servicio utilizado. El índice de satisfacción en el precio es 8,65 lo que en estos casos es un valor de aceptable.

La satisfacción de un producto y/o servicio va a incidir directamente en la percepción de la calidad del servicio y por ende en la imagen de una institución. El índice de satisfacción de los seminarios y conferencias dictadas por la B.V.G. es de 7,6, lo que quiere decir que existen factores que están perjudicando este valor en gran medida. Este índice es bajo, puesto que menos de 7 se considera como insatisfacción de los clientes.

La necesidad de nuevos productos es baja, y los ya existentes tampoco son muy utilizados, debido a que la necesidad de ellos no es aún latente por su actividad de estudiantes.

A pesar de esto, aquellos que vieron la necesidad expresaron sus peticiones, tales como:

- Facilidad de financiamiento para cualquier negocio
- Facilidad para negociación entre empresas sin negociar títulos valores
- Títulos Internacionales

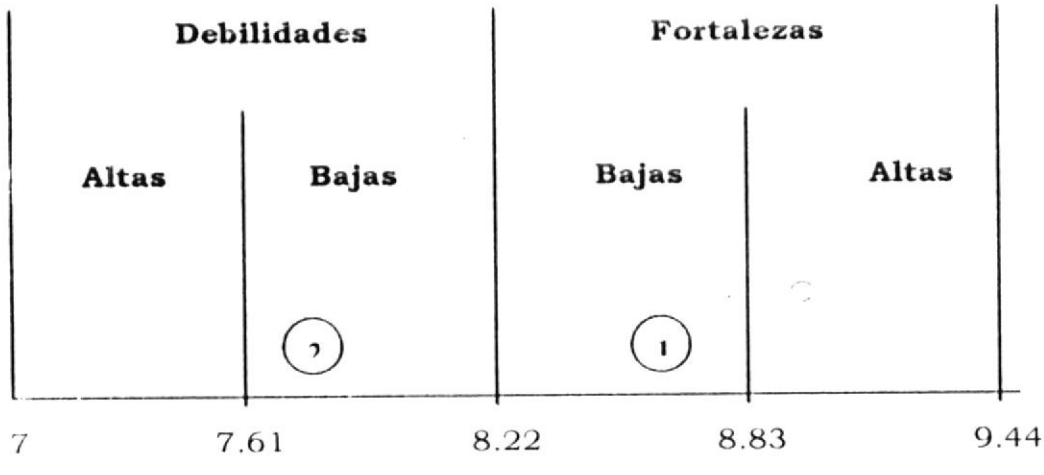
Cuadro 4.286 Indices de Seminarios

	INDICES	VALORES
1	Indice de Utilidad de Información prod/serv	**8.65**
2	Indice de Satisfacción General	**7.79**
	Indice Satisfacción del precio	7.99
	Indice Satisfacción de los prod y servicios	7.6

Fuente: Investigación de mercado para la BVG
Elaborado por: L. Cisneros
Fecha de Elaboración: Septiembre 28/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.293 Perfil de Fuerzas y Debilidades en Seminarios

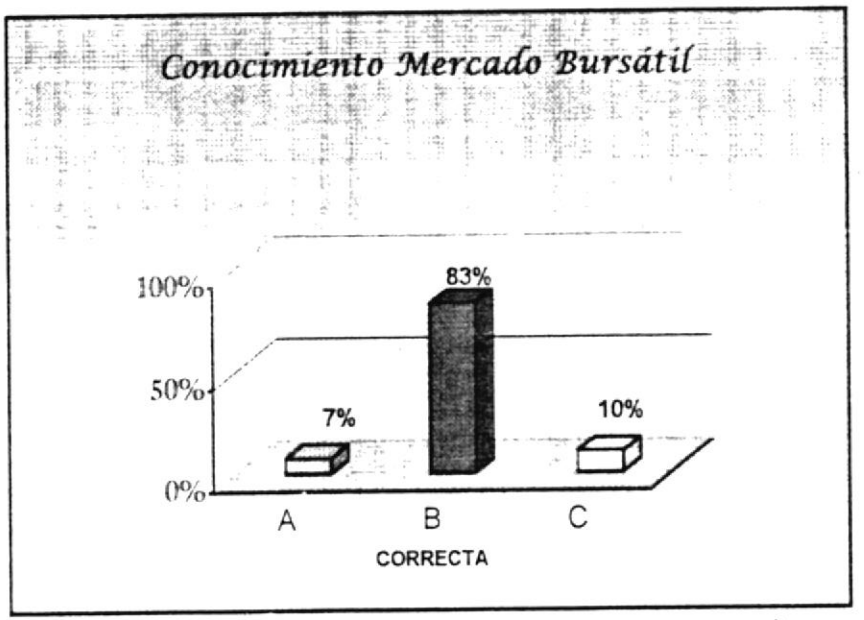
Promedio de Indice de Seminarios: 8.22
Desviación Estándar: 0.608



Fuente: Investigación de mercado para la BVG
Elaborado por: L. Cisneros
Fecha de Elaboración: Septiembre 28/99
Lugar: Guayaquil

De acuerdo a este análisis la B.V.G., posee como fortaleza baja la utilidad de la información, lo cual habla de los esfuerzos por brindar una correcta información que facilite el conocimiento del mercado. Tiene como una debilidad baja ante los asistentes a seminarios la satisfacción del precio y de los productos/servicios, aspecto que se debe mejorar debido a que lo que se busca es incrementar la asistencia de estos a los mismos.

Gráfico 4.138 Nivel de conocimiento del mercado bursátil



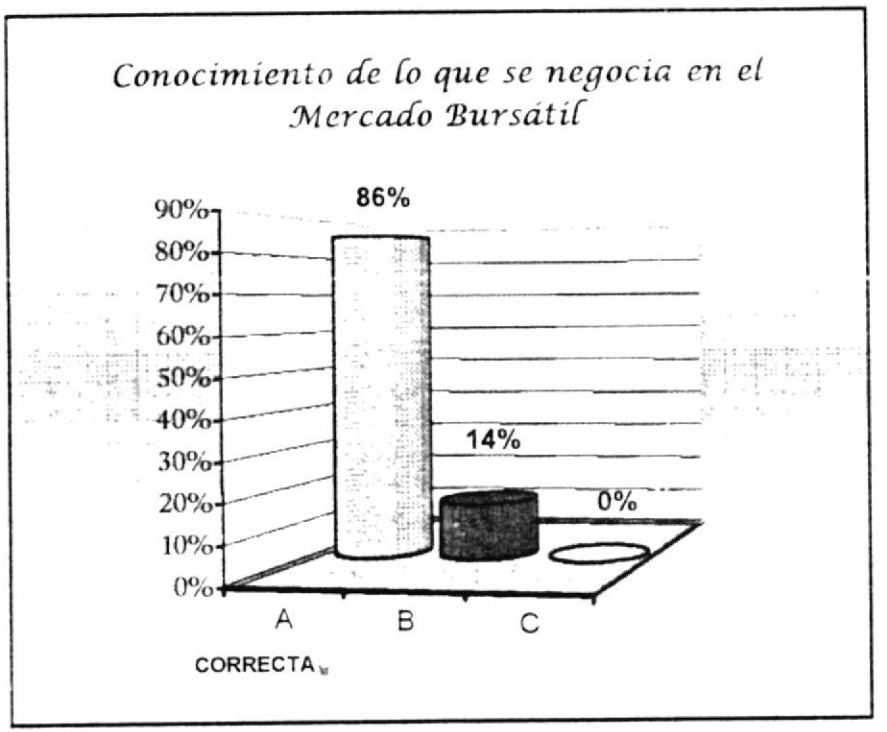
Al ser este un grupo objetivo conformado por personas que han recibido algún seminario de la B.V.G. Esperábamos que el porcentaje de conocimiento del Mercado Bursátil y de la Bolsa de Valores sea alto, lo cual se ha ratificado en esta pregunta, puesto que el conocimiento de lo que es el Mercado Bursátil es del 83%

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: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.139 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el merc. bursátil

En esta ocasión, vemos reflejado nuestra hipótesis presentada en la pregunta anterior, pues los estudiantes que han asistido a los eventos de la B.V.G. Conocen en un 86%, lo que se negocia en el Mercado Bursátil.

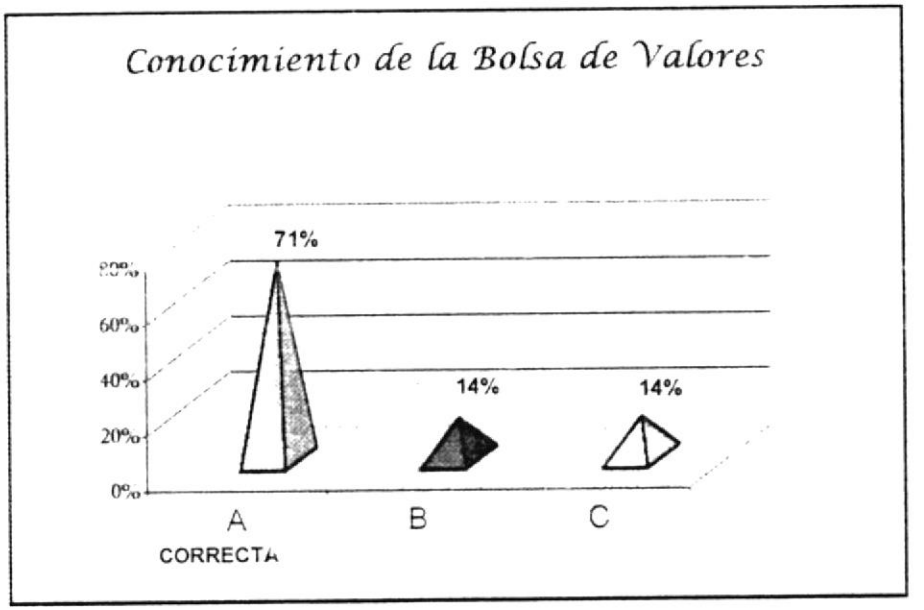


A: Acciones, obligaciones, pagarés, bonos
B: Hipotecas, cupones, bonos
C: Cheques a fecha, dinero

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

Gráfico 4.140 Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores

Esta pregunta, a pesar de tener un buen porcentaje de acertividad de lo que es una Bolsa de Valores, 71%, no deja de llamar la atención, puesto que el porcentaje en casos de medicion del conocimiento aceptable es del 80%, y éste está por debajo del mismo. Tomemos en cuenta que este grupo recibió información directa de lo que es una Bolsa de Valores y específicamente de la de Guayaquil



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

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

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

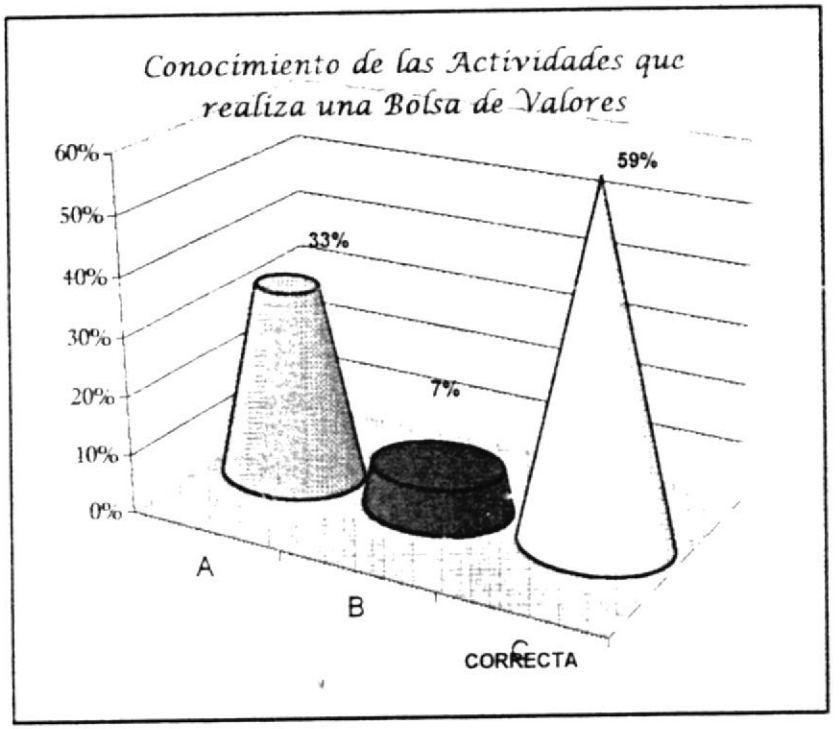
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto/99

Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.141 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores

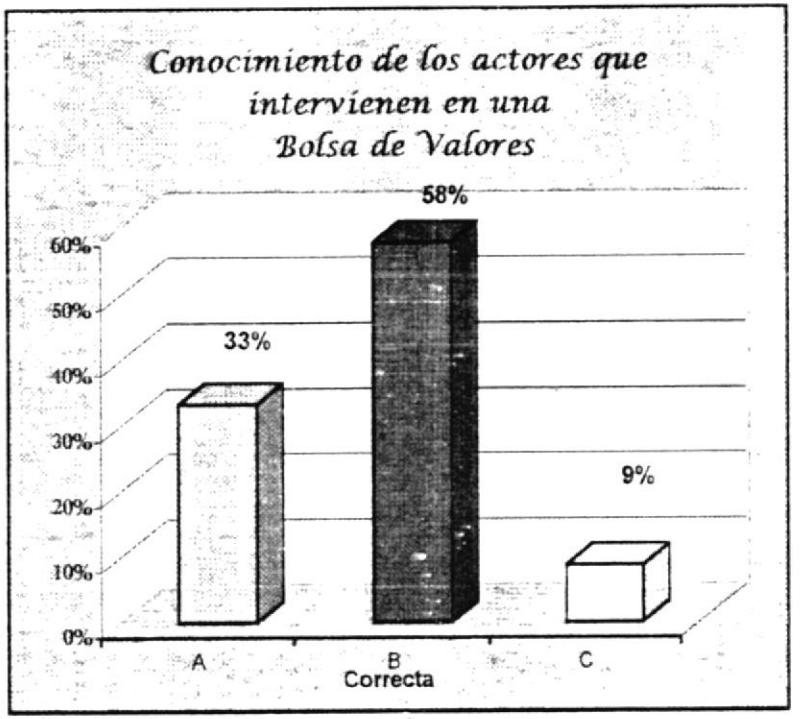


Este porcentaje es mucho más preocupante, pues el fin de estas cahrlas es el de ir generando una cultura bursátil, y para ello se requiere que los asistentes conozcan que hace una Bolsa de Valores para que en un futuro puedan participar de ella. Este 59% podria mejorarse con un seguimiento de las capacitaciones, para que las acciones no sean aisladas y se genere en realidad una cultura bursátil

A: Negociar acciones
B: Proveer servicios financieros y bancarios para los bancos privados y públicos en el pais
C: Compra y/o venta de titulos valores emitidos por empresas y participan tambien intermediarios y operadores

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

Gráfico 4.142 Nivel de conocimiento actores que intervienen en bolsa de valores



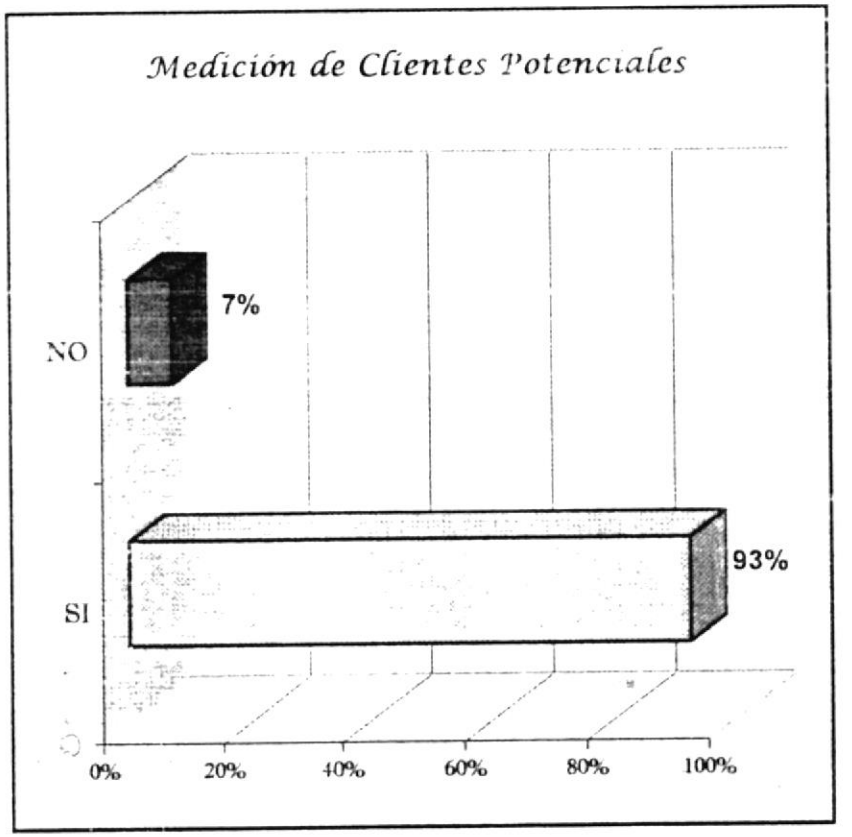
Hace falta una mayor profundización en la parte técnica del manejo de la Bolsa de Valores para generar un verdadero conocimiento de la misma, lo que se puede dar con el seguimiento a las charlas introductorias. Solo el 58% de los asistentes a los seminarios conocen cuales son los actores de una Bolsa de Valores.

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

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

Gráfico 4.143 Medición de Clientes Potenciales

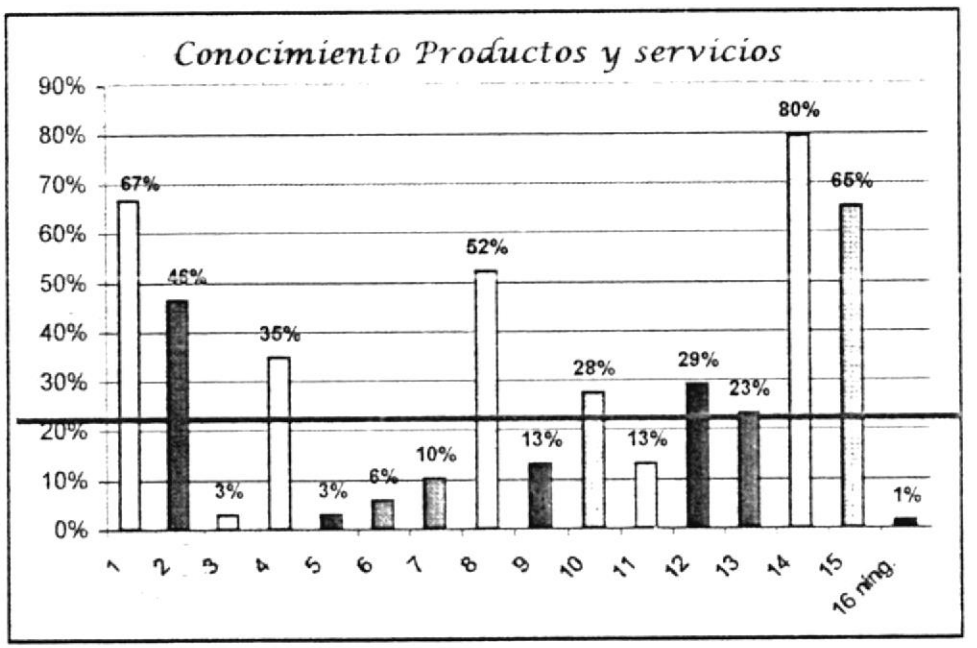
El objetivo de esta pregunta, a parte de indicar el gran mercado potencial que existe en un futuro para las capacitaciones (siempre y cuando la estabilidad económica del pais empiece a sentirse), refleja la buena imagen de la B.V.G. Y el interés en los temas bursátiles, lo que puede entender la Bolsa como un futuro prometedor para una cultura bursátil en el pais.



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

Gráfico 4.144 Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios

El promedio del conocimiento de los productos y servicios de la Bolsa de Valores por quienes fueron instruidos acerca de ello es muy bajo, apenas representa un **29,6%**, o sea que en promedio, solo 3 de cada 10 chicos que recibieron algún serminario de la BVG conocen sus productos y servicios. 9 de los 15 productos y servicios ni si quiera alcanzan este promedio, lo cual si tomamos en cuenta que este grupo ya conoce la Bolsa es preocupante.
Los servicios más conocidos son 5 puntas claras, en primer lugar las conferencias y seminarios (obviamente), luego la rueda a viva voz, el internet (página web) y el boletín Al cierre.



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 Didactica 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/99
Lugar: Guayaquil

Seminarios
Nº 7

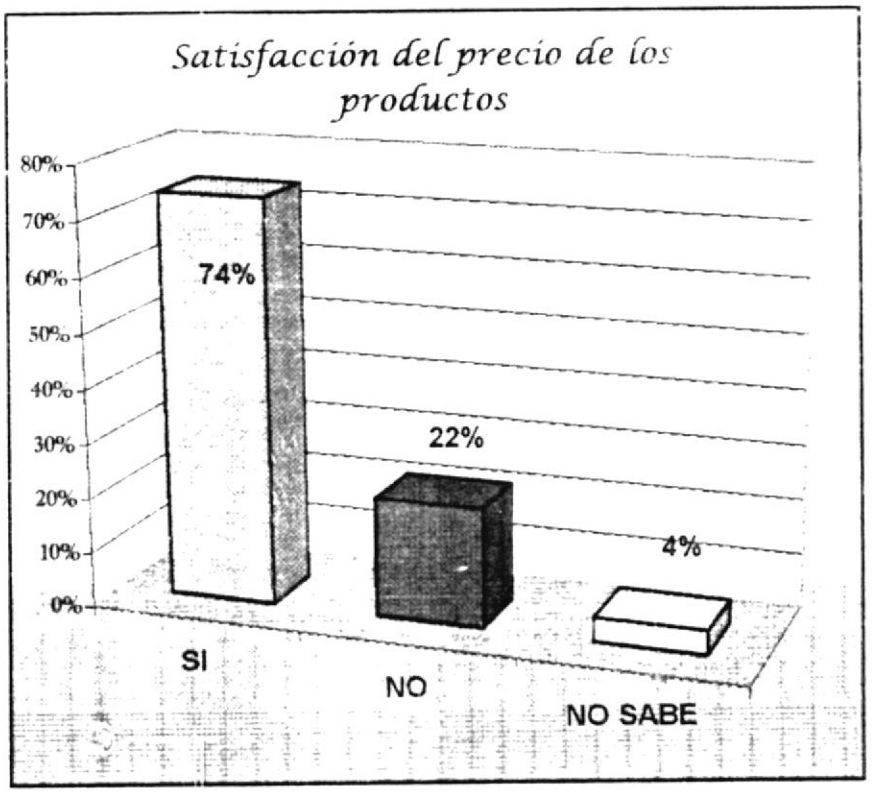
Gráfico 4.145 Utilidad de los productos y servicios para clientes

Cuando se saca un mercado el producto es necesario la identificacion inicial de la necesidades del mercado, para que la utilidad de los productos sea la suficiente lo que induce a una mayor penetración en el mercado. El índice de utilidad de los productos y servicios de la B.V.G., es decir cuánto de lo dado o recibido por ellos les ha servido es de 7,99 que es un indice que califica como útil la información entregada. Este índice puede reflejar el hecho de que estos grupo objetivo son estudiantes que aún no entran en el campo profesional y que no han tenido oportunidad y/o necesidad de utilizar toda la información entregada.

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

Cuadro 4.146 Satisfacción del precio de los productos y servicios

Al medir la satisfacción de los precios de los productos, se mide parte de la percepción general de la satisfacción del producto y/o servicio utilizado. Algunos de este grupo objetivo no han tenido oportunidad de vincularse más al mercado aún, por ello hay un porcentaje, que aunque pequeño es significativo de respuestas que no conocen otros productos en el mercado con los que pudieran comparar y medir su satisfacción. El índice de satisfacción en el precio es 8,65 lo que indica que la satisfacción es mediana.



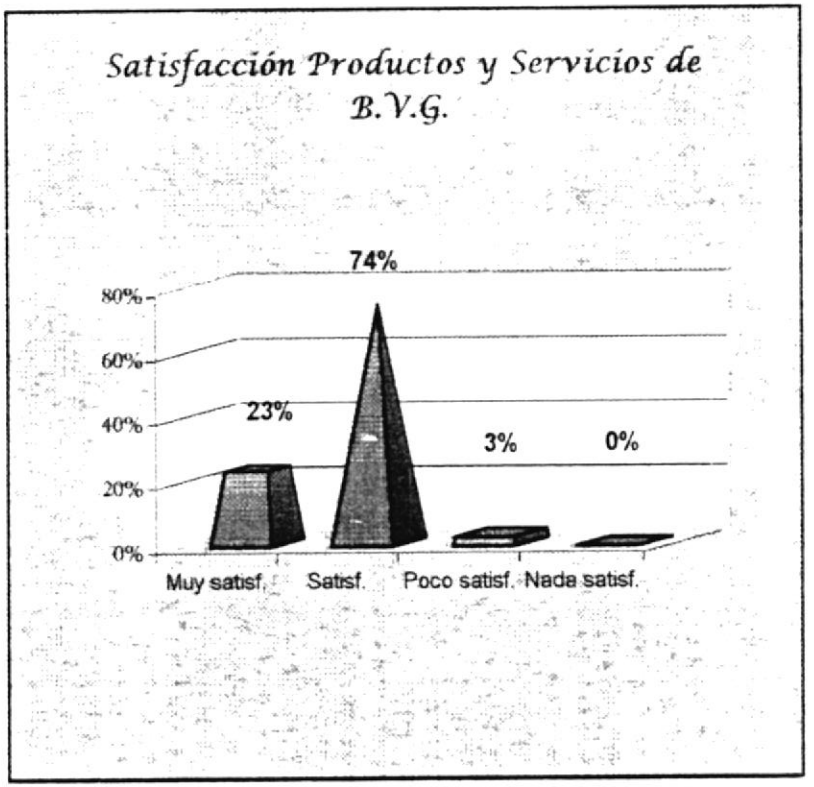
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto/99

Lugar: Guayaquil

Cuadro 4.147 Satisfacción de los productos y servicios



La satisfacción de un producto y/o servicio va a incidir directamente en la percepción de la calidad del servicio y por ende en la imagen de una institución. El índice de satisfacción medido en este grupo que básicamente ha recibido seminarios y conferencias de la B.V.G. es de 7,6, lo que quiere decir que están satisfechos, pero este índice se encuentra bajo, puesto que menos de 7 se consideraría ya como insatisfacción de los clientes.

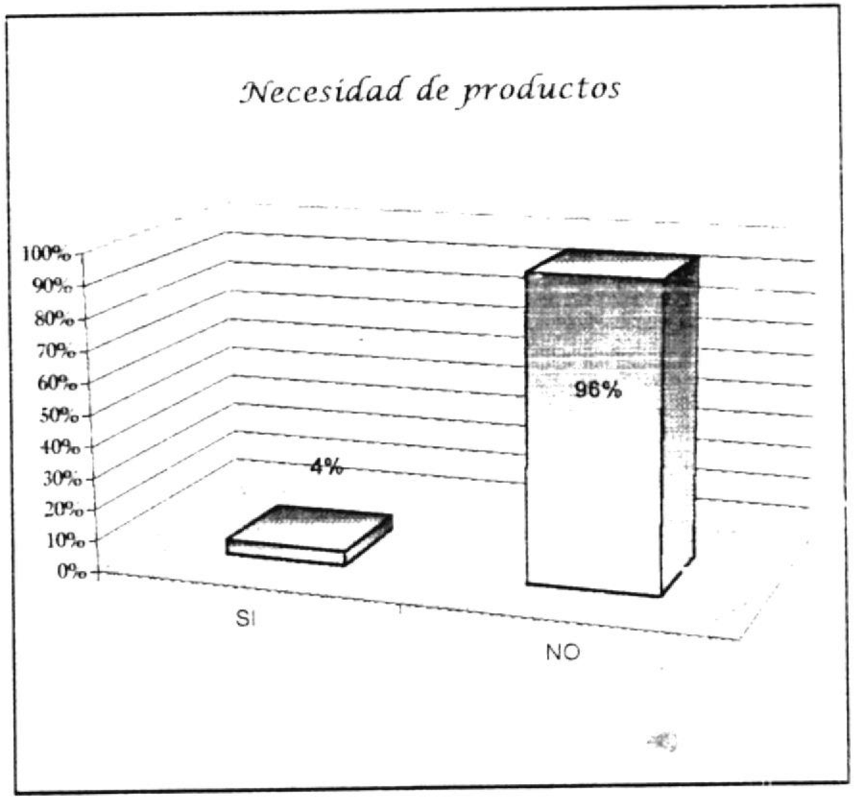
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: L. Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto/99
Lugar: Guayaquil

Seminarios
Nº 10

Gráfico 4.148 Necesidad de Productos Diferentes

Dado el grupo objetivo, estudiantes preparándose para ser profesionales, la necesidad de nuevos productos es baja, y los ya existente tampoco son muy utilizados. Aún así, aquellos que vieron la necesidad expresaron sus peticiones, tales como:

* Facilidad de financiamiento para cualquier negocio
* Facilidad para negociación entre empresas sin negociar titulos valores
* Titulos Internacionales



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

4.2.2.6. Gráficos y Análisis de Empresas Canceladas

El conocimiento sobre el Mercado Bursátil y la Bolsa de Valores en sí es bastante bueno, pues en resultados se obtuvieron los siguientes resultados:

Conocimiento de lo que es el Mercado Bursátil	75%.
Conocimiento de lo que se negocia en le Mercado Bursátil	100%
Que es una Bolsa de Valores	88%
Actividades que se realizan en una Bolsa de Valores	88%
Actores de una Bolsa de Valores	75%
PROMEDIO DE CONOCIMIENTO	**85.2%**

Entre nuestros grupos objetivos de información se encuestó a las empresas que han dejado de trabajar con la BVG ya sea porque la empresa lo decidió así, la BVG la canceló por alguna razón o sólo trabajaron por tiempo limitado alguna vez y lo han dejado de hacer en el presente.

Al igual que en los otros grupos objetivos los cuestionamos sobre los productos y servicios. Primero se los evaluó sobre sus conocimientos de mercado bursátil y de la BVG en sí. Se pudo notar que en lo que

respecta a conocimiento de mercado bursátil su nivel está bastante bien ya que respondieron correctamente en un 82% promedio cuando se preguntó significados de mercado bursátil y de bolsa de valores.

Respecto a lo que se negocia en el mercado bursátil el 100% respondió correctamente que son Acciones, obligaciones, pagarés y bonos. En lo que tienen que ver con las actividades que se realizan en la BVG y los actores que intervienen directamente en ella un promedio de 80% respondió correctamente lo que indica niveles bastante buenos para ser empresas que no trabajan actualmente con la BVG.

Es notable que en lo que tiene que ver con los productos y servicios conocidos por la BVG sólo Al Cierre y el Diccionario Financiero y Bursátil obtuvieron valores altos de 75%, dejando a todos los demás productos con porcentajes menores de 50%.

Respecto a la línea promedio es notable que la misma se encuentra ubicada en el rango del 36% a la cual sobrepasan sólo la Rueda a Viva Voz, Guía Didáctica e Infobursátil con 2 puntos, Rueda Electrónica, Conferencias y Cursos e Internet con 12 puntos. Los dos únicos productos que tienen porcentajes representativos son Al Cierre y el

Diccionario Financiero y Bursátil con 75% (29 puntos sobre el promedio).

Al cuestionarlos respecto a los productos más utilizados 50% acordó que es el Boletín Al Cierre, el 50% restante se repartió entre los productos como Rueda a Viva Voz, Transparencia, Manual de Renta Fija y Conferencia y Cursos de Capacitación con 13%.

Respecto al precio de los productos y servicios es notorio que 38% acotó que no estaban satisfechos con los precios lo cual sería de revisar y así 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 7.8% 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 misma falta de manejo diario de los mismos o a su falta de conocimiento respecto a éstos.

En lo que se refiere a la Oportunidad de los productos, 63% recibe los productos cuando los necesitan ubicándose con un puntaje de 8 en la

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL BIBLIOTECA

escala de satisfacción lo cual significa que esperan mucho más y su nivel de satisfacción podría mejorar con un poco más de atención a este grupo que aún cancelado servirían de referencia ya que son empresas con una imagen ya establecida y que trabajaron en algún momento con la BVG.

Cuando les preguntamos si se les hacia fácil comunicarse con la BVG un 87,5% respondió que si y mencionaron que en su mayoría (63%) lo hacían vía telefónica y un 50% vía Fax o promedio de las Casas de valores (25% cada una) lo que indica que éste no es un factor problema en la relación BVG y Empresas Canceladas.

La necesidad de nuevos productos es baja, debido a que no trabajan con la BVG actualmente sin embargo expresaron que necesitan lo siguiente:

- Futuros de Títulos (Divisas)

Cuadro 4.287 Indices de Empresas Canceladas

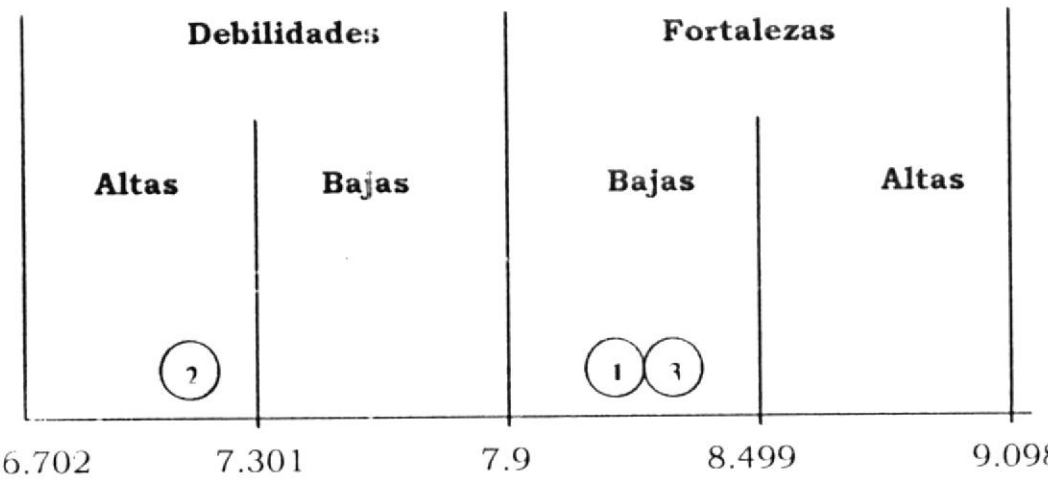
	INDICES	VALORES
1	Indice de Utilidad de Información prod/ serv	**8.20**
2	Indice de Satisfacción	**7.21**
	Indice de satisfacción de precio	6.68
	Indice de satisfacción de prod y servicios	7.75
3	Indice de Oportunidad	**8.29**

Fuente: Investigación de mercado para la BVG
Elaborado por: P. Barrera
Fecha de Elaboración: Septiembre 28/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.294 Perfil de Fuerzas y Debilidades en Empresas Canceladas

Promedio de Indice de Empresas Canceladas: 7.9

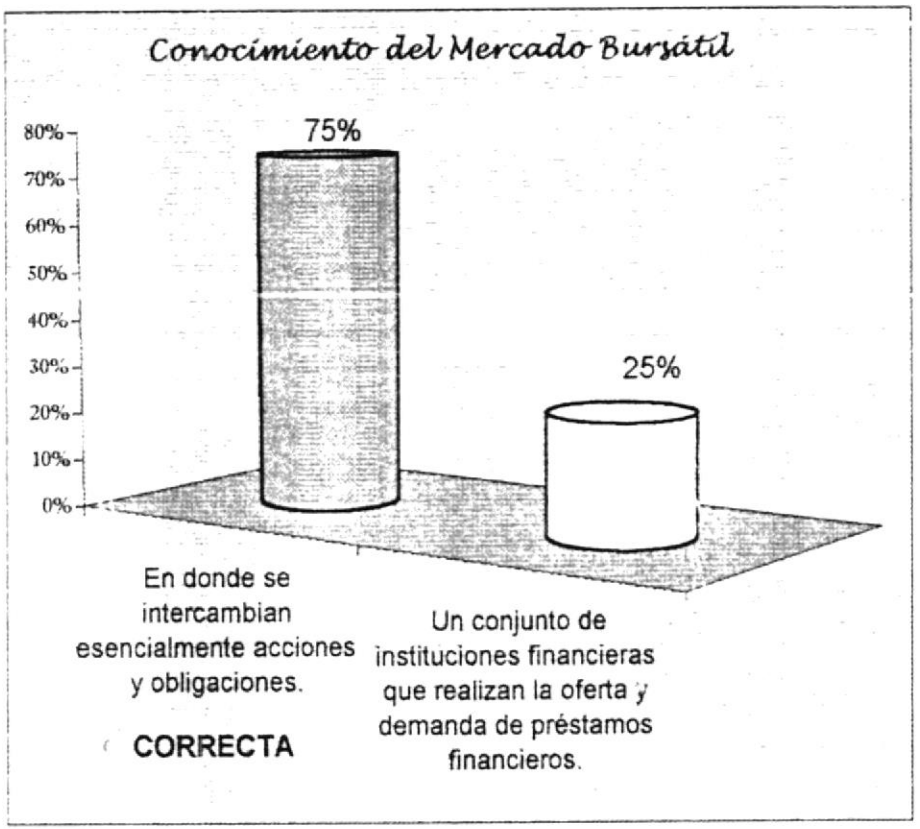
Desviación Estándar: 0.599



Fuente: Investigación de mercado para la BVG
Elaborado por: P. Barrera
Fecha de Elaboración: Septiembre 28/99
Lugar: Guayaquil

Como Fortalezas Bajas se encuentran la Utilidad y Oportunidad de los productos y servicios, como Debilidad Alta se encuentra la Satisfacción de los mismos. Con lo anteriormente expuesto podemos concluir que la razón principal para que las empresas dejen de trabajar con la BVG es la insatisfacción que estas tienen de sus productos y servicios.

Gráfico 4.149. Nivel de conocimiento del mercado bursátil

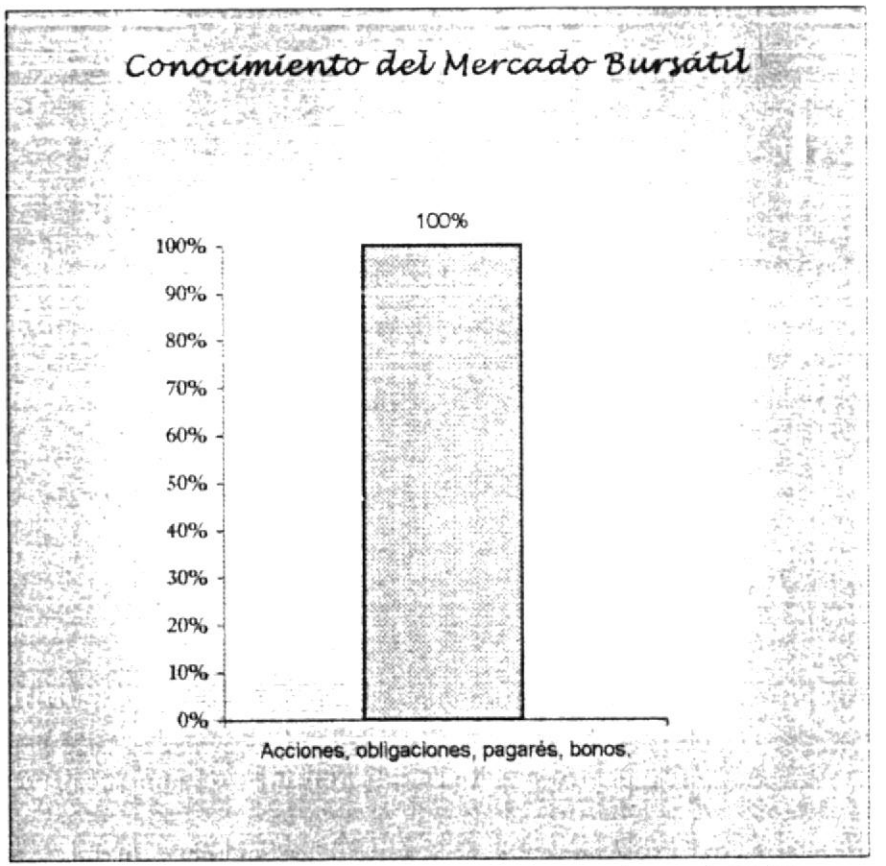


En el estudio del nivel de conocimiento del mercado bursátil de las empresas canceladas podemos notar que un 75% acertadamente acordó que el mercado bursátil es el mercado en donde se intercambian escencialmente acciones y obligaciones permitiendo notar que su nivel de conocimiento está bastante bien, como era de esperarse.
Un 25% no es un nivel alto de desconocimiento sin embargo no debería existir este margen en un mercado con el cual ya se ha trabajado anteriormente.

Empresas Canceladas
N° 1

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: P. Barrera
Fecha de Elaboración: Agosto 20/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.150. Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil



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

Elaborado por: P. Barrera

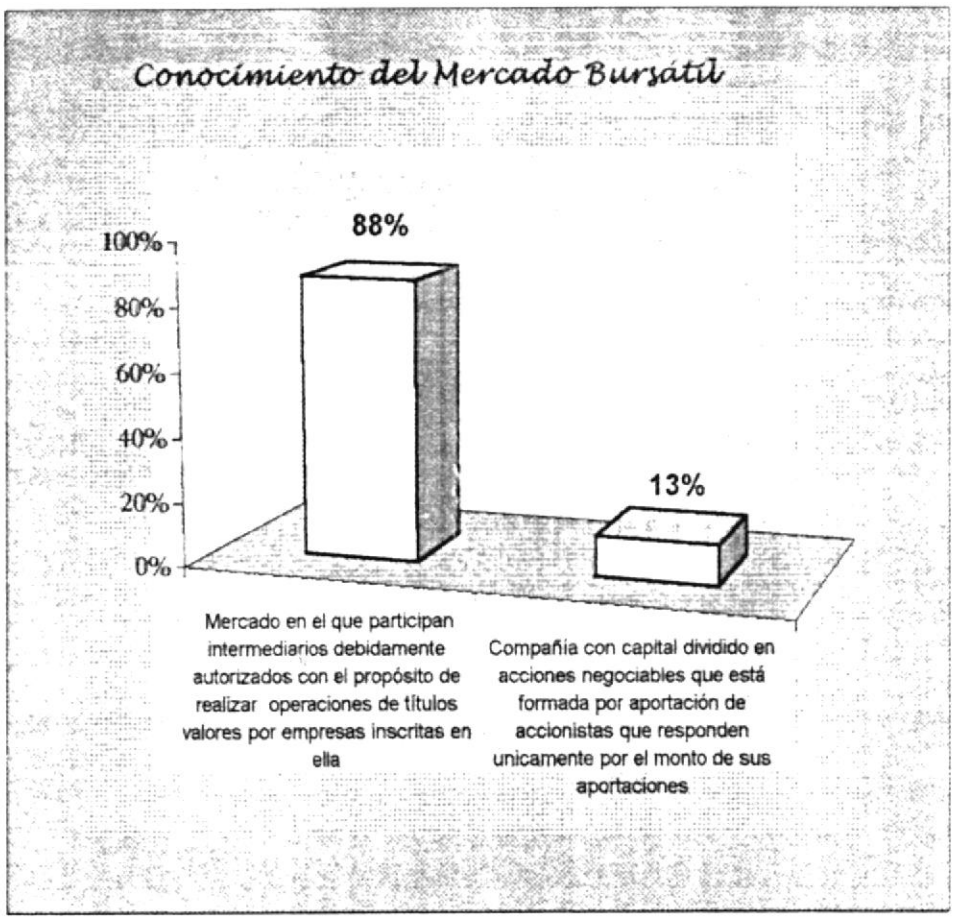
Fecha de Elaboración: Agosto 20/99

Lugar: Guayaquil

En esta pregunta notamos que el 100% acordó acertadamente que lo que se negocia en el mercado bursátil son esencialmente acciones, obligaciones y bonos. Demostranto que su conocimiento en lo que se refiere a lo que se negocia dentro de la Bolsa es completamente correcto y acertado.

Empresas Canceladas
N°2

Gráfico 4.151. Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores



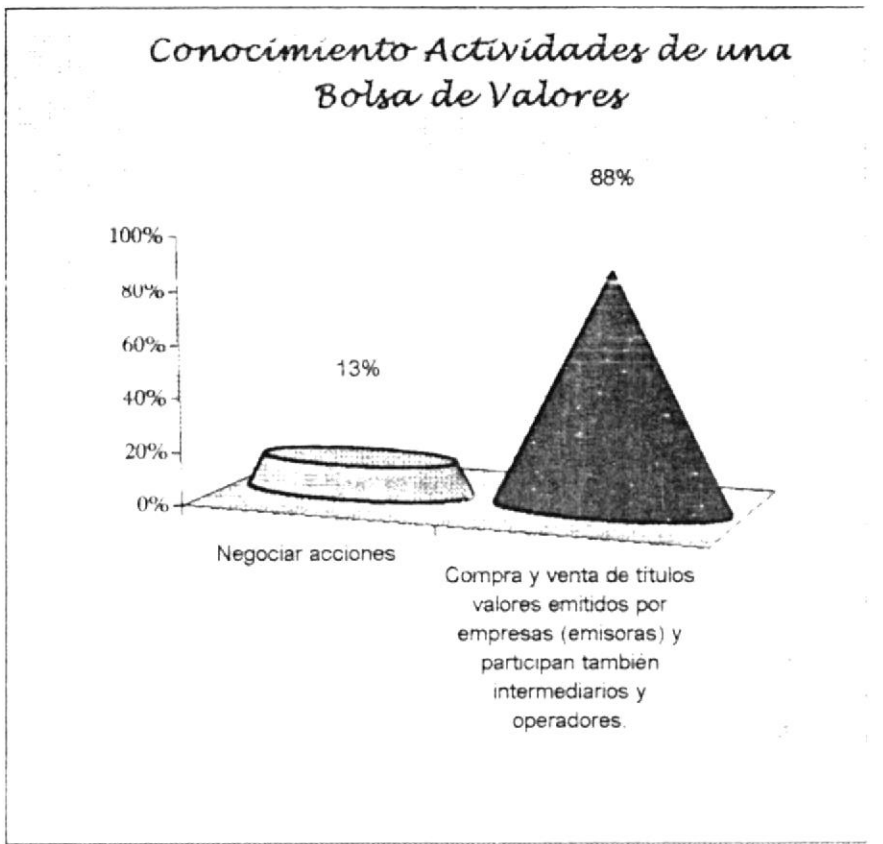
En lo que se refiere al conocimiento de lo que es en sí una Bolsa de Valores, los encuestados respondieron aproximadamente en un 88% correctamente frente a un 13% que confundieron el significado de bolsa de Valores con el de compañía limitada.
Un porcentaje tan alto como es el de 88% demuestra un alto conocimiento de conceptos y términos bursátiles

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: P. Barrera
Fecha de Elaboración: Agosto 21/99
Lugar: Guayaquil

Empresas Canceladas
N°3

Cuadro 4.152. Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores

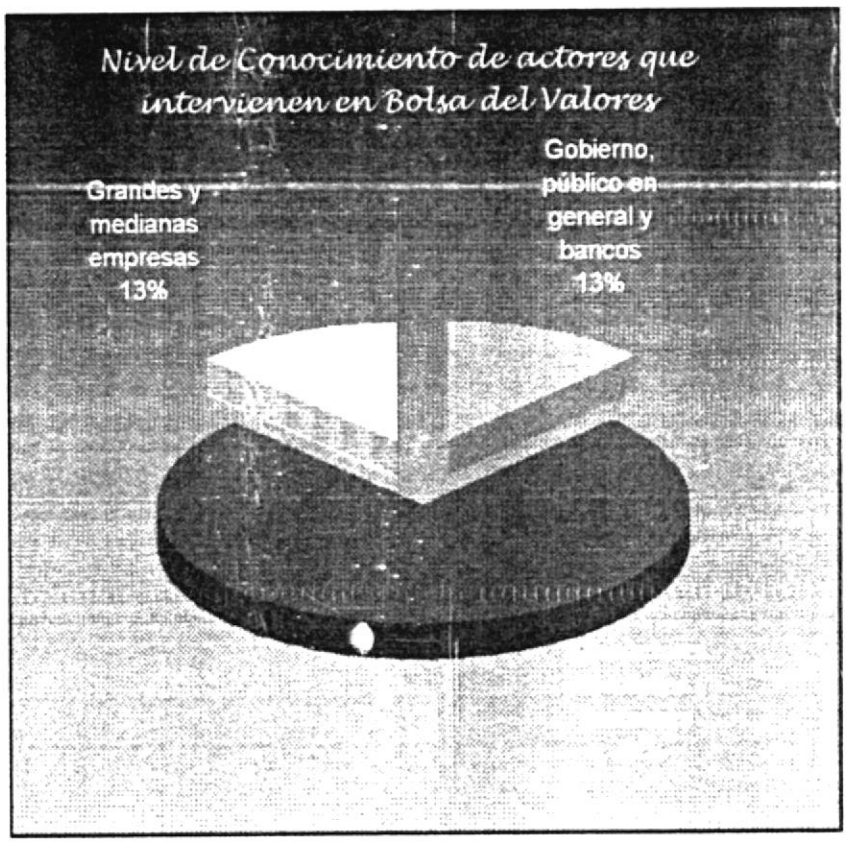
Acertadamente los encuestados demostraron conocer las actividades que se realizan en una Bolsa de Valores y sólo un 13% respondió que las actividades a realizarse dentro de una institución de éste tipo en sólo negociar acciones, lo cual no es una respuesta incorrecta pero sí incompleta. Ninguno de los encuestados respondió que la actividad a realizarse dentro de la bolsa fuera proveer servicios financieros lo cual es totalmente correcto.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: P. Barrera
Fecha de Elaboración: Agosto 21/99
Lugar: Guayaquil

Empresas Canceladas
N°4

Gráfico 4.153. Nivel de conocimiento de actores que intervienen en Bolsa Valores

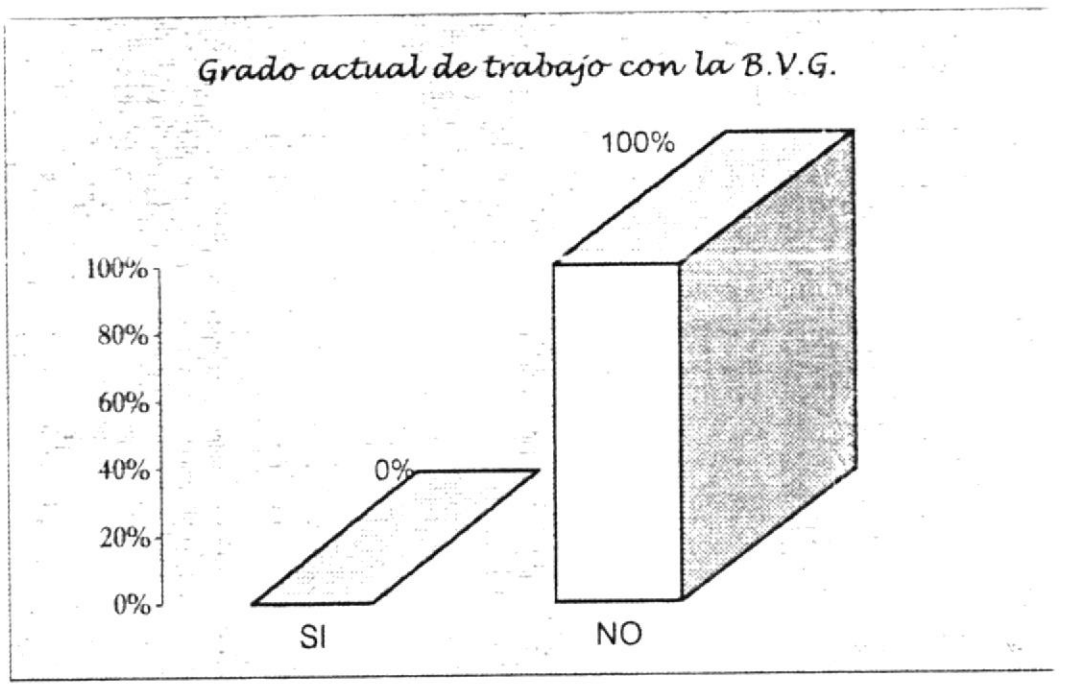


Empresas Canceladas
N°5

En esta pregunta un 74% 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 8.8 del conocimiento en las respuestas anteriores de conocimiento.
Un 26% está repartido equitativamente 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: P. Barrera
Fecha de Elaboración: Agosto 21/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.154. Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G.



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

Elaborado por: P. Barrera

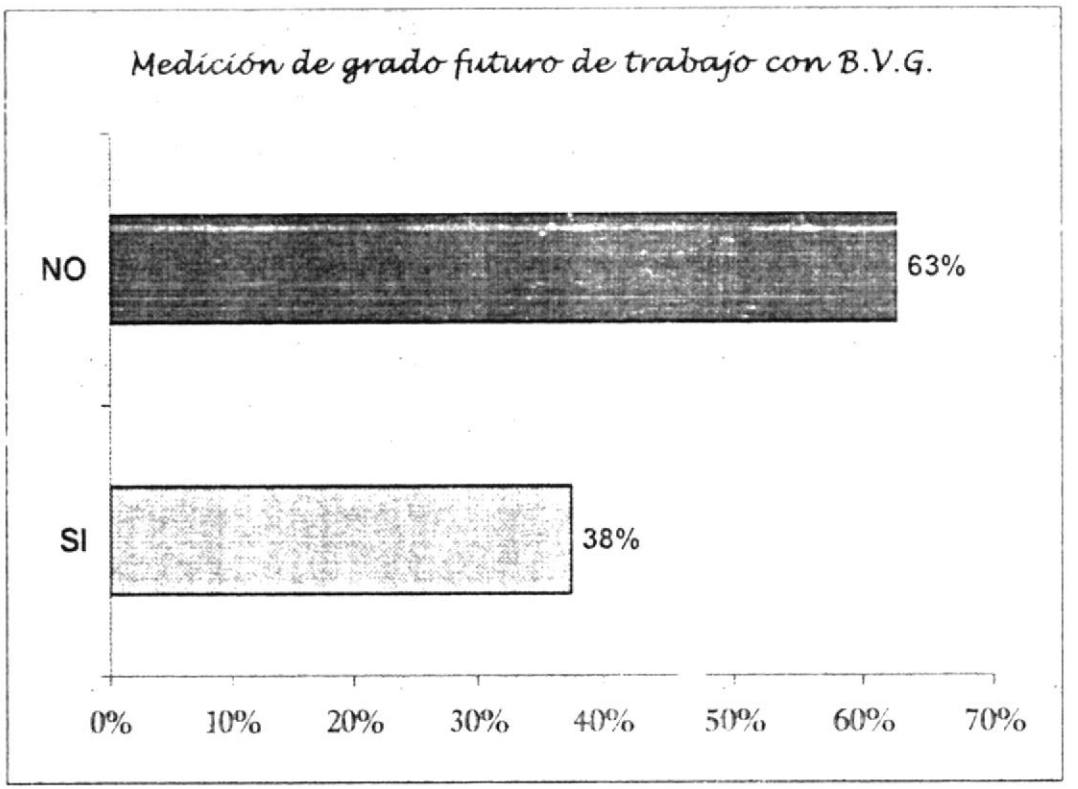
Fecha de Elaboración: Agosto 22/99

Lugar: Guayaquil

Empresas Canceladas

N°6

Gráfico 4.155. **Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G.**



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

Elaborado por: P. Barrera

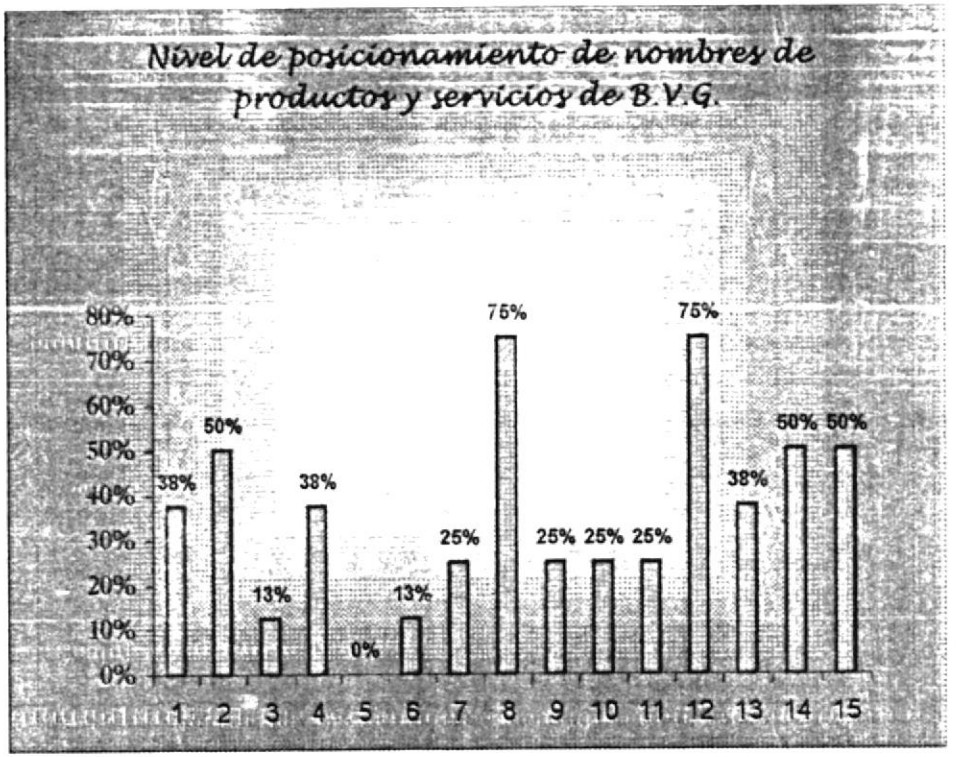
Fecha de Elaboración: Agosto 22/99

Lugar: Guayaquil

Empresas Canceladas

N°7

Cuadro 4.156. Nivel de posicionamiento de nombres de productos y servicios



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

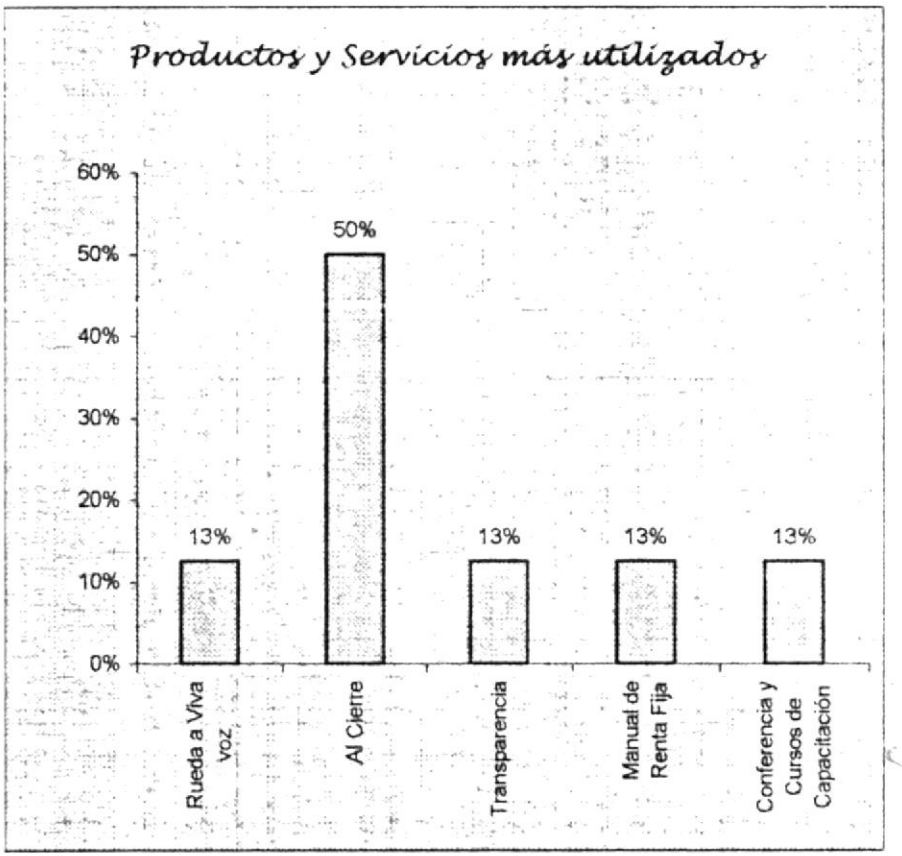
Es notable mencionar que los productos más conocidos son AL Cierre y el Diccionario Financiero y Bursátil con 75% de veces mencionadas, seguidos por la Rueda Electrónica, las Conferencias de capacitación y la Página WEB con 50%.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: P. Barrera
Fecha de Elaboración: Agosto 22/99
Lugar: Guayaquil

Empresas Canceladas
N°8

Gráfico 4.157. Productos y servicios más utilizados

Ante la pregunta de cuál es el producto mayormente utilizado notamos que Al Cierre lleva la delantera con un 50% ante Rueda a Viva Voz,Transparencia, Manual de Renta Fija y Cursos de Capacitación los cuales están muy por detrás de Al Cierre y cuentan con 13% cada una de ellas.



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

Elaborado por: P. Barrera

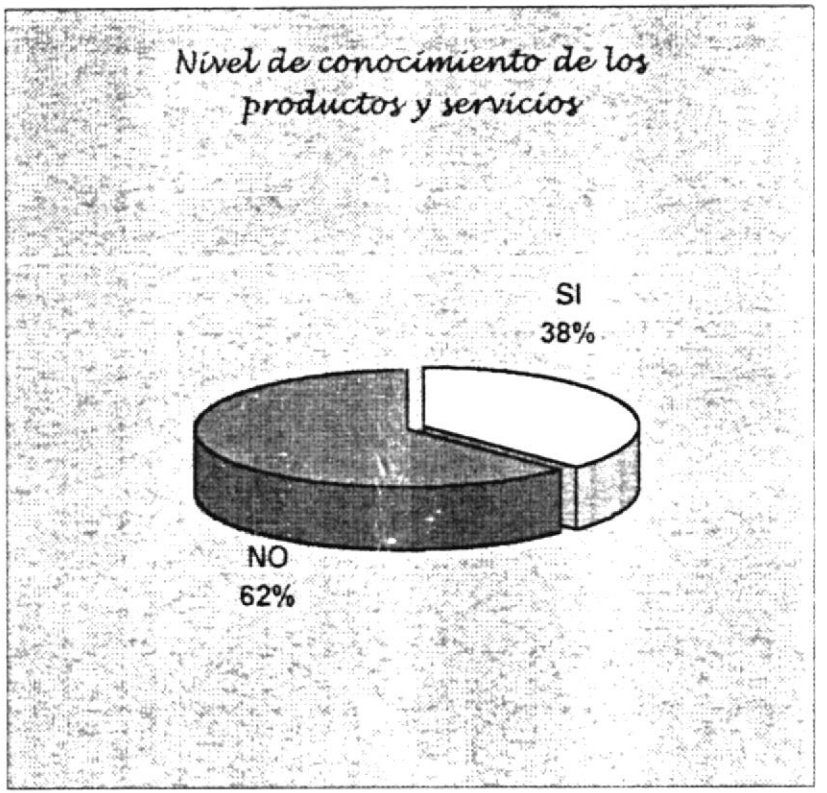
Fecha de Elaboración: Agosto 22/99

Lugar: Guayaquil

Empresas Canceladas

N° 9a

Gráfico 4.158. Nivel de conocimiento de los productos y servicios

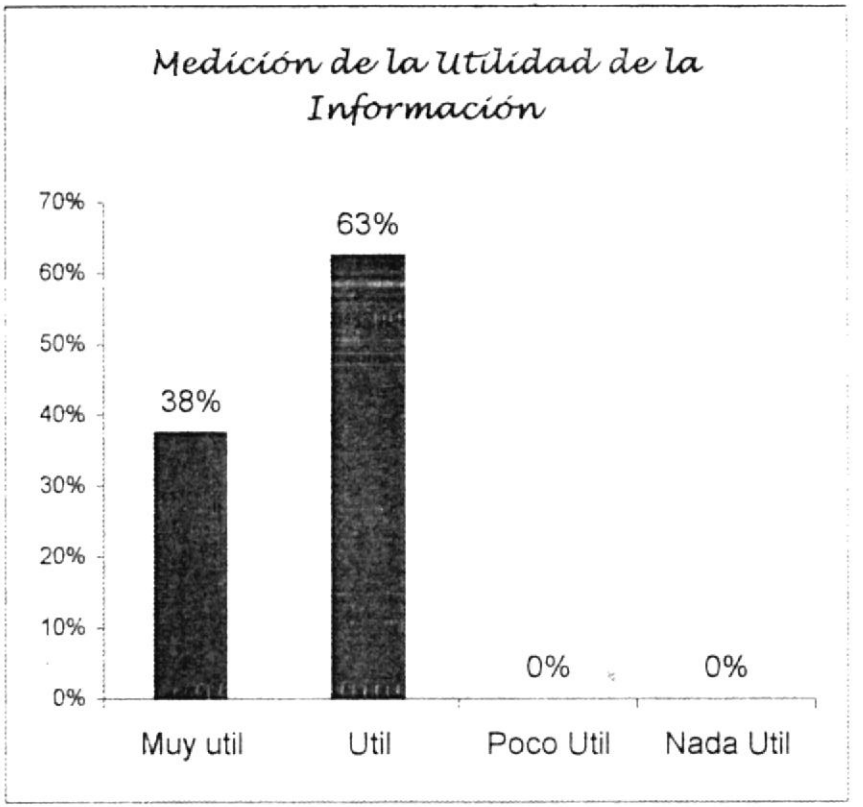


Según las respuestas anteriores solicitamos a los encuestados nos dieran al menos una característica del producto de tal manera cuantificaramos su nivel de conocimiento respecto al producto que dijo ha utilizado y notamos que sólo un 38% acertó describir el producto mencionado lo caul nospermite inferir que su conocimiento del producto puede ser tan sólo nominal y no un conocimiento específico o de interés para la Bolsa de Valores de Guayaquil.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: P. Barrera
Fecha de Elaboración: Agosto 23/99
Lugar: Guayaquil

Empresas Canceladas
N°9b

Gráfico 4.159. Medición de la utilidad de la información

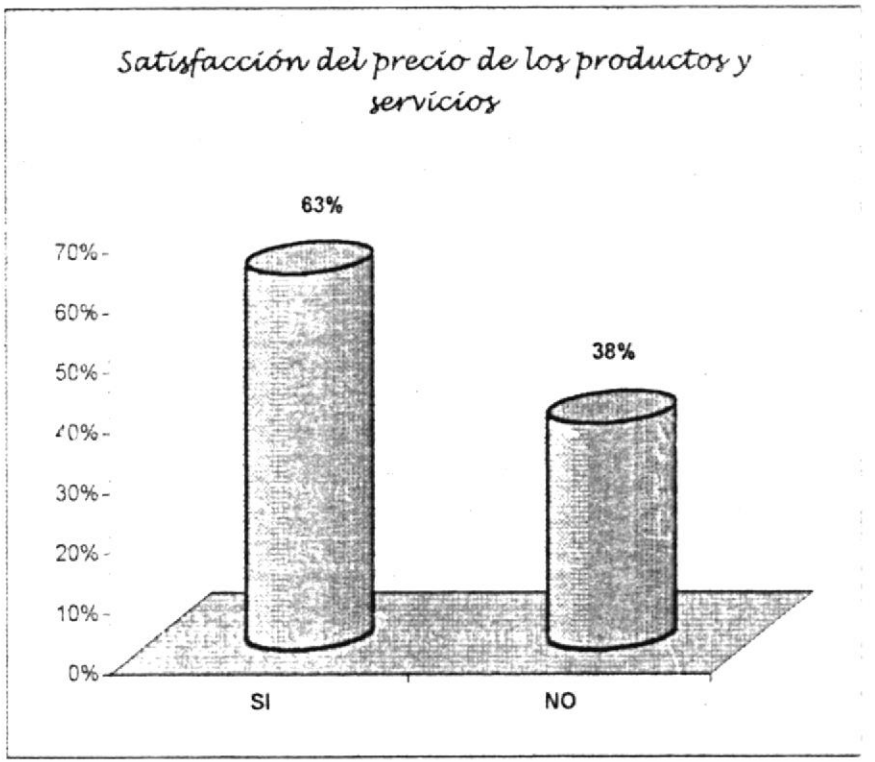


En este caso las empresas canceladas califican la utilidad de la informacion en un 38% como Muy buena y el 62% restante como Buena. Podemos notar que el **Indice de Satisfacción = 9%** califica la información como Muy Buena. Aún cuando tengamos un porcentaje de 38% para la calificación de Muy Buena bajo los prámetro de calidad está bastante aceptable la utilidad de la información percibida por las empresas canceladas.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: P. Barrera
Fecha de Elaboración: Agosto 24/99
Lugar: Guayaquil

Empresas Canceladas
N°10

Gráfico 4.160. Satisfacción del precio de los productos y servicios



Al preguntarles si se encontraban satisfechos con el precio de los productos y servcios 63% respondió que sí y 38% consideró lo contrario. Podemos notar que el **Indice de Satisfacción = 7%** califica al precio de los productos y servicios como Bueno lo cual podría ser concebido como una calificación de Aceptable y no muestra un nivel de satisfacción Alto o el esperado por la Bolsa de Valores

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: P. Barrera
Fecha de Elaboración: Agosto 24/99
Lugar: Guayaquil

Empresas Canceladas
N°11

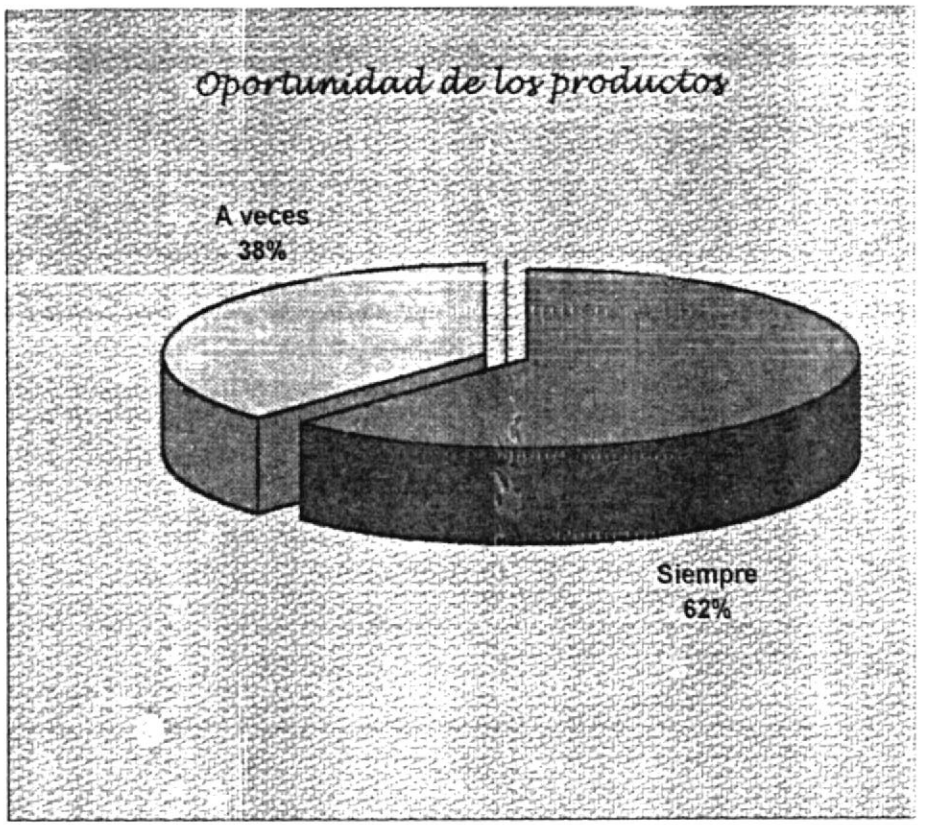
Gráfico 4.161. Satisfacción de los productos y servicios

Cuando les preguntamos el grado de satisfacción de los productos y servicios un 25% respondión encontrarse Muy Satisfecho y 75% se calificó solo Satisfecho. El **indice de Satisfacción = 7.8%** califica satisfacción de los productos y servicios como solamente Satisfecho lo cual es digno de acotar podria 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: P. Barrera
Fecha de Elaboración: Agosto 24/99
Lugar: Guayaquil

Empresas Canceladas
N°12

Gráfico 4.162. Oportunidad de los productos

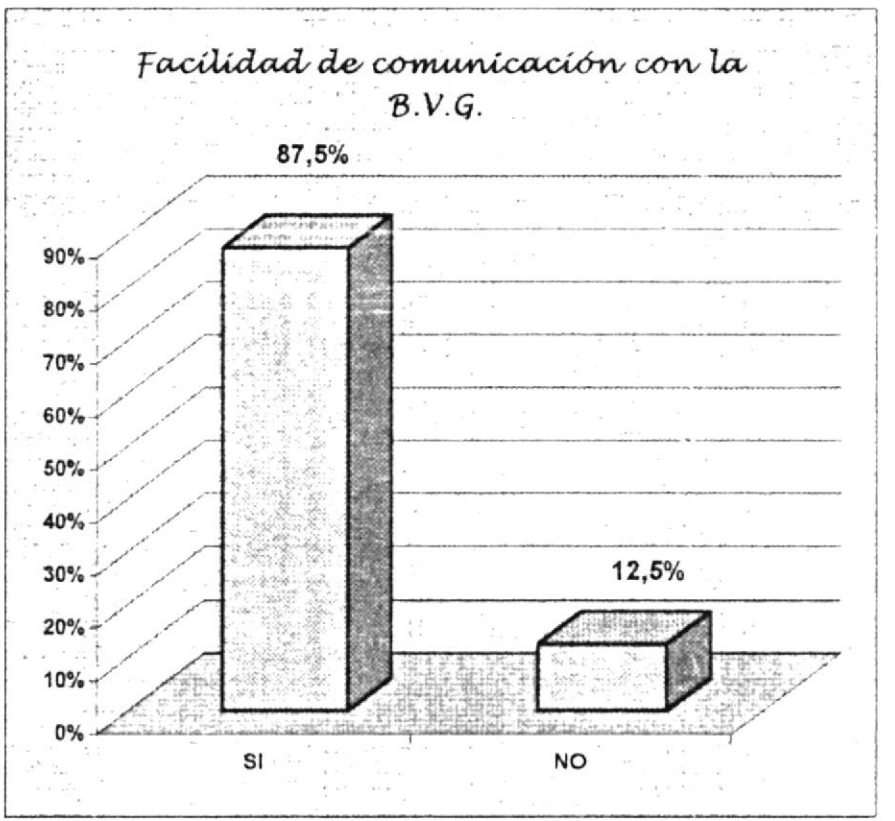


Cuando medimos cuán oportuno les parecían los productos respondieron en su mayoría (62%) que siempre llegaban a tiempo y el restante (38%) indicó que A veces. El **índice de satisfacción =8%** con respecto a lo oportunos que son sus productos nos muestra que las empresas canceladas perciben que la institución les hace llegar sus productos con una frecuencia muy baja en comparación al valor esperado.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: P. Barrera
Fecha de Elaboración: Agosto 24/99
Lugar: Guayaquil

Empresas Canceladas
N°13

Gráfico 4.163. Facilidad de comunicación con la B.V.G.



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

Elaborado por: P. Barrera

Fecha de Elaboración: Agosto 25/99

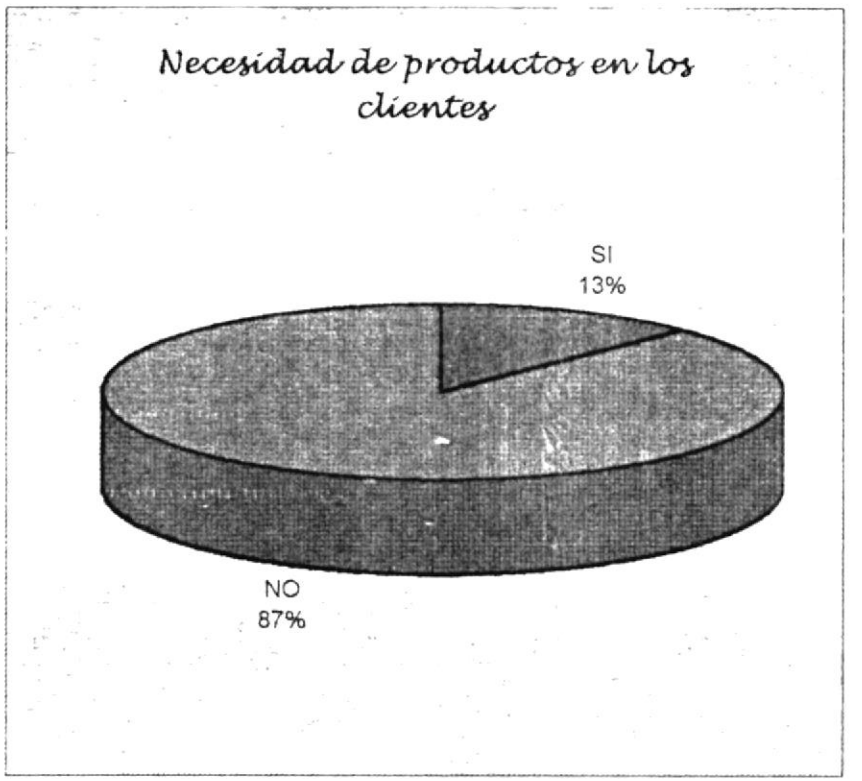
Lugar: Guayaquil

Cuando medimos cuán fácil resultaba comunicarse con la BVG un 87.5% respondió que era fácil de comunicarse cuando se lo necesita y un 12.5% indicó que no era tan facil.

Empresas Canceladas
N°14

Gráfico 4.164. Necesidad de productos en los clientes

Al preguntarles si necesitaban al gún prodiucto diferente a los que ofrecía la BVG un 87% respondió que NO, que se encontraban satisfechos con lo existentes sin embargo un 13% mostro 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 = 8.9%** muestra que las empresas canceladas se encuentran en el l'mite del rango de insatisfación, lo cual muestra que la BVG puede aún crear mejores productos para satisfacer esta necesidad.



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

Empresas Canceladas
N°15

4.2.3. Gráficos y Análisis de Público en General

4.2.3.1. Gráficos y Análisis de Público en General Totales

El conocimiento sobre el Mercado Bursátil y la Bolsa de Valores en sí es bajo, pues en resultados se obtuvieron:

Conocimiento de lo que es el Mercado Bursátil	68%
Conocimiento de lo que se negocia en le Mercado Bursátil	93%
Que es una Bolsa de Valores	81%
Actividades que se realizan en una Bolsa de Valores	65%
Factores de una Bolsa de Valores	35%
PROMEDIO DE CONOCIMIENTO	**68.4%**

El 68% del Público en General tiene un conocimiento bastante aceptable de lo que se define como un mercado bursátil. Este porcentaje es importante de analizar, dado el bajo nivel de negociación que tiene este mercado actualmente motivado por una serie de factores tanto internos como externos y dado que este segmento no ha tenido una actividad de trabajo con este.

En cuanto al conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil, se comprueban los resultados de la pregunta anterior, ya que si saben que es un mercado bursátil se supone que también se conoce lo que se negocia en él. Así, el 93% de los encuestados contestó correctamente que lo que se negocia son: Acciones, Obligaciones, Pagarés y Bonos. Los otros porcentajes de instrumentos que se negocian en otros mercados son muy bajos y nos permite preguntarnos por qué entonces este sector no está en el mercado bursátil; los motivos son diversos y tratamos de responderlos conforme avanza el análisis de este sector, pero si podemos establecer que este al ser una fuente de crecimiento tiene claro los mecanismos de desarrollo y esto le hace conocedor de este mercado.

El 81% del Público en General tiene un conocimiento del rol que cumple una Bolsa de Valores en una economía; este porcentaje es alto y es un buen indicador de que dada la situación actual que vive el país la Bolsa de Valores se puede convertir en una institución muy importante en su función de canalizar el ahorro a la inversión. Cómo sabemos la Bolsa de Valores es la institución característica que permite que el Mercado Bursátil funcione y es el mejor ejemplo real del concepto de competencia perfecta, pues cumple con las características de libre, transparente, perfecto y normal.

BIBLIOTECA

Las actividades que se realizan en una Bolsa de Valores es la compra y/o venta de títulos valores emitidos por empresas (emisoras) y participan intermediarios y operadores, el conocimiento de este concepto fue de 65%. Lo que nos indica ya analizadas las anteriores preguntas que si bien es cierto se necesita construir una estrategia efectiva de difusión, en este sector se requiere de un acercamiento lo más rápido posible si se requiere aprovechar la oportunidad actual que presenta este sector y que la Bolsa de Valores de Guayaquil puede definitivamente encarar, gracias a estos resultados positivos. Los otros porcentajes suman 34% y nos dan una referencia que cuándo existe una especialización en la negociación como lo tiene la Bolsa de Valores, puede ser muy interesante el futuro que le espera.

Al tratar de determinar cuál es el nivel de conocimiento de los actores que intervienen en las operaciones en una Bolsa de Valores obtuvimos que por parte de este sector acertaron con un 60% en que estas personas son los Operadores de Valores (Casa de Valores) y Emisores. Los resultados contrarios de que el 35% de los actores son el Gobierno y el 5% que son las Empresas muestra la confusión que existe al establecer este proceso y retoma el hecho de que hace falta una

promoción en este sentido, y no solamente de la Bolsa de Valores sino de las Casas de Valores y los Emisores en conjunto.

Se analizó el nivel de conocimiento de los productos y servicios; y se encontró que el 50% de los encuestados no tiene conocimiento de los mismos, un 47% los tiene pero esporádico. Puede ser que estas respuestas se basen en que el sector que hemos encuestado no ha tenido un contacto real de trabajo con la Bolsa ó que los productos y servicios no son atractivos a este segmento. Por eso, tan solo el 3% tiene un conocimiento total al respecto pero que consideramos que no es suficiente para que la BVG se sienta satisfecha con su trabajo actual.

Se trató de conocer cuales de los productos y servicios que la BVG ofrece actualmente han sido utilizados o son conocidos por este grupo; los resultados son porcentajes muy bajos y confirman la pregunta anterior, por ejemplo Internet es un servicio muy utilizado en la actualidad y en este caso recibe un porcentaje de 12% que es el más alto junto con los Cursos y Seminarios de Capacitación, pero que no significa que se han utilizado, sino que han sido escuchados, esto se corrobora ya que los porcentajes que le siguen a estos productos y servicios son las Ruedas con un 10%.

El 60% contestó que conocían la característica del producto y servicio que nombraron.

El porcentaje de posibles clientes a invertir a través de la BVG es de 73% y el 27% contestó que no. Esto nos muestra claramente que si la situación del país mejora la Bolsa de Valores tiene una gran oportunidad, muestra de esto es el 61% que contestó que era muy atractivo invertir a través de la BVG. Por tanto, se debe concretar beneficios que haga que los empresarios se decidan a invertir en este mercado. Los atributos que mencionaron para invertir fueron calificados en el siguiente orden de importancia:

Atributos	**Indice de importancia**
1. Seguridad y solidez	7,03
2. Rapidez y agilidad	6,88
3. Ofrezca rendimientos altos	6,47
4. Costos bajos	6,33
5. Amabilidad	5,94
6. Servicios variados	5,81
7. Otros	1,06

Un 61% del público en general mencionó que afirmativamente que se financiaría a través de la BVG, esto nos muestra que conforme pasa el tiempo se están dando cuenta que esta es la mejor forma de aumentar la productividad en una empresa y no solo eso, sino que además genera trabajo y un mejor nivel de vida de sus actores. El 39% de los encuestados nos dijo que no se financiarían por razones, como: empresarios conservadores, empresas de capital familiar, Política de la empresa, falta de Visión de la empresa etc, que hacen en definitiva disminuir el desarrollo de un país. Por tanto, la BVG debe tratar de romper esos paradigmas e incentivar a este segmento a optar por esta forma de crecimiento. Un 62% de los encuestados nos respondió que es atractivo financiarse a través de Bolsa de Valores y los otros porcentajes son bajos, pero que permiten establecer el nivel de crecimiento de estas empresas. Los atributos que mencionaron para financiarse en orden de importancia son los siguientes:

Atributos	**Indice de importancia**
1. Seguridad y solidez	6,91
2. Rapidez y agilidad	6,56
3. Servicios variados	6,32
4. Costos bajos	6,31

5. Oportunidades altas de captar inversión	6,26
6. Amabilidad	6,06
7. Otros	0,68

Los productos y servicios de mayor utilidad fueron los informativos, ya que este sector trata de tener un conocimiento amplio del mercado de capitales y de ahí ingresar al mismo dado un proceso de adaptación, también esto sirve de mucha ayuda a la BVG ya que determinan los productos y servicios para cada actividad de las empresas.

El 13% necesita de algún producto y servicio lo cual es muy bajo dadas las expectativas anteriores.

Cuadro 4.288 Indices de Público en General

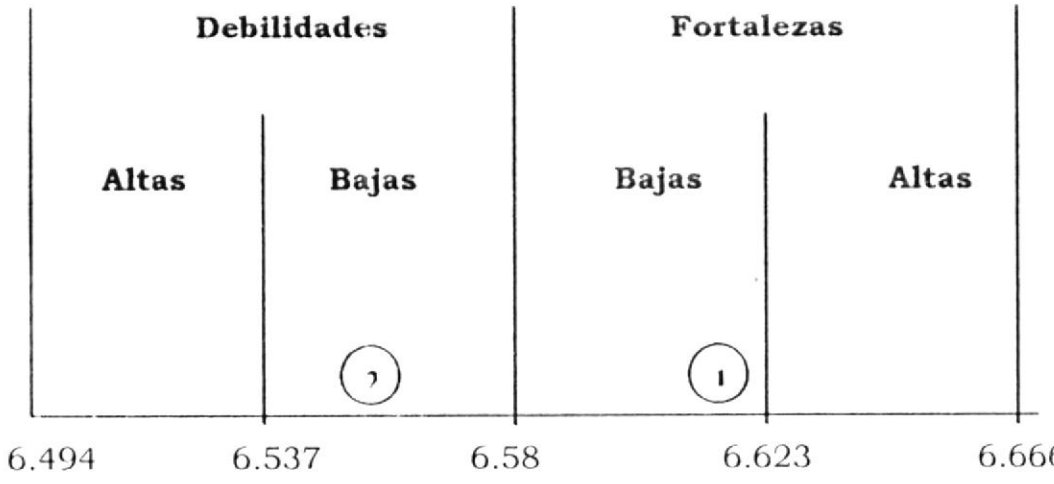
	INDICES	TOTALES
1	Indice de atractividad a la inversión	**6.61**
2	Indice de atractividad al financiamiento	**6.55**

Fuente: Investigación de mercado para la BVG
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Septiembre 22/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.295 Perfil de Fuerzas y Debilidades de Público en General

Promedio de Indice de Público en General: 6.58

Desviación Estándar: 0.043

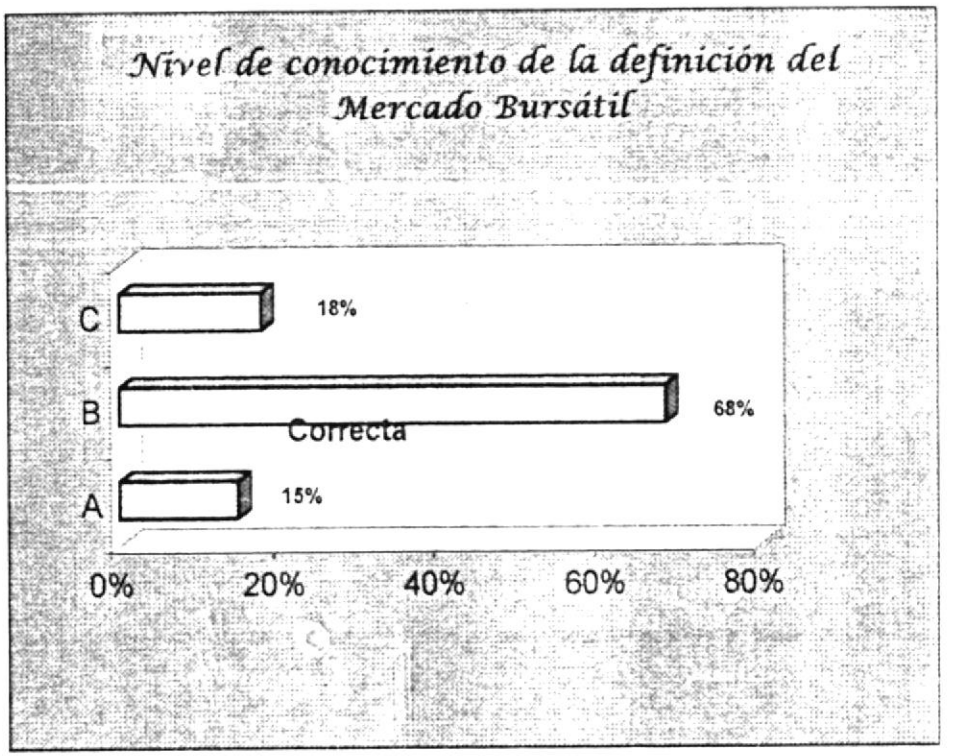


Fuente: Investigación de mercado para la BVG
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Septiembre 22/99
Lugar: Guayaquil

De acuerdo a lo expuesto anterior el público en general está mucho más dispuesto a invertir que a financiarse, debido a que el invertir es una fortaleza Baja y el financiarse una Debilidad Baja.

ESPOL
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
CIB - ESPOL

Gráfico 4.165. Nivel de conocimiento del Mercado Bursátil



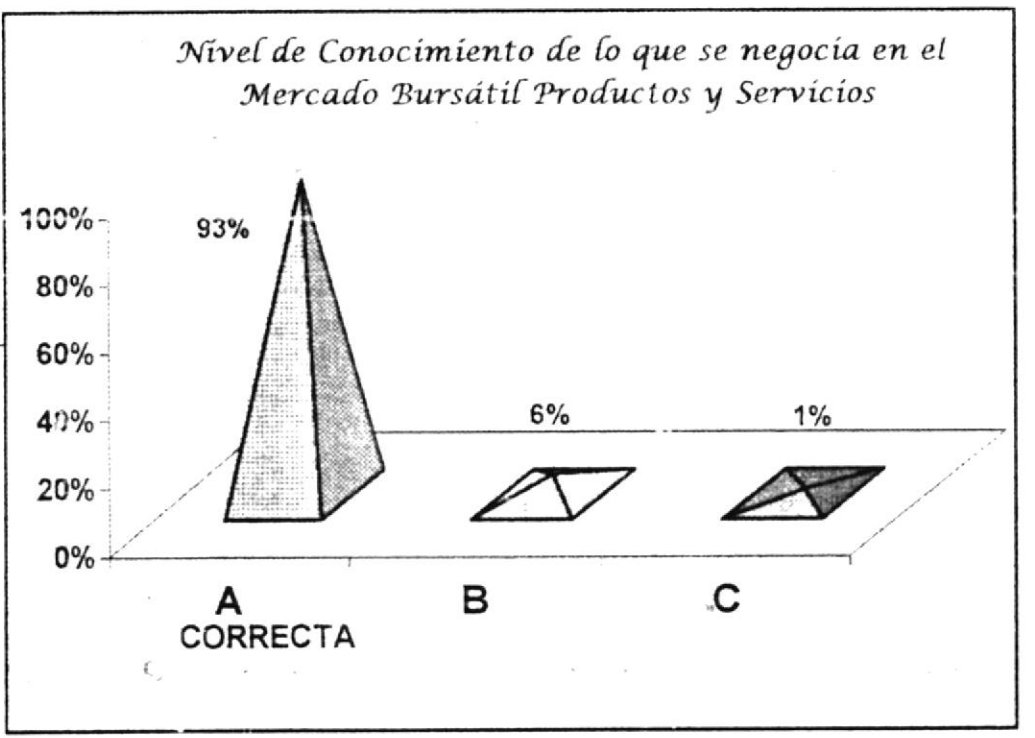
Público en General
No. 1

Podemos observar en el grafico, que el 68% del Público en Gener tiene una correcta concepción del mercado bursátil ya que coincidieron que el mercado bursátil es donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Septiembre 01/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.166. Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el Mercado Bursátil

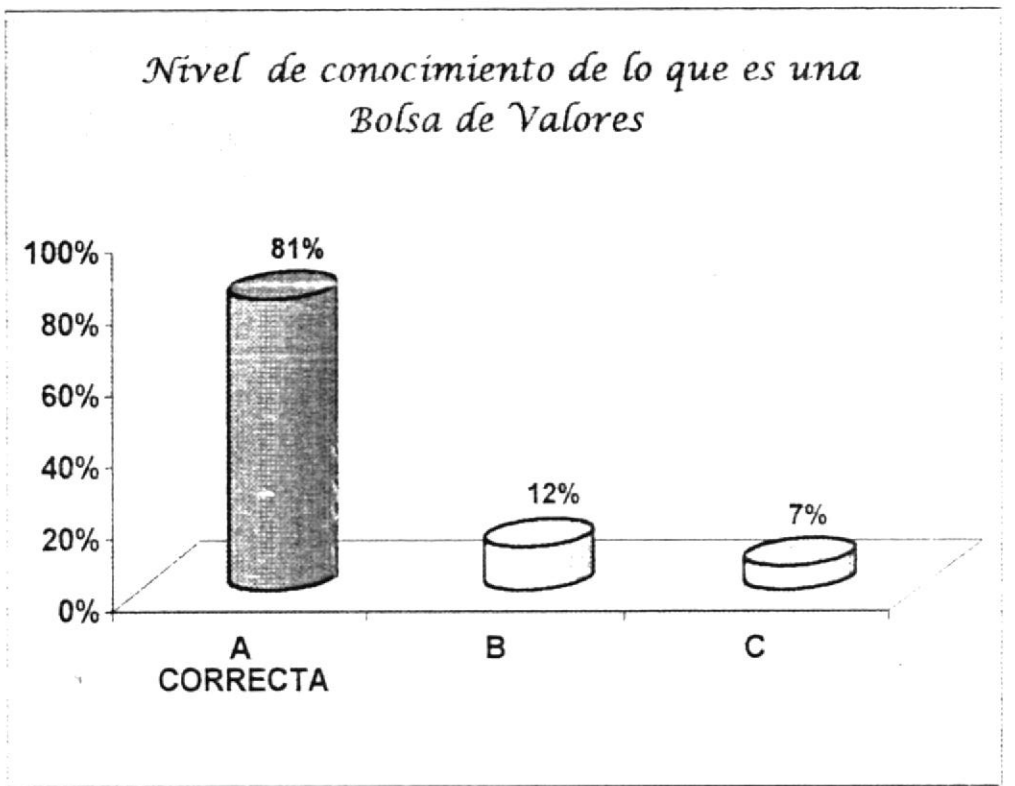
De acuerdo al gráfico el 93% de los encuestados conoce que en el mercado bursátil se negocian acciones obligaciones, pagares y bonos. Fueron muy pocas las personas que tenían una opinion equivocada demostrando que un 4% de los profesionales no conocen ni se han preocupado por conocer el mercado bursátil y su movimiento.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Septiembre 01/99
Lugar: Guayaquil

Público en General
No. 2

Gráfico 4.167. Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores



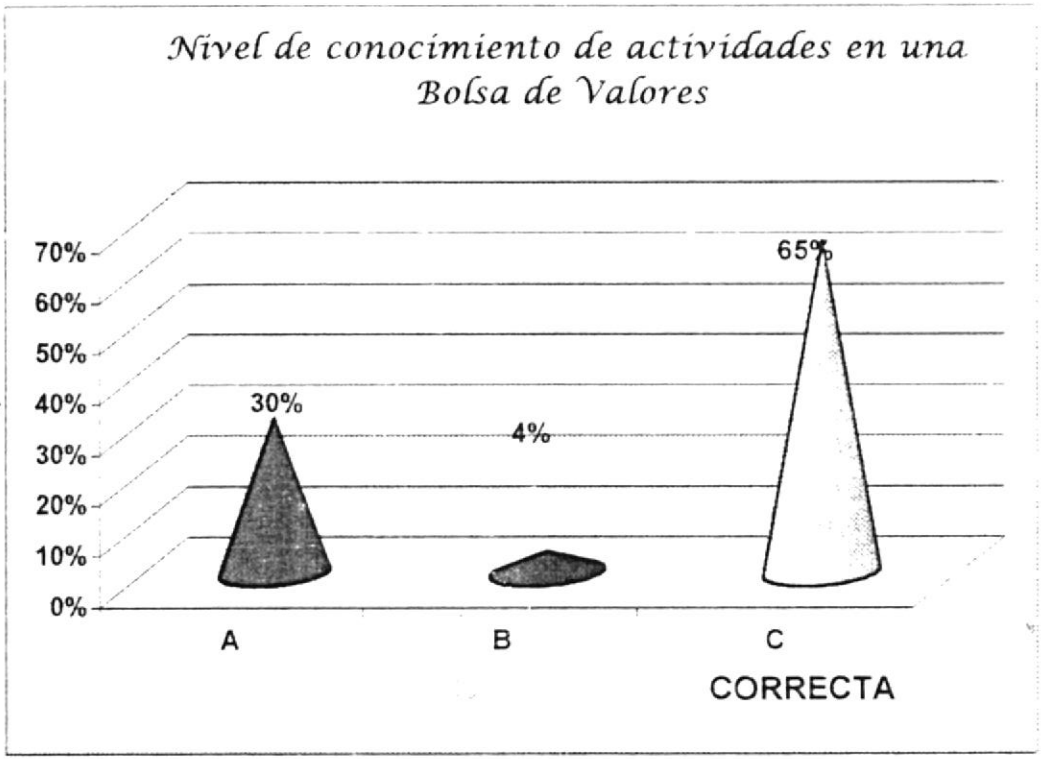
Con esta pregunta demostramos que e 81% de los profesionales tienen una definición clara del mercado bursátil y un 12% restante no estan seguros del concepto Bolsa de Valores. Esta información para nuestro estudio es importante ya que si no se parte de un concepto global de Bolsa de Valores y si no se manejan conceptos en común entre profesionales como base para incentivar el desarrollo del mercado bursátil.

Público en General
No. 3

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Septiembre 01/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.168. Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores

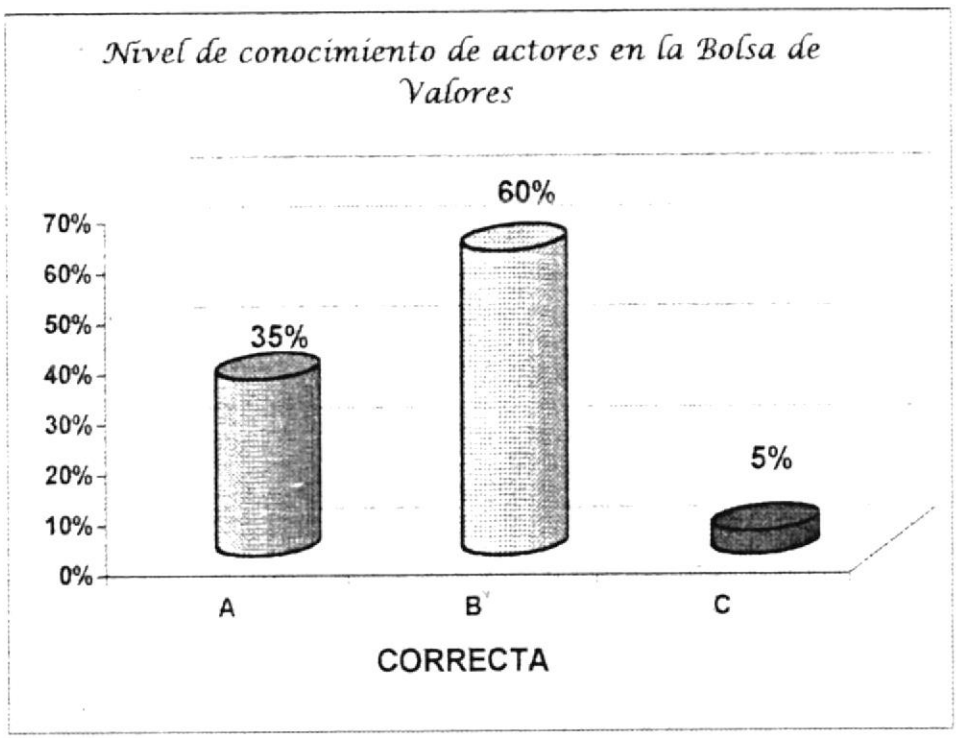
Un 65% de encuestados que acertaron al responder que las actividades que se relizan en una Bolsa de Valores es la compra y venta de titulos valores emitidos por empresas (emisoras) y participan también intermedirios y operadores.
Pero un 43% restante no sabia con exactitud que actividad realiza la BVG, confundiendo con las actividades de servicios bancarios de cualquier institución financiera.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Septiembre 01/99
Lugar: Guayaquil

Público en General
No. 4

Gráfico 4.169. Nivel de conocimiento de actores en la Bolsa de Valores



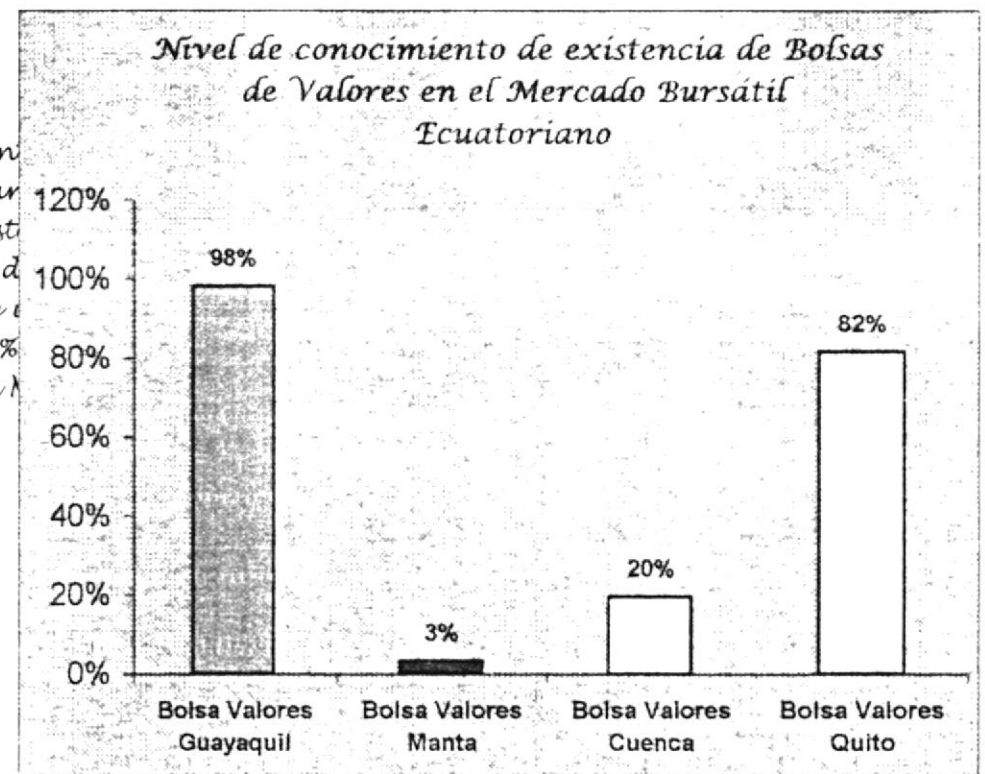
El 60% de los encuestaos opinaron que los Operadores de valores y emisores son los actores principales que intervienen en la BVG. Nos damos cuenta también que el 35% restante opina que tanto el Gobirno y el público en general actua en forma directa en la BVG, es decir que no tienen una idea clara del funcionamiento de una Bolsa de Valores.

Público en General
No. 5

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Septiembre 02/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.170. Nivel de conocimiento del Mercado Bursátil en Ecuador

El 98% y 82% de los encuestados con
correctamente cuando se les pregun
sobre las Bolsas de Valores que exist
en el país. Mientras un porcentaje d
20% de encuestados cree que existe
Bolsa de Valores en Cuenca y un 3%
que existe una Bolsa de Valores en
de forma equivocada.

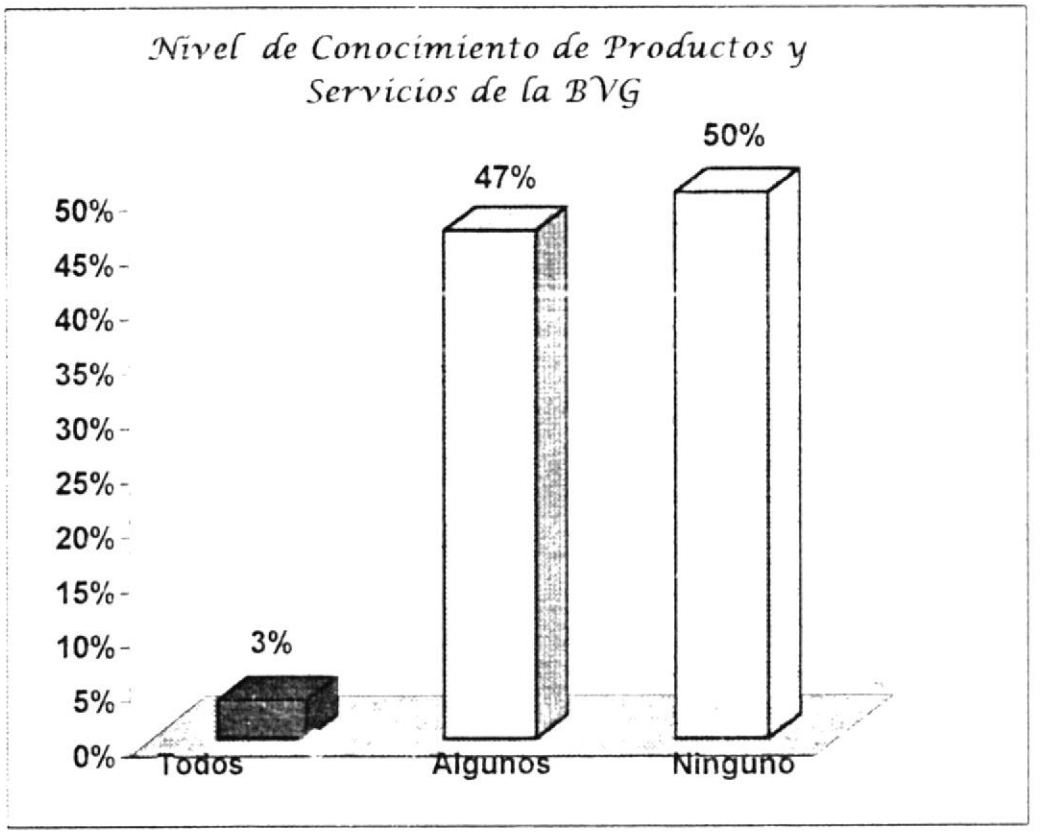


Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Septiembre 02/99
Lugar: Guayaquil

Público en General
No. 6

Gráfico 4.171. Conocimiento de Productos y Servicios de la BVG

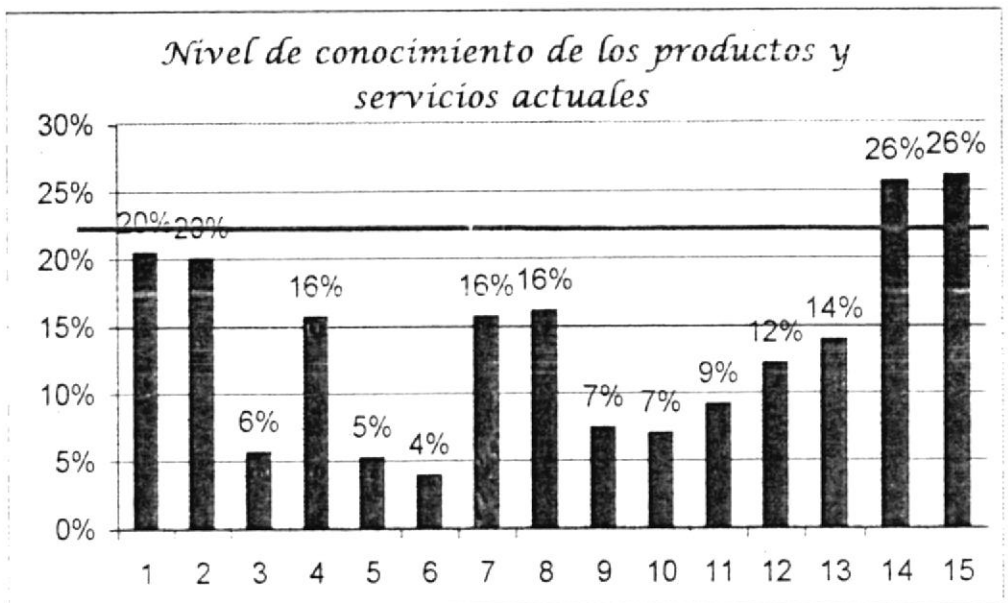
Al preguntar cuantos productos de la BVG conoce el encuestado nos daremos cuenta si de verdad se promocionan los productos de laBVG. Los resultdos de la investigacion demuestran que en un porcentaje igual no conocen los productos asi como solo conocen algunos de ellos.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Septiembre 02/99
Lugar: Guayaquil

Público en General
No. 7

Gráfico 4.172. Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la BVG



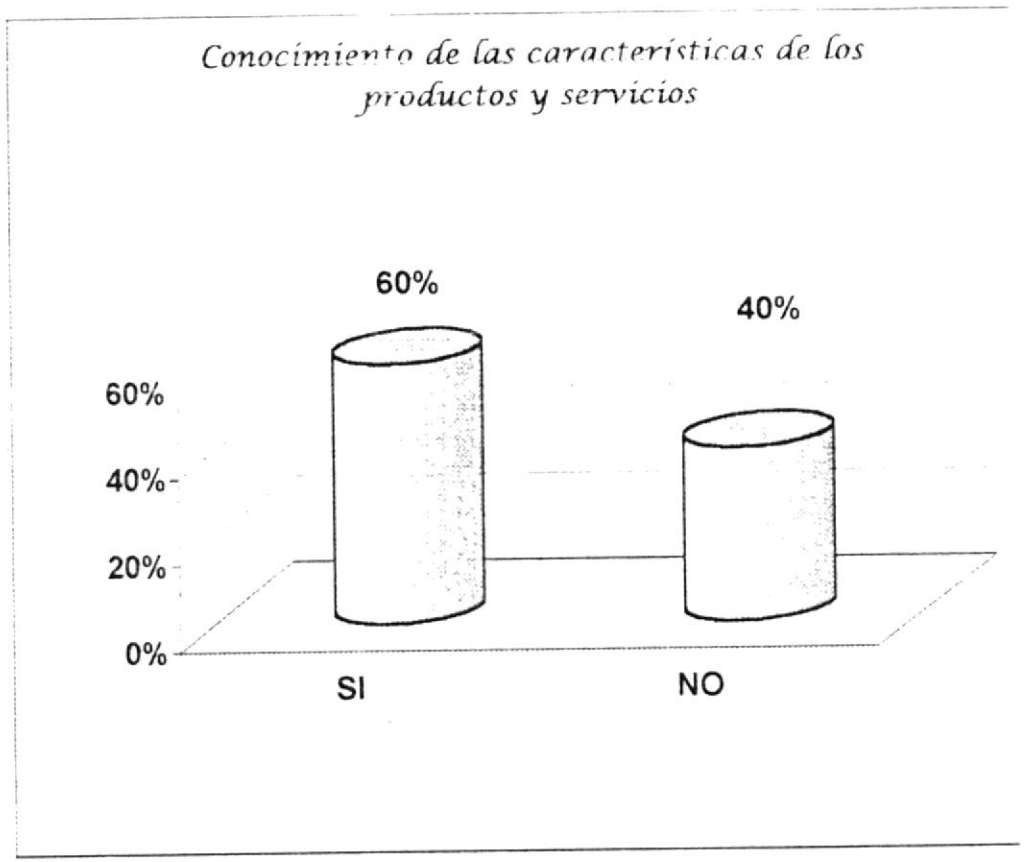
1	Rueda a viva voz	8	Al cierre
2	Rueda electronica	9	Transparencia
3	Compensacion de Saldos Netos	10	Capital
4	Infobursatil	11	Manual de Renta Fija
5	Modulo Valorizador	12	Diccionario Financiero y Bursátil
6	Decevale	13	Guía didáctica del mercado de valores
7	Reuters	14	Conferencia y cursos de capacitación
		15	Internet.

Público en General
No. 8

El promedio del conocimiento de los productos y servicios de la Bolsa de Valores por el Público en General es muy bajo. apenas representa un 23%. o sea que en promedio. solo 2 de cada 10 encuestados conocen los productos y servicios. Observemos que 13 de los 15 productos y servicios ni si quiera alcanzan este promedio. lo cual si tomamos en cuenta que este grupo de profesionales. universitarios y empresas Top del pais ya conoce la Bolsa de Valores es preocupante.
Los servicios más conocidos son 2 las

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Septiembre 02/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.173. Conocimiento de las caracteristicas de los productos y servicios

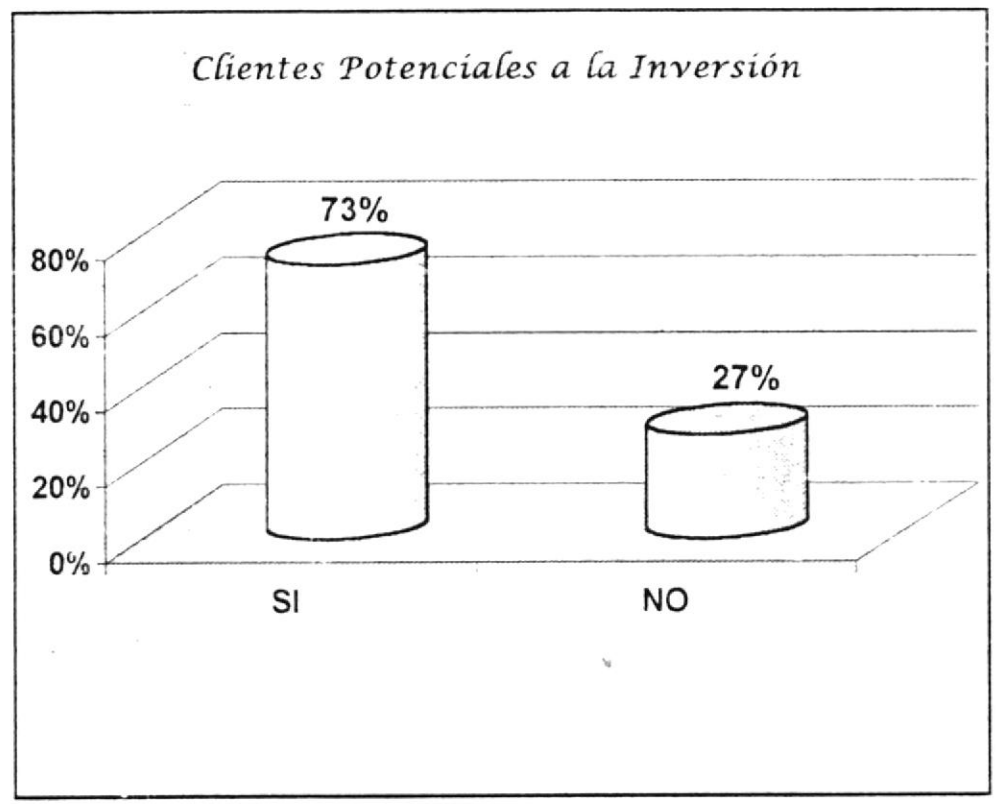


Demostramos con este gráfico que son pocos los encuestados que conocen la caracteristica del producto o servicio mencionado y de los cuales solo el 60% conoce verdaderamente el producto mientras el 40% restante no sabe de que se trata.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Septiembre 03/99
Lugar: Guayaquil

Público en General
No. 9

Gráfico 4.174. Clientes Potenciales a la Inversión

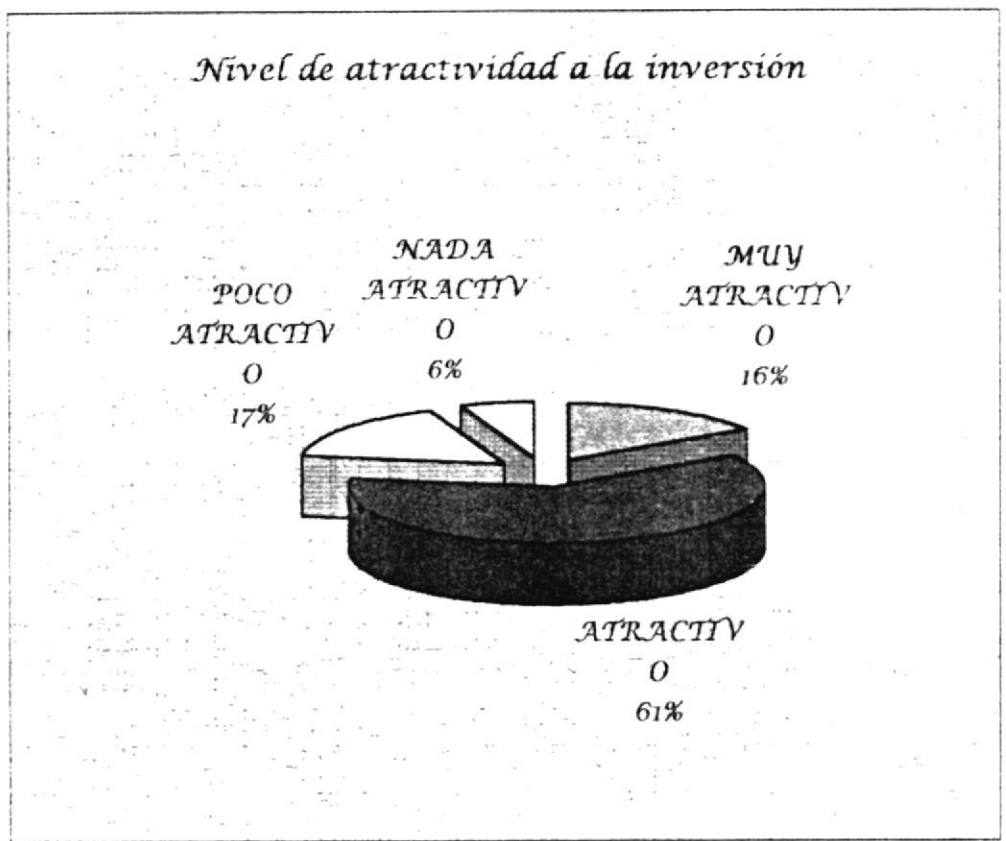


El 71% de los encuestados se mostra rón atraidos para invertir en la BVG .
Mientras un 27% se mostro negativo a invertir, es decir un poco inseguro.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Septiembre 03/99
Lugar: Guayaquil

Público en General
No. 10

Gráfico 4.175. **Nivel de Atractividad a la Inversión**



La respuesta de atractivo de invertir en la BVG es un porcentaje alto en comparación con el Muy atractivo.
Eso se debe actualmente a la poca información sobre como invertir en la BVG y su impacto en nuestra economía.

El índice de atractividad de la inversión es de 6.61 siendo este un promedio de inversión algo bajo.

Público en General
No. 11

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Septiembre 03/99
Lugar: Guayaquil

Análisis y Cuadro 4. 279 Indices de Motivación para la Inversión

Atributos Importantes al Invertir a través de una Bolsa de Valores

Al definir los atributos que eran importantes para motivar a las personas a invertir a través de B.V.G., consideramos necesario hacer esta pregunta a el segmento de los estudiantes universitarios, puesto que se pueden fijar acciones para una difusión de una imágen y beneficios congruentes a lo que las personas están buscando. En este caso los atributos fueron calificados en el siguiente orden de importancia:

Atributos	Indice
Segura y solida	9,2
Rapidos y agiles	9,2
Rendimientos Altos	8,9
Sean amables	8,2
Costos Bajos	8
Servicios variados	8,1
Otra	1,3

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

Elaborado por: L.Cisneros

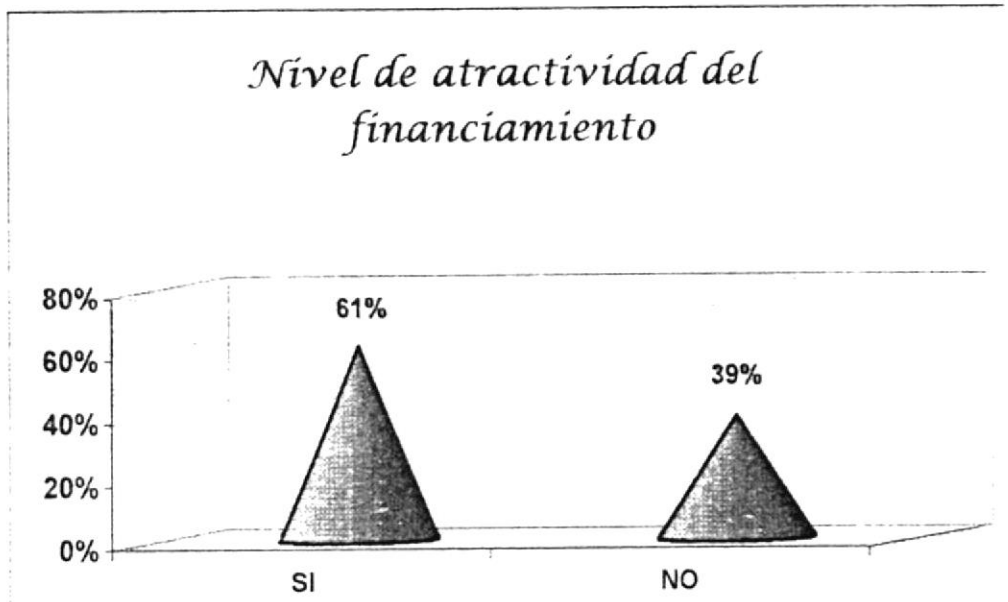
Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades

N° 12

Gráfico 4.177. Clientes Potenciales al Financiamiento



Más del 50% de los encuestdos afirman querer financiarse a traves de la BVG eso seria una salida para mejorar la situaci ón de las empresas y de inyectar la economia de pais .
También observamos que un alto porcentaje de encuestados no lo haria muchas veces por ser empresarios conservdores o por no permitir que las empresas familiares sean divididas entre otras personas.

Público en General

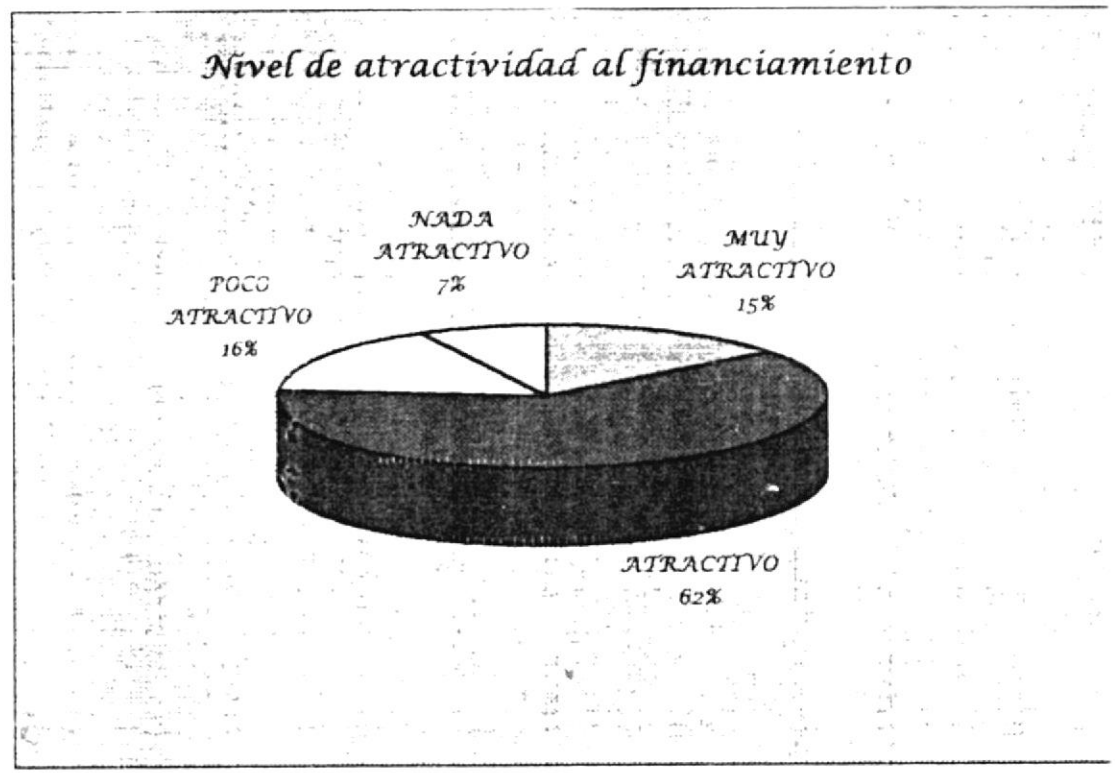
No. 13

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Septiembre 03/99

Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.178. Nivel de Atractividad al Financiamiento

El 62% de los encuestados contesto que para ellos es atractivo inveritir en mercado bursátil.
Con un 16% de encuestados que respondio que les resulta poco atractivo.
El indice de atractividad para el financiamiento es 6.55 un promedio de atractividad medio.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Septiembre 03/99
Lugar: Guayaquil

CIB - ESPOL

Análisis y Cuadro 4. 286 Indices de Motivación para el financiamiento

Atributos Importantes al Financiarse a través de una Bolsa de Valores

Al definir los atributos que eran importantes para motivar a las personas a financiarse a través de B.V.G.,podemos obtener en orden de importancia lo que esperan las personas de un servicio y luego evaluar como los estamos cumpliendo sea o no frente a la competencia. Servirá de guía para las estrategias a tomar. En este caso los atributos fueron calificados en el siguiente orden de importancia:

Atributos	Indice
Segura y solida	8,8
Rapidos y agiles	8,6
Captar inversión	8,3
Sean amables	8,1
Costos Bajos	8,1
Servicios variados	7,6
Otra	0,6

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

Elaborado por: L.Cisneros

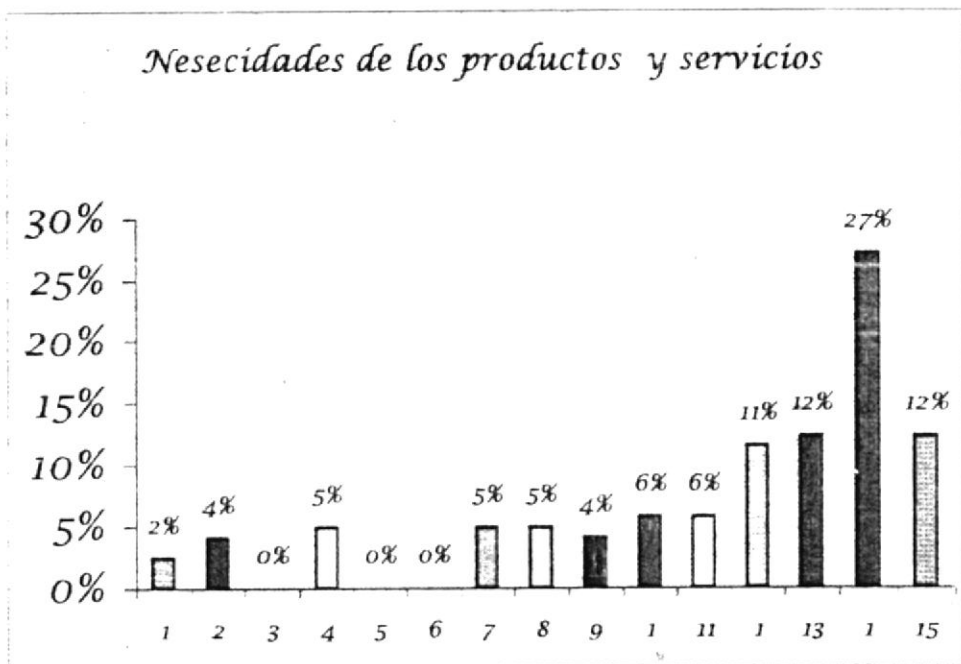
Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades

N° 15

Gráfico 4.180. Utilidad futura de los productos y servicios actuales



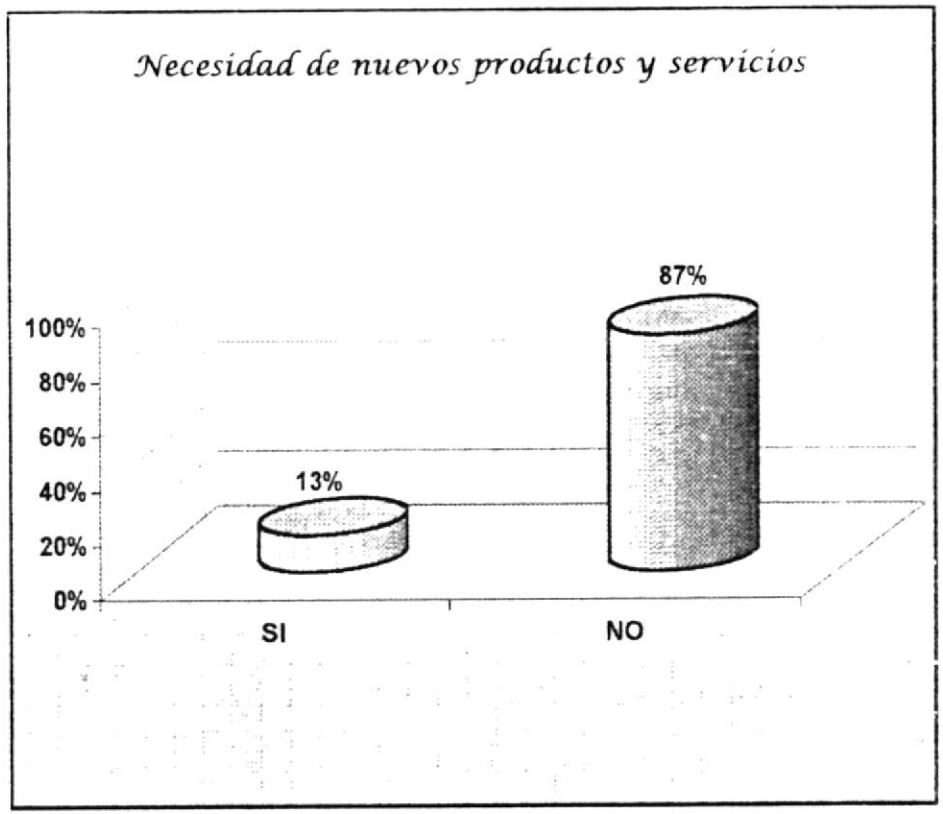
1	Rueda a viva voz	8	Al cierre
2	Rueda electronica	9	Transparencia
3	Compensacion de Saldos Netos	10	Capital
4	Infobursatil	11	Manual de Renta Fija
5	Modulo Valorizador	12	Diccionario Financiero y Bursátil
6	Decevale	13	Guía didáctica del mercado de valores
7	Reuters	14	Conferencia y cursos de capacitación
		15	Internet

Público en General
No. 16

El porcentaje de encuestados que respondió que el producto o servicio más útil sería el internet así como conferencis y cursos dictados por la BVG es el más alto en comparacion con los demas productos que el porcentaje reflejado es muy bajo, siendo productos de folleteria muy útil para consulta para los profesionales, estudiant y empresarios.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Septiembre 04/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.181. **Necesidad de nuevos productos y servicios**



Muy pocos encuestados opinan que la BVG deberia ofrecer diferentes productos de los que tiene. Eso también se debe a que son muy pocos los encuestados en realidad que tienen conocimiento de las necesidades en relación a sus negocios.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Septiembre 03/99
Lugar: Guayaquil

Público en General
No. 17

4.2.3.2. Gráficos y Análisis de Empresas Top del Ecuador

4.2.3.2.1 Gráficos y Análisis de Empresas Top Totales

El conocimiento sobre el Mercado Bursátil y la Bolsa de Valores en sí es medio, pues en resultados se obtuvieron:

Conocimiento de lo que es el Mercado Bursátil	72%
Conocimiento de lo que se negocia en le Mercado Bursátil	96%
Que es una Bolsa de Valores	84%
Actividades que se realizan en una Bolsa de Valores	82%
Actores de una Bolsa de Valores	60%
PROMEDIO DE CONOCIMIENTO	**78.8%**

Las empresas Top tienen un conocimiento del 72%. Este porcentaje es bastante aceptable dado el bajo nivel de negociación que tiene este mercado actualmente motivado por una serie de factores tanto internos como externos y dado que este segmento no ha tenido una actividad de trabajo con este. Esta clara concepción puede permitir a la Bolsa de Valores de Guayaquil tener un desarrollo siempre y cuando trate de

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL BIBLIOTECA

establecer un contacto con este segmento, que dicho sea de paso es un importante sector para nuestra economia.

El 96% de los encuestados contestó correctamente que lo que se negocia en el mercado bursátil son: Acciones, Obligaciones, Pagarés y Bonos. Los otros porcentajes de instrumentos que se negocian en otros mercados son muy bajos.

El 84% de las Top Empresas de Cuenca, Quito y Guayaquil tienen un conocimiento del rol que cumple una Bolsa de Valores en una economía; este porcentaje es alto y es un buen indicador ya que dada la situación actual que vive el país, la Bolsa de Valores se puede convertir en una institución muy importante en su función de canalizar el ahorro a la inversión.

El 82% conoce las actividades que se realizan en una bolsa de valores. Lo que nos indica ya analizadas las anteriores preguntas que si bien es cierto se necesita construir un programa de difusión, en este sector se requiere un acercamiento si se requiere aprovechar la oportunidad actual que presenta este sector y que la Bolsa de Valores de Guayaquil puede definitivamente encarar, gracias a estos resultados positivos.

Al tratar de determinar cuál es el nivel de conocimiento acerca de los actores que intervienen en las operaciones dentro de una Bolsa de Valores, se obtuvo que acertó un 60%. Los resultados contrarios de que el 38% de los actores son el Gobierno y el 2% que son las Empresas muestra la confusión que existe al establecer este proceso y retoma el hecho de que hace falta una promoción en este sentido.

El 44% de los encuestados no tiene conocimiento de los productos y servicios, un 55% los tiene pero esporádicos y da muestras claras de la situación actual que tienen los productos y servicios de la BVG. Tan solo el 1% tiene un conocimiento total al respecto pero que consideramos que no es suficiente para que la BVG se sienta satisfecha con su trabajo actual.

El conocimiento de los productos y servicios por parte de este segmento es muy bajo. Los medios juegan un importante rol en tratar de difundir este tipo de información que permitirá desarrollar la tan ansiada Cultura Bursátil en nuestro país. El 51% de las Top contestó que conocían la característica del producto y servicio que nombraron, pero que se podría alcanzar mejores resultados.

Dadas las condiciones del entorno que esta viviendo el país, los empresarios son muy pocos dados a invertir ya que el nivel de riesgo es alto. Pero al preguntar a estos empresarios, el porcentaje de posibles clientes a invertir a través de la BVG es de 77% un porcentaje bastanto alto para esta concepción. Esto define que si la situación del país mejora la Bolsa de Valores tiene una gran oportunidad de crecimiento. Por tanto, se debe concretar beneficios que haga que los empresarios se decidan invertir en este mercado.

Los atributos que mencionaron estos para invertir y sus índices de importancia son los siguientes:

Atributos	**Indice de importancia**
1. Sean amables	5,755
2. Ofrezca rendimientos altos	5,055
3. Costos bajos	4,93
4. Servicios variados	4,255
5. Rápidos y Agiles	2,725
6. Segura y Sólida	2,65
7. Otros	0,775

Un 61% mencionó afirmativamente que se financiaría a través de la BVG. Un 61% de los encuestados respondió que es atractivo financiarse a través de Bolsa de Valores, los otros porcentajes son bajos, pero permiten establecer el nivel de crecimiento de estas empresas. Los atributos que mencionaron para financiarse y sus índices de importancia son los siguientes:

Atributos	**Indice de importancia**
1. Captar altas inversiones	6,03
2. Costos bajos	4,805
3. Sean amables	4,79
4. Servicios variados	4,375
5. Rápidos y Agiles	3
6. Segura y Sólida	2,85
7. Otros	0,275

El 83% no necesita de algún producto y servicio, el 17% menciono necesitar lo siguiente:

- Un diccionario más completo y actualizado del mercado bursátil y financiero.
- Información financiera de las empresas más grandes del Ecuador.
- Cotizaciones de CD´s diario

- Cursos del mercado bursátil
- Tener brokers internos
- Folletos semanales y quincenales
- Mayor información de O y D.
- Mayor Difusión del mercado bursátil.
- Trabajar a futuro.
- Conocer más acerca de la BVG
- Productos de financiamiento nuevos y a bajo costo.

Cuadro 4.289 Indices de Empresas Top Totales

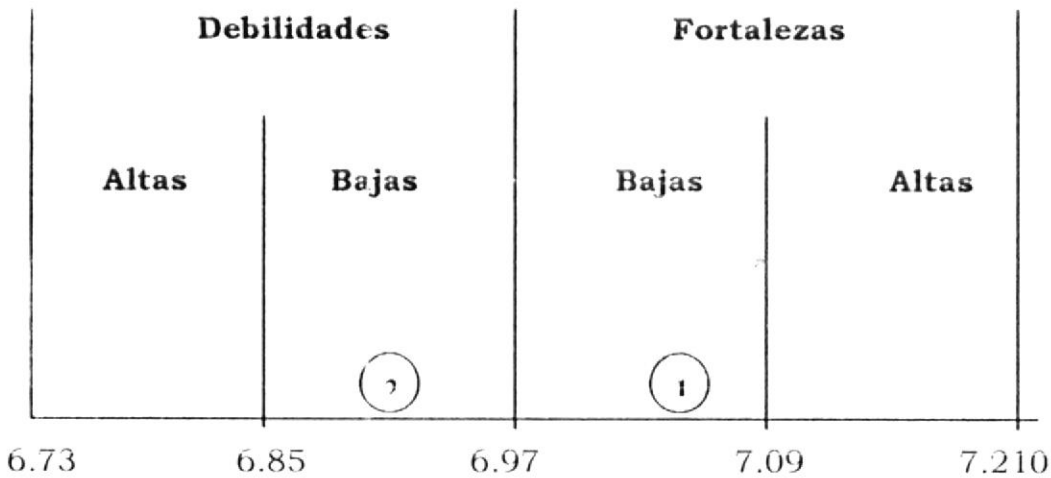
	INDICES	CUENCA	QUITO	GUAYAQUIL	TOTALES
1	Indice de atractividad a la Inversión	7,60	7,43	6,76	**7,06**
2	Indice de atractividad al financiamiento	7,00	6,10	7,51	**6,89**

Fuente: Investigación de mercado para la BVG
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Septiembre 24/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.296 Perfil de Fuerzas y Debilidades de las Empresas Top Totales

Promedio de Indice de Empresas Top Totales: 6.97

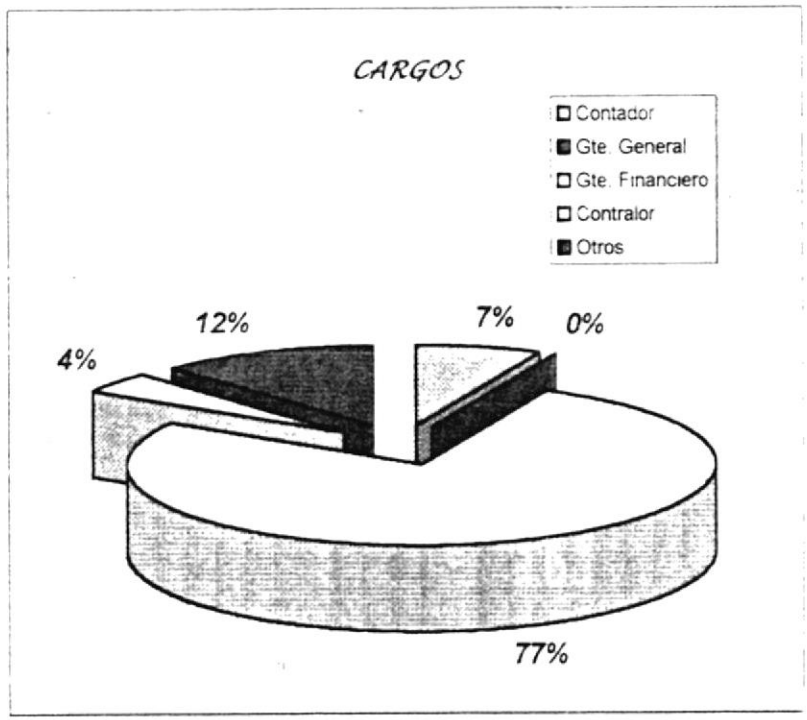
Desviación Estándar: 0.12



Fuente: Investigación de mercado para la BVG
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Septiembre 24/99
Lugar: Guayaquil

Por lo tanto las empresas Top están dispuestas mas a invertir que a financiarse, por lo que se debe trabajar para promocionar más a la BVG para que las empresas tengan una mayor predisposición a financiarse.

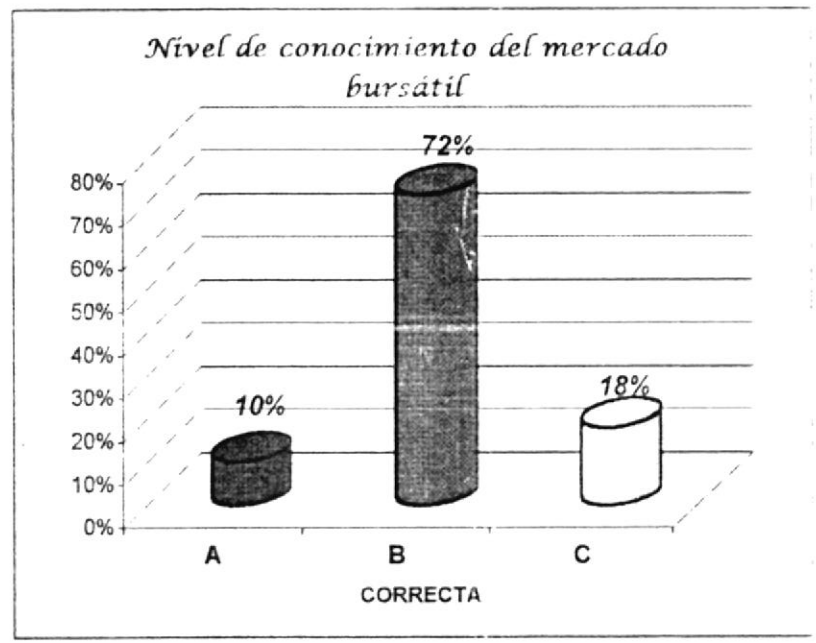
Gráfico 4.182 Cargos de los ejecutivos encuestados en empresas TOP Totales



En este gráfico resaltamos la importancia que tienen las personas encargadas de manejar los distintos tipos de empresas, en este caso los Gerentes Financieros con un 77% , lo que permitira que la información obtenida es muy confiable.
Los otros porcentajes se dan, ya que en unas empresas no existían este cargo y las personas encargadas son el Contador, Contralor, ó el Gerente General en otros casos.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca

Gráfico 4.183 Nivel de conocimiento del mercado bursátil



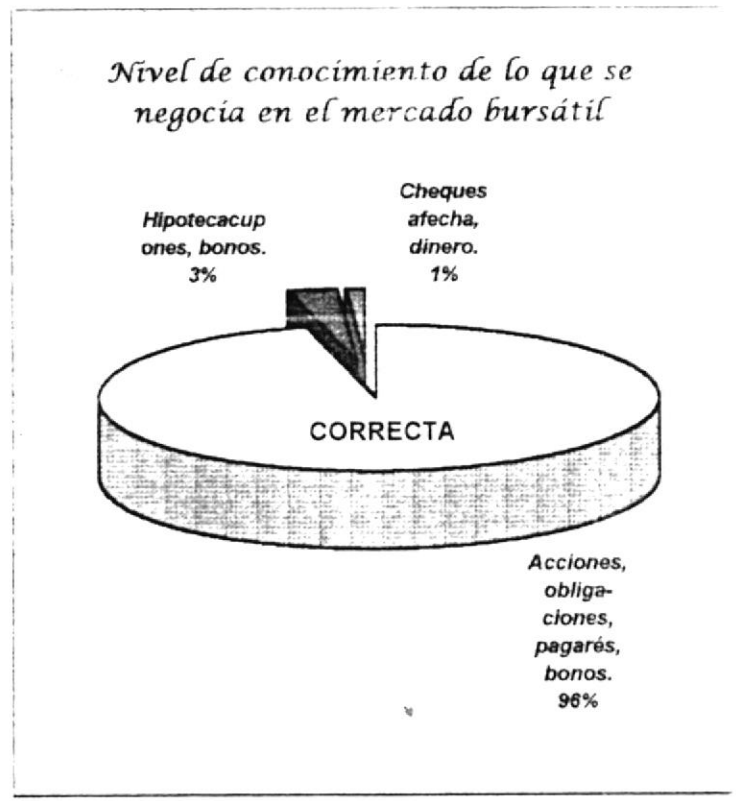
Como observamos en el grafico el 72% de los encuestados tienen una clara concepción de lo que es un Mercado Bursátil, ya que concidieron que este es donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones. El alto porcentaje nos indica que los empresarios distingue a este mercado de los demás y puede llegar a ser utilizado según la actividad que estos realizan y necesidades futuras que se presenten.

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: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca

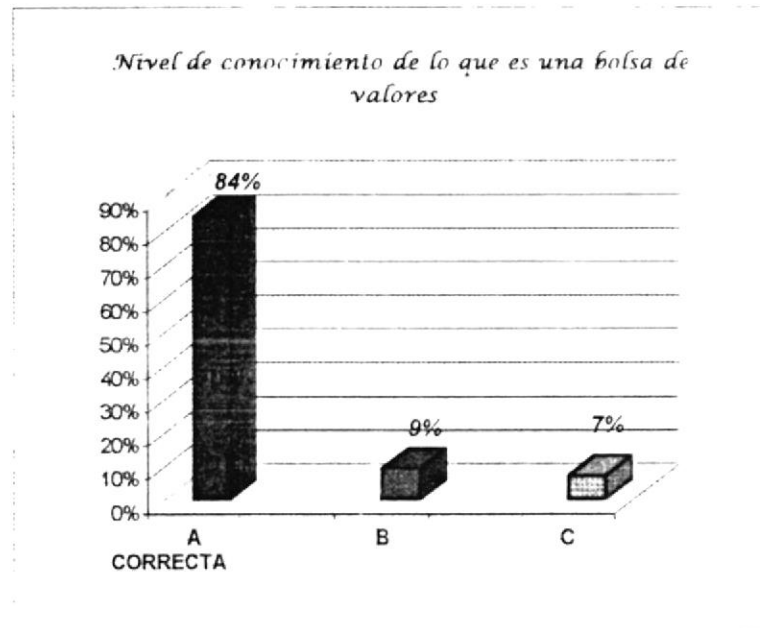
Gráfico 4.184 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursatil

Con este gráfico demostramos que los encuestados si saben que se negocia en el Mercado Bursátil , y comprueba la pregunta anterior con un 96% de respuestas correctas . Un mínimo porcentaje de 4% de empresarios que no tienen claro lo que se negocia en este mercado.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca

Gráfico 4.185 Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores



De este gráfico el 84% de las personas que estan encargadas de las empresas en las diferentes industrias están seguros de que es una Bolsa de Valores. Esto nos permite darnos cuenta, que si se empieza por dar a conocer el medio por donde se realiza el Mercado Bursátil, este se podrá desarrollarse en nuestro país. Los otros dos porcentajes demuestran que los encuestados tienen una mala concepción del fin que cumple una Bolsa de Valores en una economía, pero son mínimos.

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

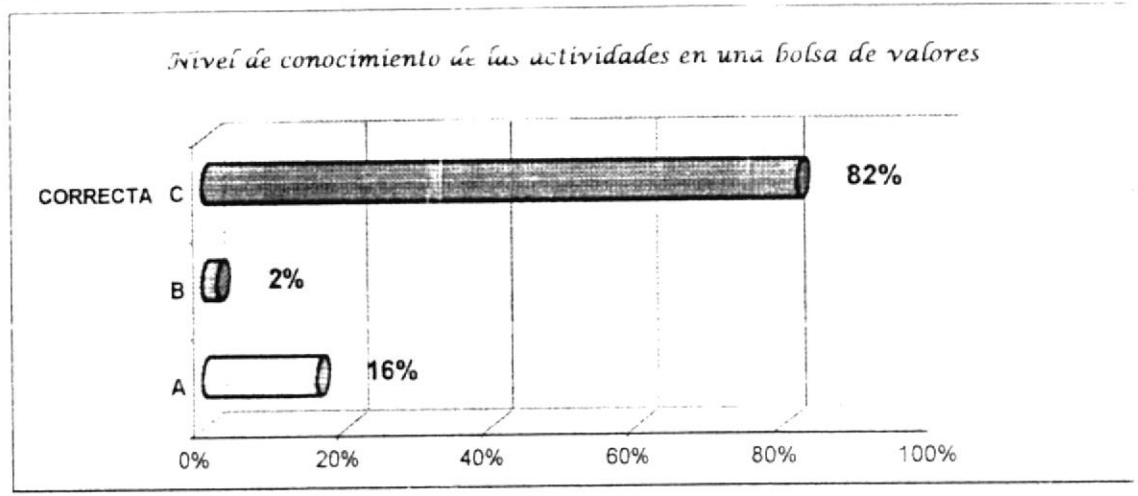
B: Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas , además de brindar asesoría en materia de finanzas corporativas

C: Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responde 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, Quito, Cuenca

Empresas Top Totales
No.3

Gráfico 4.186 Nivel de conocimiento de las actividades en una bolsa de valores



El 82% de encuestados señaló correctamente las actividades que se realizan en una Bolsa de Valores. Pero anotamos que solo 16 % de estos encuestados no tienen todavía claro la actividad total que cumple una Bolsa de Valores en una economía, siendo la situación actual una gran oprtunidad para que la BVG promueva este tipo de conocimientos a los empresarios de este país en este caso. Lo que debemos destacar es que estos encuestados tienen bien definidas las actividades que realizan diferentes instituciones en la economía, reflejandose esto en el 2% que manifiestan que la actividad de una Bolsa de Valores es proveer servicios financieros a las instituciones bancarias.

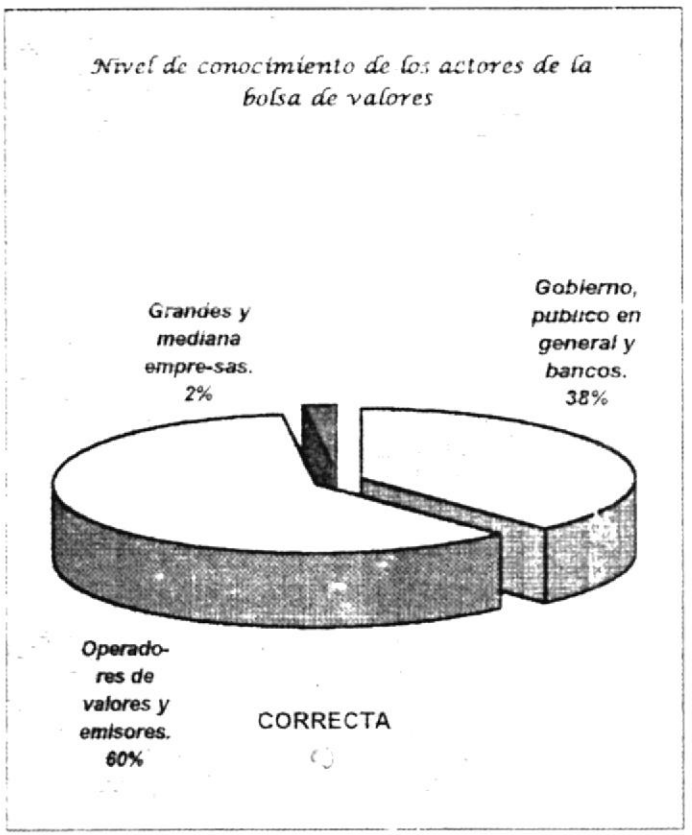
A: Negociar acciones
B: Proveer servicios financieros y bancarios para los bancos privados y públicos en el país
C: Compra y/o venta de títulos valores emitidos por empresas y participan también intermediarios y operadores

Fuente Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración Agosto 1999
Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca

Empresas Top Totales
No.4

Gráfico 4.187 Nivel de conocimiento de los actores de la bolsa de valores

Aquí en este gráfico podemos decir que en un 60% de todos los encuestados saben con quién se debe contactar para realizar las negociaciones de su interés, esto es con los Operadores de Valores y Emisores. Mientras que el 38% piensa que los actores son el Gobierno y el Publico en general , esto se da ya que estan involucrando a las a quienes pueden benificiarse de la Bolsa de Valores, pero no son actores directos en ese proceso.

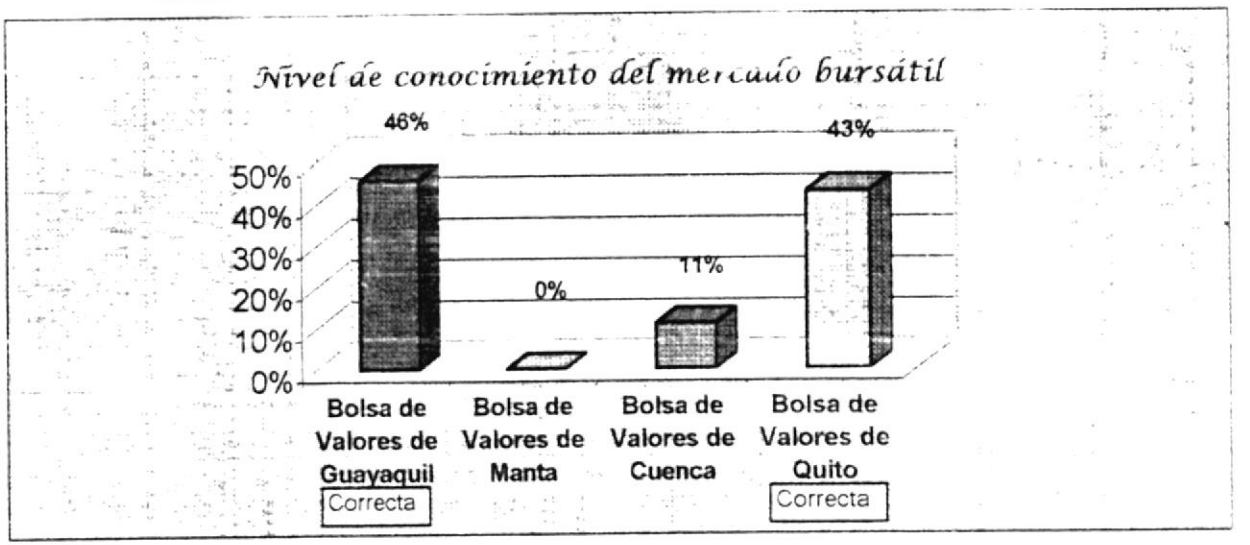


BIBLIOTECA
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
GUAYAQUIL

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vasquez
Fecha de Elaboracion: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca

Empresas Top Totales
No.5

Gráfico 4.188 Nivel de conocimiento del mercado bursátil

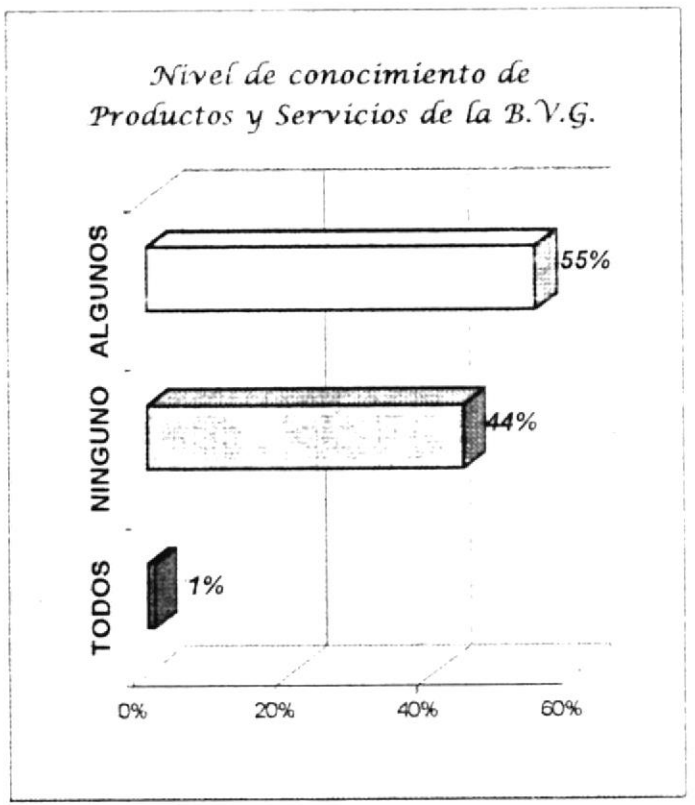


Los porcentajes de 46% para Guayaquil y 43% para Quito, nos demuestra que los encuestados del Guayas saben donde se realiza el Mercado Bursátil y esto hace que las posibilidades de utilización queden abiertas a estas dos instituciones por parte de las empresas de aquí. El 11 % que contesto que existe una Bolsa de Valores en Cuenca, nos hace pensar el problema latente sobre el desconocimiento del mercado bursátil, especificamnte donde se desarrolla este mercado.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca

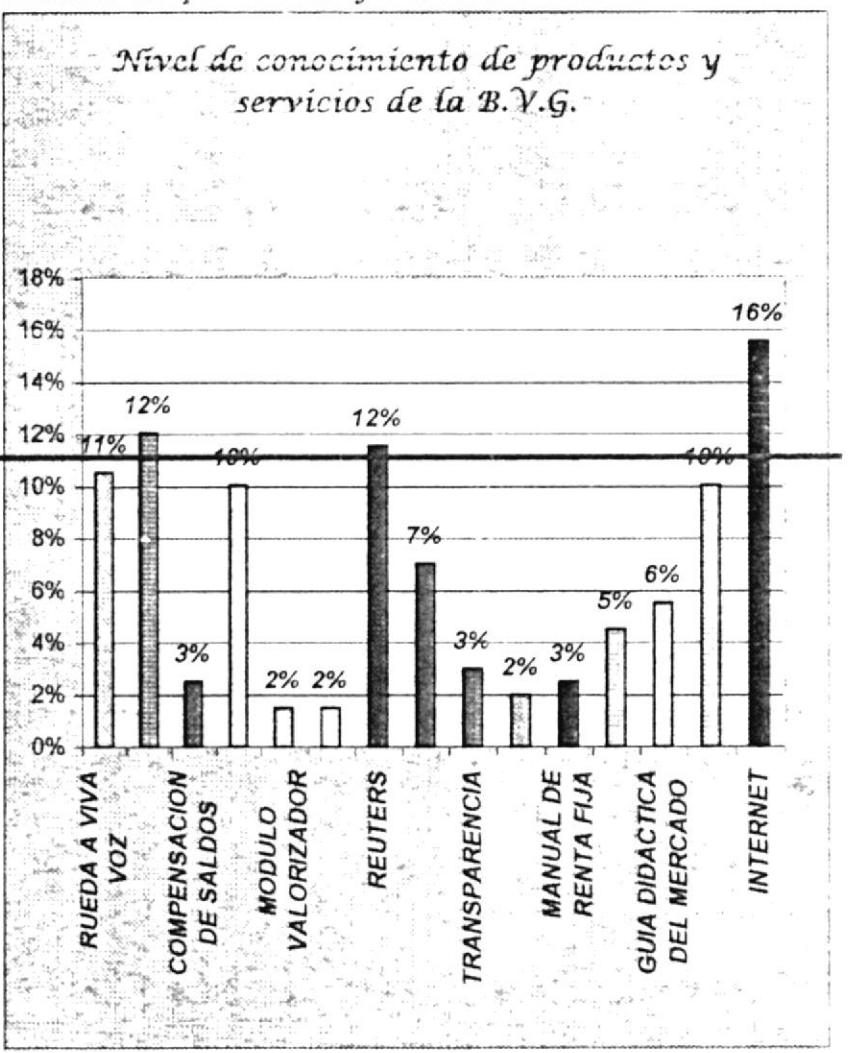
Gráfico 4.189 Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la B.V.G.

Al analizar este gráfico la BVG conoce el nivel real de promoción de sus Productos y Servicios. Es por tanto preocupante saber que una gran parte de encuestados no tienen ningún conocimiento de los Productos y Servicios con un 44% y si lo tienen es de algunos con un 55%. Esto permite establecer algunas interrogantes como si los medios utilizados para la difusión de la BVG han sido o no enfocados para promocionar los Productos y Servicios, o si los Productos con los que cuenta la BVG actualmente son atractivos a los distintos participantes de una economía y en este caso a los empresarios del medio.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vasquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca

Gráfico 4.190 Nivel de conocimiento de productos y servicios de la B.V.G.



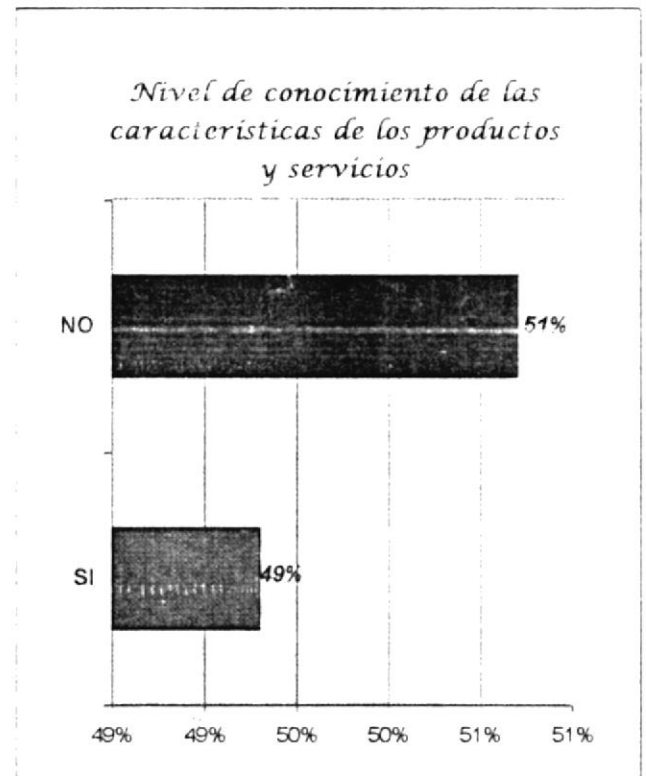
Este gráfico muestra el poco conocimiento de los Productos y Servicios que tiene la BVG de los encuestados. Siendo una razón la no utilización de los mismos por parte de este segmento y que si alguna vez los utilizaron fueron pocos, de ahí, que los porcentajes de cada Producto y Servicio sean bajos. Estos resultados, pueden ayudar a la BVG a concretar medidas que permitan atraer a este segmento, por supuesto con los productos y servicios acordes a las necesidades que tengan.
Además el promedio de conocimiento de los productos y servicios de la BVG es de 6.9%, lo que observando el gráfico nos indica que este promedio no es tan aceptable para la BVG.

Empresas Top Totales
No.8

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca

CIB - ESPOL

Gráfico 4.191 Nivel de conocimiento de las características de los productos y servicios



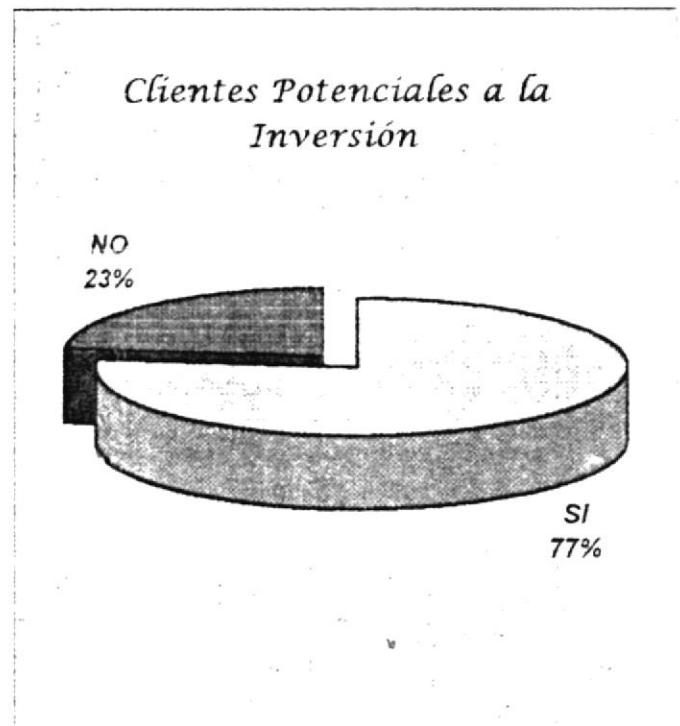
Al observar este gráfico, deducimos que los encuestados no conocen claramente las Características principales de los Productos y Servicios con un 49%.Alrededor de 51% de los encuestados conocían en realidad las características de los diversos productos y servicios que existen.Esto va a ayudar a la BVG a concretar los medios más idoneos para que las TOP Nacionales conozcan de que se tratan los diferentes productos y servicios.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca

Empresas Top Totales
No.9

Gráfico 4.192 Clientes Potenciales a la Inversión

Como nos damos cuenta el porcentaje de encuestados dispuestos a invertir es de 77%, que es alto para las aspiraciones de la BVG, pero que se entiende que se debe actuar ya en este importante sector se convierta en partícipes de este mercado. El porcentaje de respuestas a no invertir es de 23%. Esto necesita por tanto de estrategias ambiciosas y de ofrecerles beneficios que se advierten más adelante.



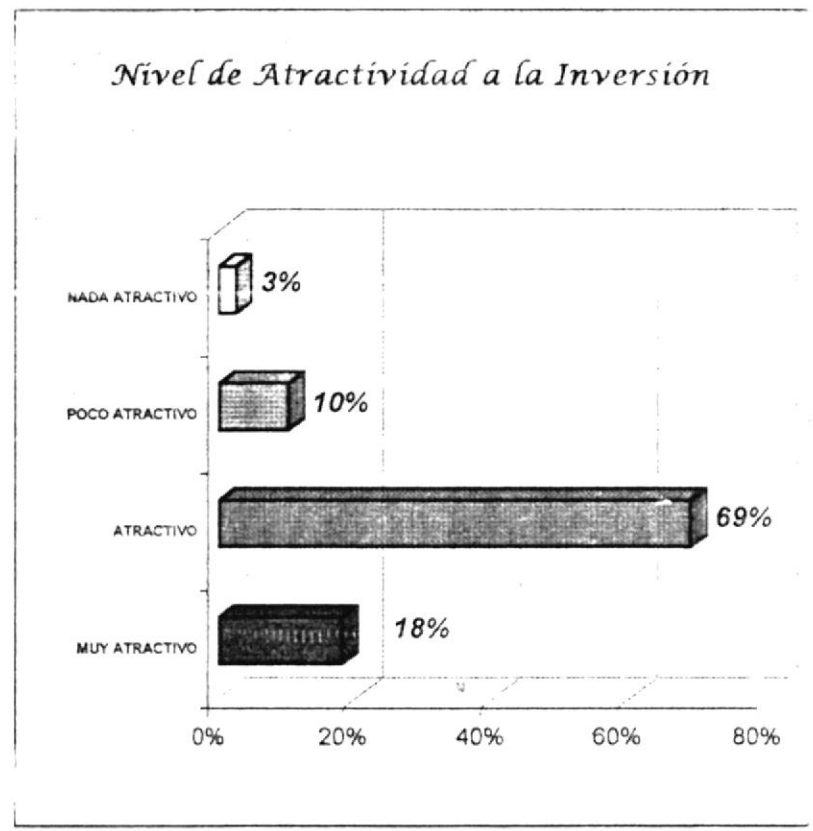
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca

Empresas Top Totales
No.9

Gráfico 4.193 Nivel de Atractividad a la Inversión

Este gráfico establece que le nivel de cuan atractivo le resulta invertir a este segmento lo gana el Atractivo con un 69%, contra un 18% de Muy Atractivo. Pensamos que esto se debe a la poca información que ha habido y que existe en la actualidad de cómo invertir a través de la BVG. Solo el hecho de la crisis actual que afecta a este mercado ha hecho reaccionar y tratar de concretar los medios adecuados para que se llegue a conocer como invertir y en que inverter a los responsables de la BVG.

El Indice de Atractivo a la Inversión es 7.06, este nivel es bueno e indica el potencial que existe en este sector para el mercado bursátil.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vasquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca

Análisis y Cuadro 4.186 Indices de Motivación para la Inversión

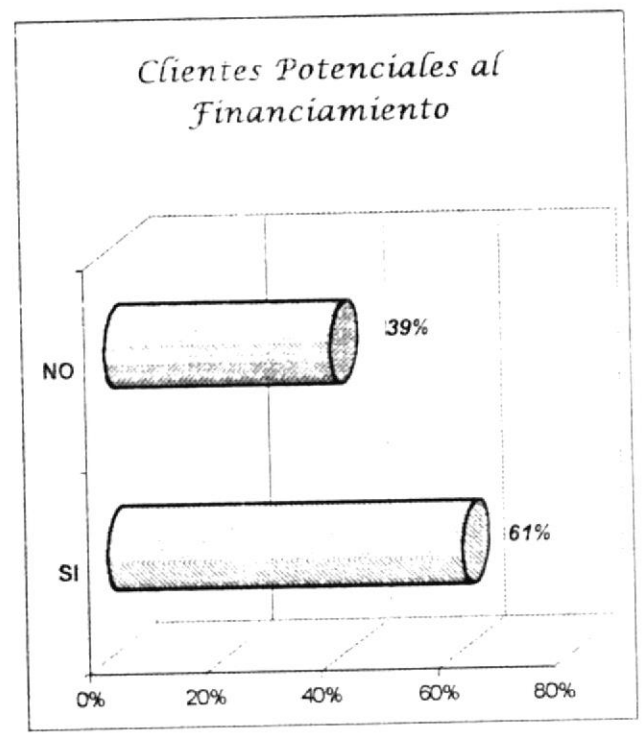
Cómo observamos, todos lo indices estan bajos y esto se debe a la actual situación que vive el pais, el nivel de incertidumbre muy alto que se ve reflejado en este sector al dar estas calificaciones. Aunque esto puede ser contradictorio a los otros resultados, esto nos permite recalcar que este es el momento más apropiado para que el mercado bursátil se desarrolle en el país y esto debe aprovecharlo la BVG.
Solo 2 motivaciones tienen un indice superior a 5 y son Ofrecimientos de rendimientos altos y que Sean amables que no creemos sean los parámetros a seguir por parte de la BVG.

Nivel de importancia de motivaciones para Invertir

Atributos	Indice
Servicios variados	4,255
Rendimientos Altos	5,055
Sean amables	5,755
Segura y solida	2,65
Costos bajos	4,93
Rapidos y agiles	2,725
Otra	0,775

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Quito

Gráfico 4.195 Clientes Potenciales al Financiamiento

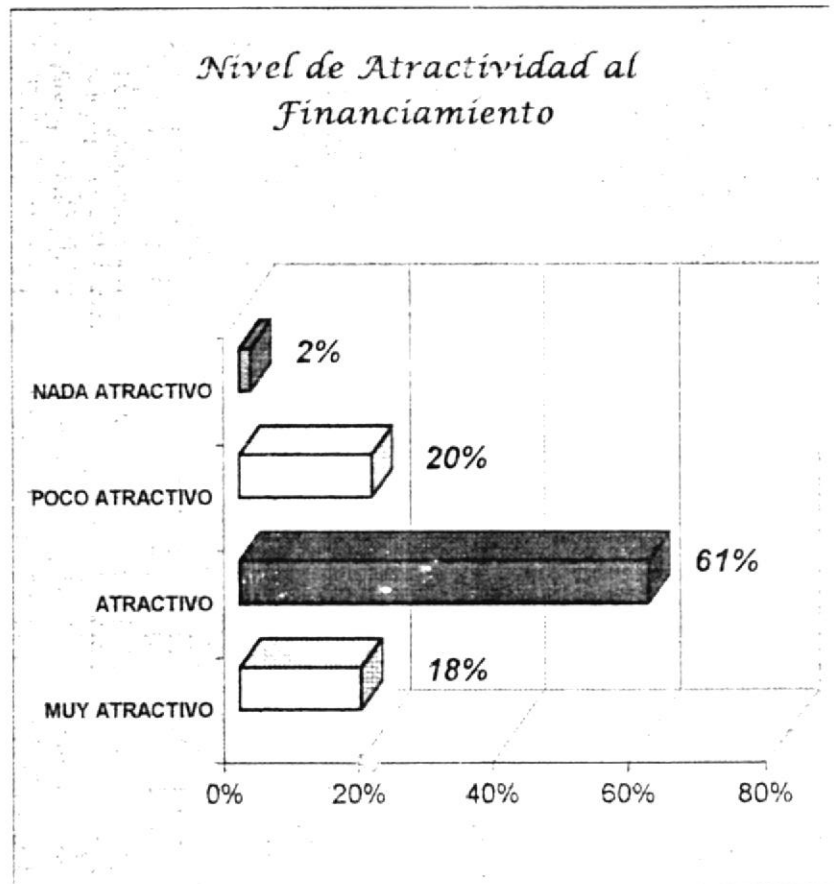


El porcentaje de respuesta hacia si se financiaria a través de la BVG es de 61% y del 39% de resistencia financiarse. Por este último dato, la función de la BVG es hacer entender a este tipo de empresarios que el financiarse mejora la situación actual, ya que permite inyectar capital fresco y que este tendrá un mayor control de cómo se lo invertirá. Obteniendose un mayor desarrollo de la economía.

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
1958
GUAYAQUIL
BIBLIOTECA

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca

Gráfico 4.196 Nivel de Atractividad al Financiamiento



Este gráfico establece que le nivel de cuan atractivo le resulta financiarse a este segmento lo gana el Atractivo con un 61 %, con marcada diferencia a Poco Atractivo que tiene un 20%.

Pensamos que esto puede darse por falta de visión y la poca información que ha habido y que existe en la actualidad de cómo financiarse a través de la BVG. Solo el hecho de la crisis actual que afecta a este mercado ha hecho tratar de concretar los medios adecuados para que se llegue a conocer como se financia una empresa a través de la BVG.

El Indice de Atractivo a Financiarse es de 6.89 que refleja la apertura que puede existir a esta forma de hacer crecer a una empresa por parte de este sector.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca

CIB - ESPOL

Análisis y Cuadro 4. 189 Indices de Motivación para el Financiamiento

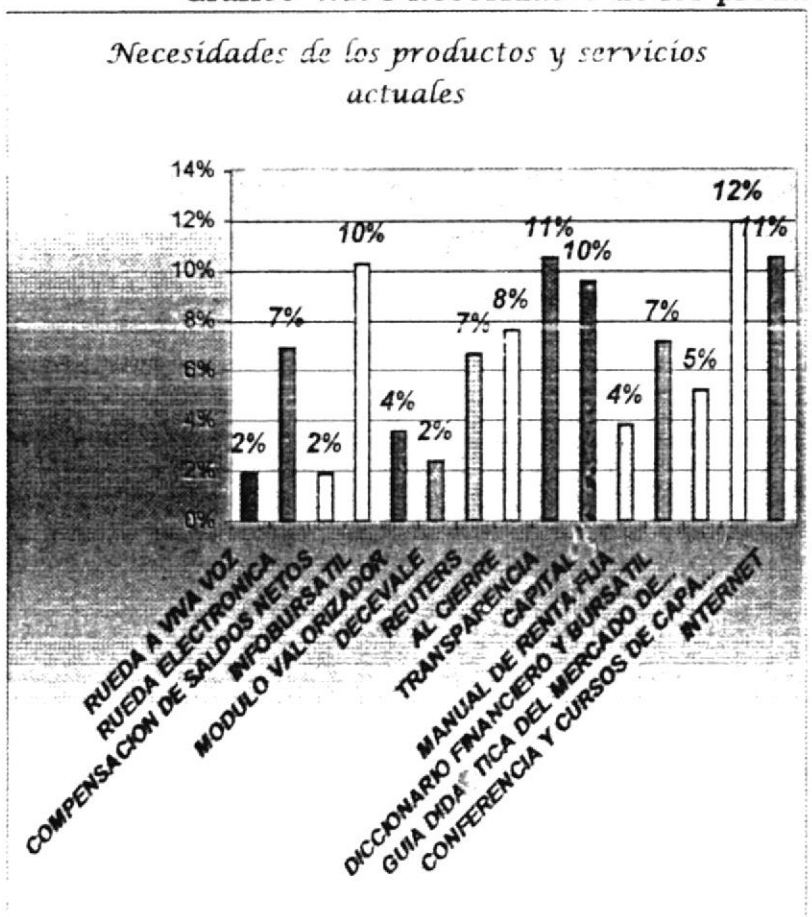
Aquí también los resultados son negativos, ya que todas los beneficios escogidos para motivar a los representantes de este sector son bajos. Esto además se explica ya que en el sector gran parte son empresas familiares y todavía existe esa resistencia a capitales frescos. Esto puede cambiar cuándo exista un programa de información de cómo funciona funciona este mecanismo en el mercado Bursátil.
Aquí el que recibe mayor puntaje es que se ofrezca rendimientos altos con un 6.03 y los demás son muy bajos para considerarlos.

Nivel de importancia de motivaciones para Invertir

Atributos	Indice
Servicios variados	4.375
Captar altas Inversiones	6.03
Sean amables	4.79
Segura y solida	2.85
Costos bajos	4.805
Rapidos y agiles	3
Otra	0.275

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Quito

Gráfico 4.198 Necesidades de los productos y servicios actuales

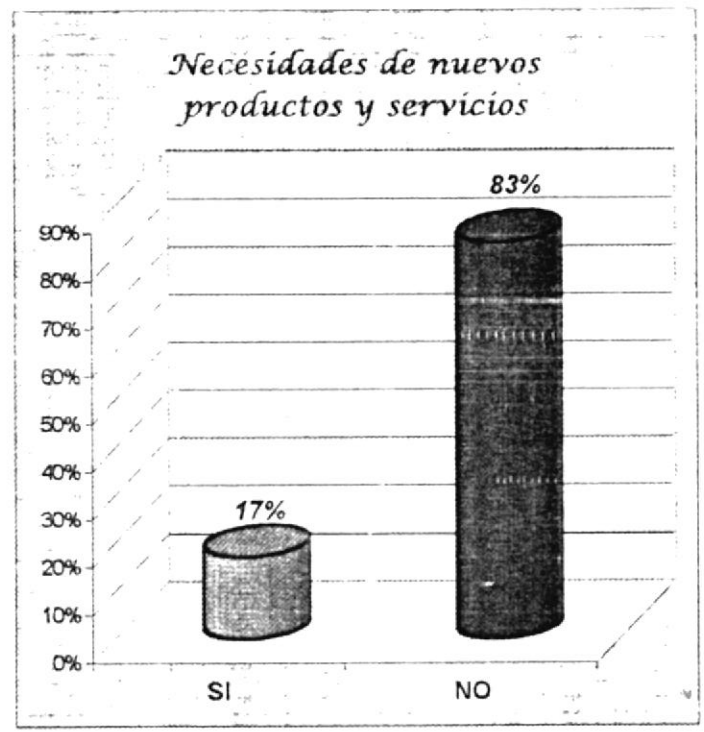


Como observamos los porcentajes a esta pregunta son bajos ya que los encuestados no trabajan en este mercado, pero esto servirá mucho a la BVG ya que estos requerimientos dependen a la actividad que los encuestados realizan. Podemos resumir este gráfico diciendo que de los productos y servicios que mas se requieren son los de información y aprendizaje.Y esto es entendible para este segmento.

Empresas Top Totales
No.16

Fuente: Investigacion de mercado para la B.V.G
Elaborado por: J. Vasquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca

Gráfico 4.199 **Necesidades de nuevos productos y servicios**



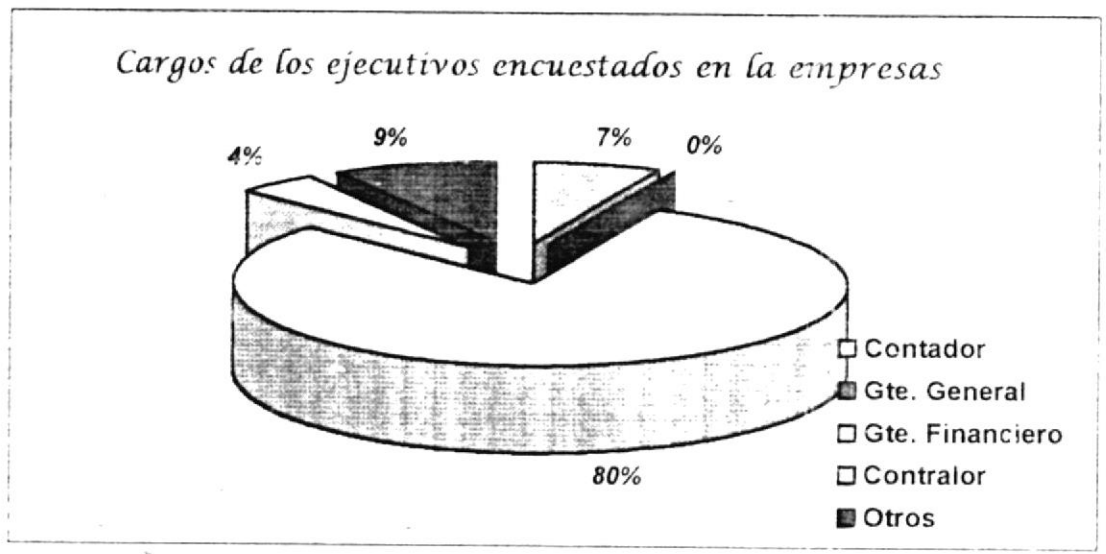
Este 83% de respuesta a no necesitar un producto y servicio diferente a los actuales, se debe a que no hay una idea clara de la relación que puede tener los productos y servicios de la BVG ni siquiera actuales, con las actividades que realiza el segmento en estudio. Por tanto una vez que conozcan los productos actuales, sabremos que otros productos y servicios pueden requerir los empresarios a nivel Nacional.

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL 1958 GUAYAQUIL
BIBLIOTECA

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vasquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil, Quito, Cuenca

4.2.3.2.2 Gráficos y Análisis de las Top Empresas de Guayaquil.

Gráfico 4.200 Cargos de los ejecutivos encuestados

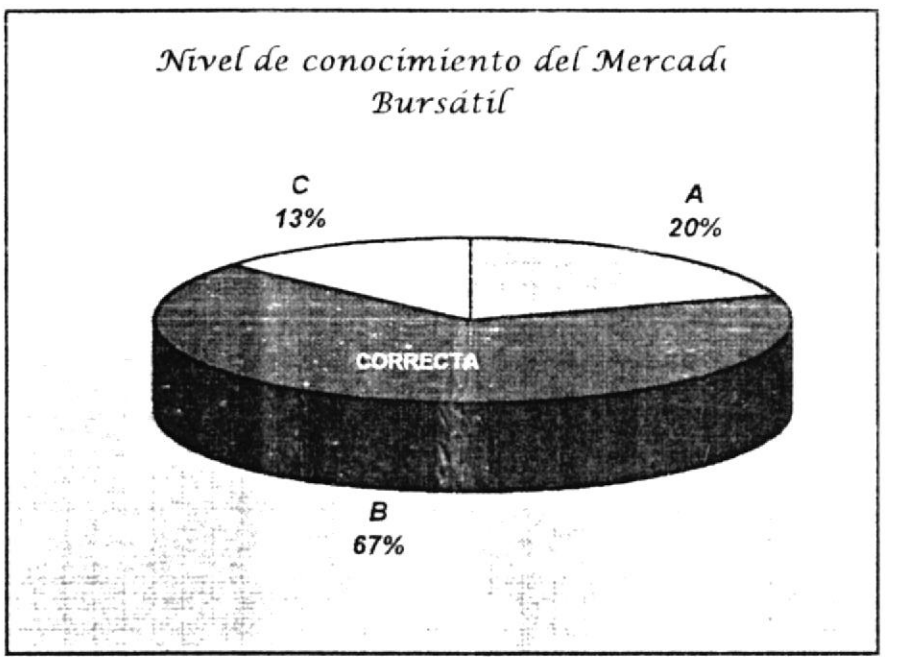


El 80% de encuestados sabemos que son las personas que estan al tanto de la situación actual, esto es los Gerentes Financieros, por lo que nuestra información es de primera. Estos resultados nos dicen además que estas empresas cuentan con un personal calificado para cada función y esto hace que la empresa se desenvuelva con una gran proyección.

Fuente Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboracion Agosto 1999
Lugar Guayaquil

Gráfico 4.201 Nivel de conocimiento del mercado bursátil

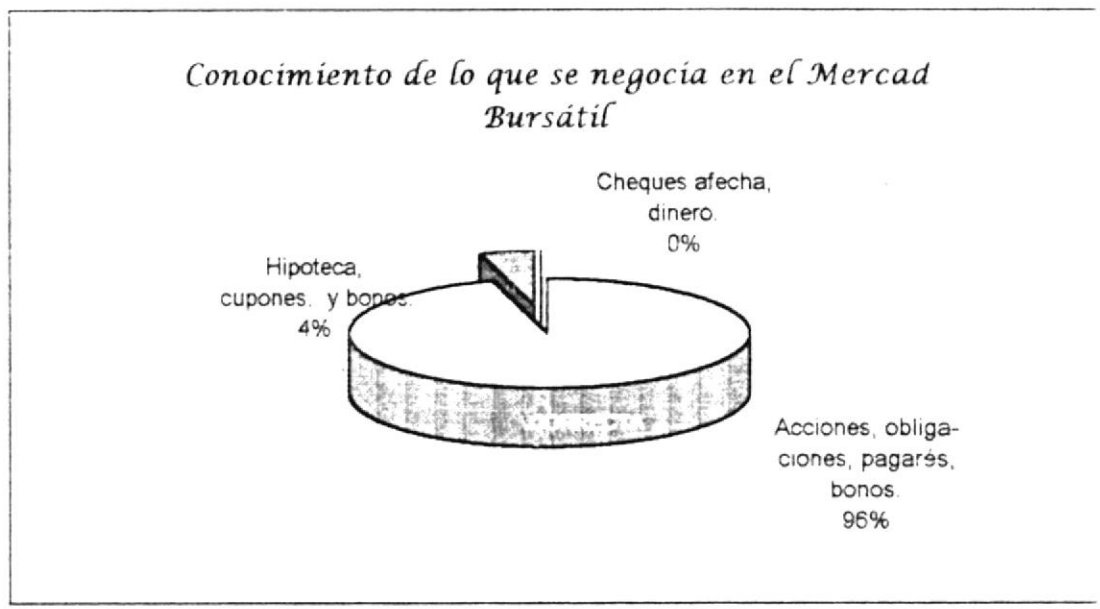
Como observamos en el gráfico el 67% de los encuestados tienen una clara concepción de lo que es un Mercado Bursátil, ya que concidieron que este es donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones. El alto porcentaje nos indica que los empresarios distingue a este mercado de los demás y puede llegar a ser utilizado según la actividad que estos realizan y necesidades futuras que se presenten.



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: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.202 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil

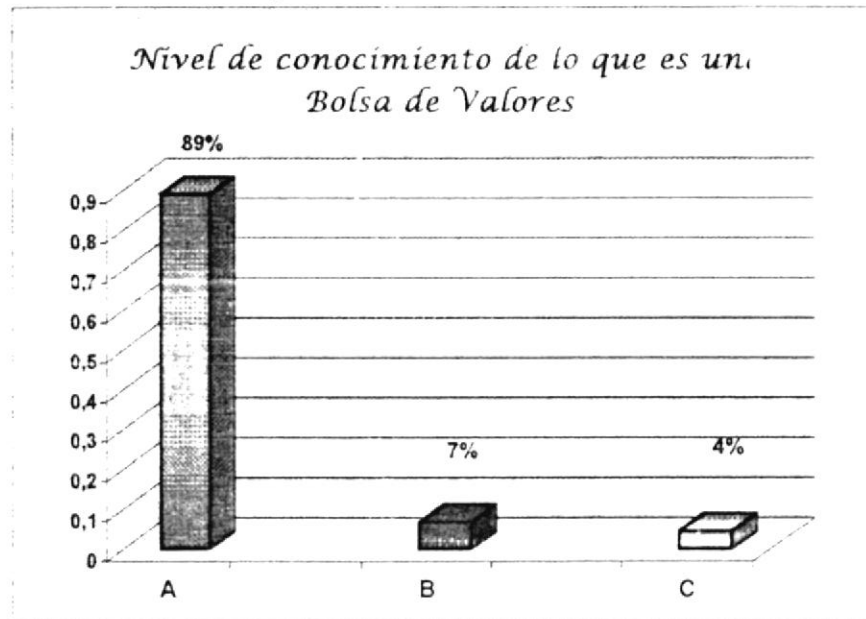


Con este gráfico demostramos que los encuestados si saben que se negocia en el Mercado Bursatil , y comprueba la pregunta anterior con un 96% de respuestas correctas . Un minimo porcentaje de 4% de empresarios que no tienen claro lo que se negocia en este mercado.

Fuente Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.203 Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores

De este gráfico el 89% de las personas que estan encargadas de las empresas en las diferentes industrias están seguros de que es una Bolsa de Valores. Esto nos permite darnos cuenta, que si se empieza por dar a conocer el medio por donde se realiza el Mercado Bursátil, este se podrá desarrollarse en nuestro país. Los otros dos porcentajes demuestran que los encuestados tienen una mala concepción del fin que cumple una Bolsa de Valores en una economia, pero son mínimos.



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

B Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas , además de brindar asesoria en materia de finanzas corporativas

C Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responde 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

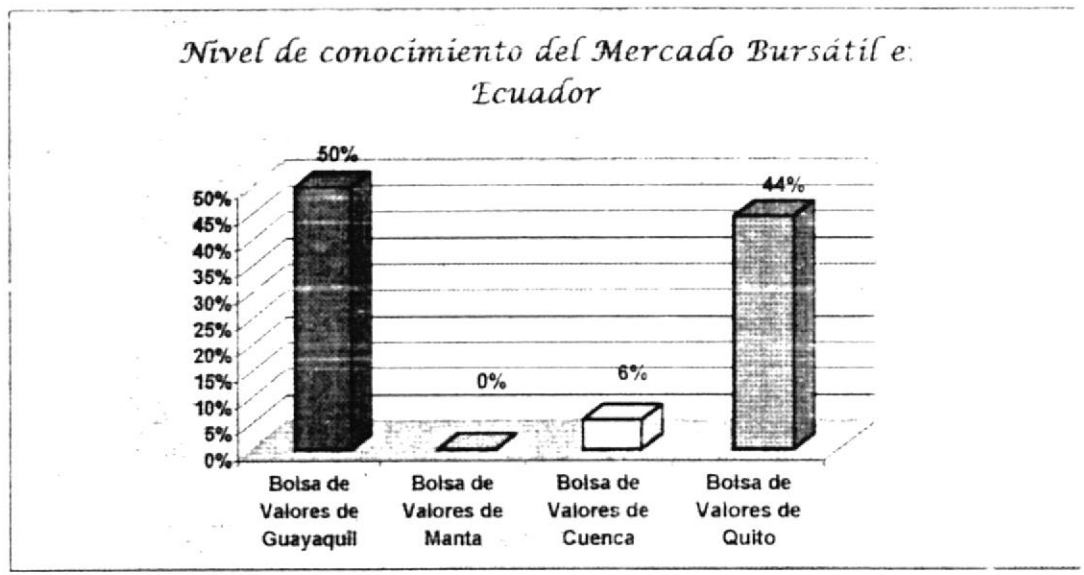
Gráfico 4.205 Nivel de conocimiento de los actores de la bolsa de valores

Aquí en este gráfico podemos decir que en un 60% d
dos los encuestados saben con quién se debe contac
para realizar las negociaciones de su interés, esto es
los Operadores de Valores y Emisores. Mientras que
38% piensa que los actores son el Gobierno y el Púb
en general , esto se da ya que estan involucrando a l
a quienes pueden benificiarse de la Bolsa de Valores
no son actores directos en ese proceso.

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: J. Vasquez
Fecha de Elaboracion: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.206 Nivel de conocimiento del mercado bursátil

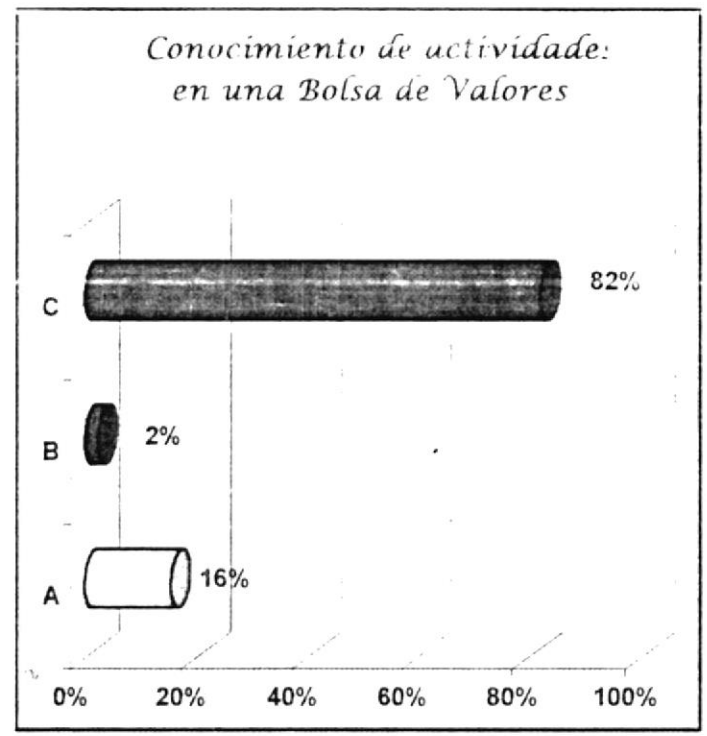


Los porcentajes de 44% para Guayaquil y 50% para Quito, nos demuestra que los encuestados del Guayas saben donde se realiza el Mercado Bursátil y esto hace que las posibilidades de utilización queden abiertas a estas dos instituciones por parte de las empresas de aquí. El 6 % que contesto que existe una Bolsa de Valores en Cuenca, nos hace pensar el problema latente sobre el desconocimiento del mercado bursátil, específicamnte donde se desarrolla este mercado.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.204 Nivel de conocimiento de las actividades en una bolsa de valores

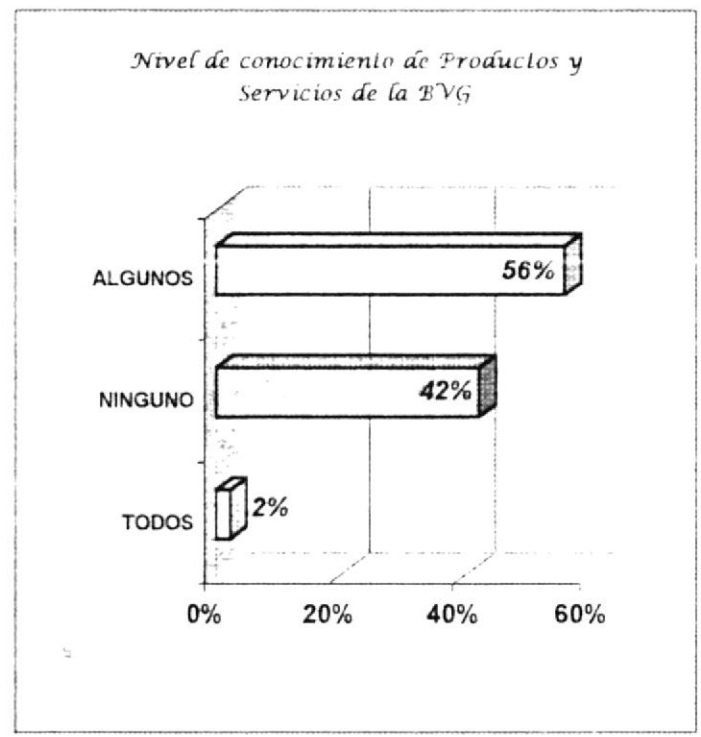
El 82% de encuestados señaló correctamente las actividades que se realizan en una Bolsa de Valores. Pero anotamos que solo 16 % de estos encuestados no tienen todavía claro la actividad total que cumple una Bolsa de Valores en una economía, siendo la situación actual una gran oprtunidad para que la BVG promueva este tipo de conocimientos a los empresarios de esta ciudad en este caso. Lo que debemos destacar es que estos encuestados tienen bien definidas las actividades que realizan diferentes instituciones en la economía, reflejandose esto en el 2% que manifiestan que la actividad de una Bolsa de Valores es proveer servicios financieros a las instituciones bancarias.



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 Elaboracion: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.207 Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la B.V.G.



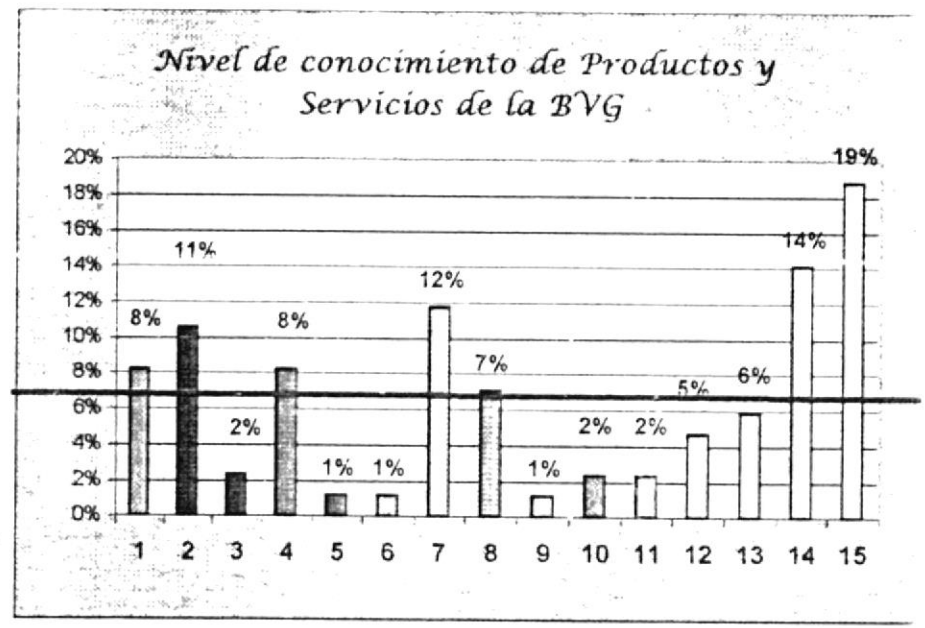
Al analizar este gráfico la BVG conoce el nivel real de promoción de sus Productos y Servicios. Es por tanto preocupante saber que una gran parte de encuestados no tienen ningún conocimiento de los Productos y Servicios con un 42% y si lo tienen es de algunos con un 56%. Esto permite establecer algunas interrogantes como si los medios utilizados para la difusión de la BVG han sido o no enfocados para promocionar los Productos y Servicios, o si los Productos con los que cuenta la BVG actualmente son atractivos a los distintos participantes de una economía y en este caso a los empresarios del medio.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.208 Nivel de conocimiento de productos y servicios de la B.V.G.

Este gráfico muestra el poco conocimiento de los Productos y Servicios que tiene la BVG de los encuestados. Siendo una razón la no utilización de los mismos por parte de este segmento y que si alguna vez los utilizaron fueron pocos, de ahí, que los porcentajes de cada Producto y Servicio sean bajos. Estos resultados, pueden ayudar a la BVG a concretar medidas que permitan atraer a este segmento, por supuesto con los productos y servicios acordes a las necesidades que tengan.

El promedio de conocimiento de los productos y servicios es de 6.6% , que es aceptable si miramos el gráfico y comparamos los diferentes productos y servicios.



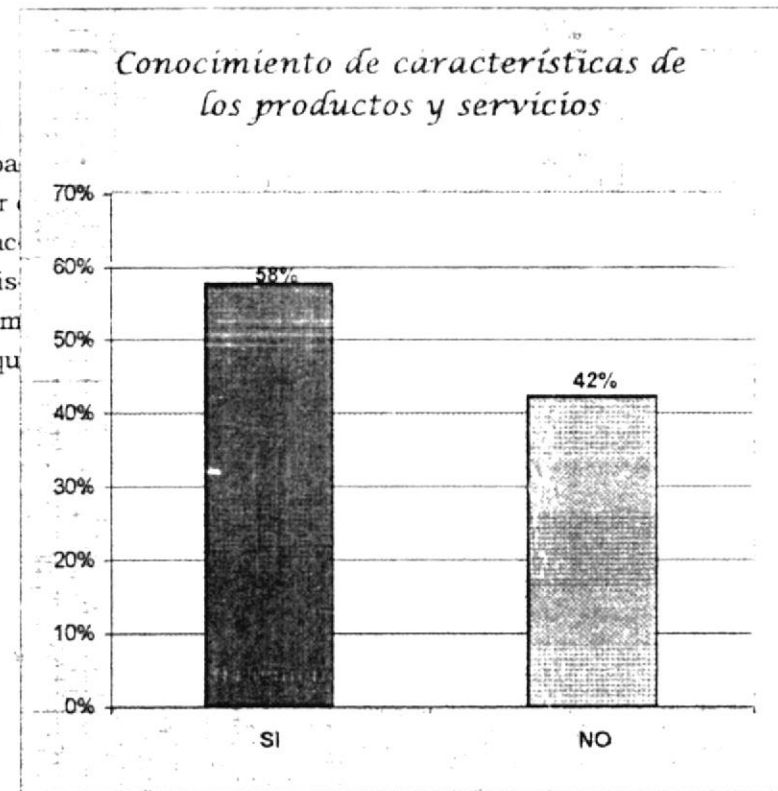
1 : Rueda a viva voz
2: Rueda electrónica
3: Compensación de saldos netos
4: Infobursátil
5: Módulo Valorizador
6: DECEVALE
7: Reuters
8: Al Cierre
9: Transparencia
10: Capital
11: Manual de Renta Fija
12: Diccionario Financiero y bursátil
13: Guía Didáctica del Mercado de Valores
14: Conferencia y Cursos de Capacitación
15: Internet

Fuente Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por J. Vasquez
Fecha de Elaboración Agosto 1999
Lugar Guayaquil

Empresas Top Guayaquil
No. 8

Gráfico 4.209 Nivel de conocimiento de las características de los productos y servicios

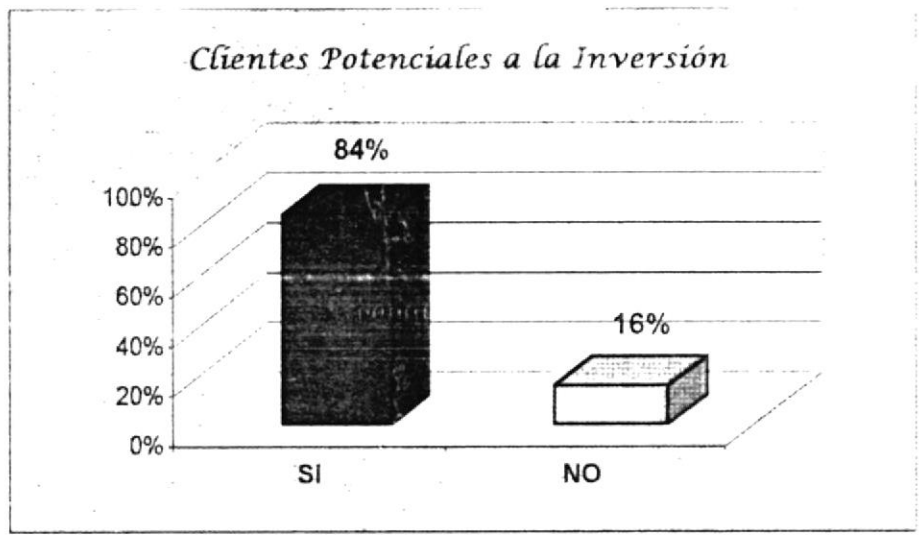
Al observar este gráfico, deducimos que los encuestados no conocen claramente las Caracteristicas principales de los Productos y Servicios con un 42%.Alrededor 58% de los encuestados conocían en realidad las características de los diversos productos y servicios que existen.Esto va a ayudar a la BVG a concretar los medios m idoneos para que las TOP de Guayaquil conozcan de qu se tratan los diferentes productos y servicios.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vasquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Empresas Top Guayaquil
No. 9

Gráfico 4.210 Clientes Potenciales a la Inversión

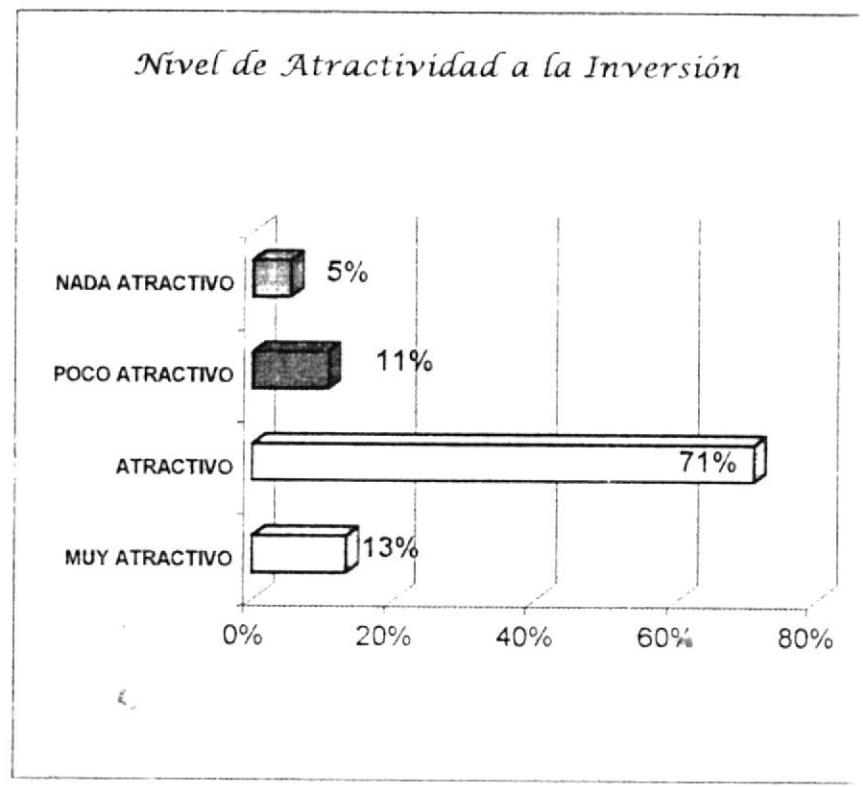


Como nos damos cuenta el porcentaje de encuestados dispuestos a invertir es de 84%, que es alto para las aspiraciones de la BVG, pero que se entiende que se debe actuar ya en este importante sector se convierta en partícipes de este mercado. El porcentaje de respuestas a no invertir es de 16%. Esto necesita por tanto de estrategias ambiciosas y de ofrecerles beneficios que se advierten más adelante.

Fuente: Investigación de mercado para la B V G
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboracion: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.211 Nivel de Atractividad a la Inversión

Este gráfico establece que le nivel de cuan atractivo le resulta invertir a este segmento lo gana el Atractivo con un 71%, contra un 13% de Muy Atractivo. Pensamos que esto se debe a la poca información que ha habido y que existe en la actualidad de cómo invertir a través de la BVG. Solo el hecho de la crisis actual que afecta a este mercado ha hecho reaccionar y tratar de concretar los medios adecuados para que se llegue a conocer como invertir y en que inverter a los responsables de la BVG.
El Indice de Atractivo a la Inversión es 6.76, este nivel es bueno e indica el potencial que existe en este sector para el mercado bursátil.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

BIBLIOTECA
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

Análisis y Cuadro 4. 212 Indices de Motivación para la Inversión

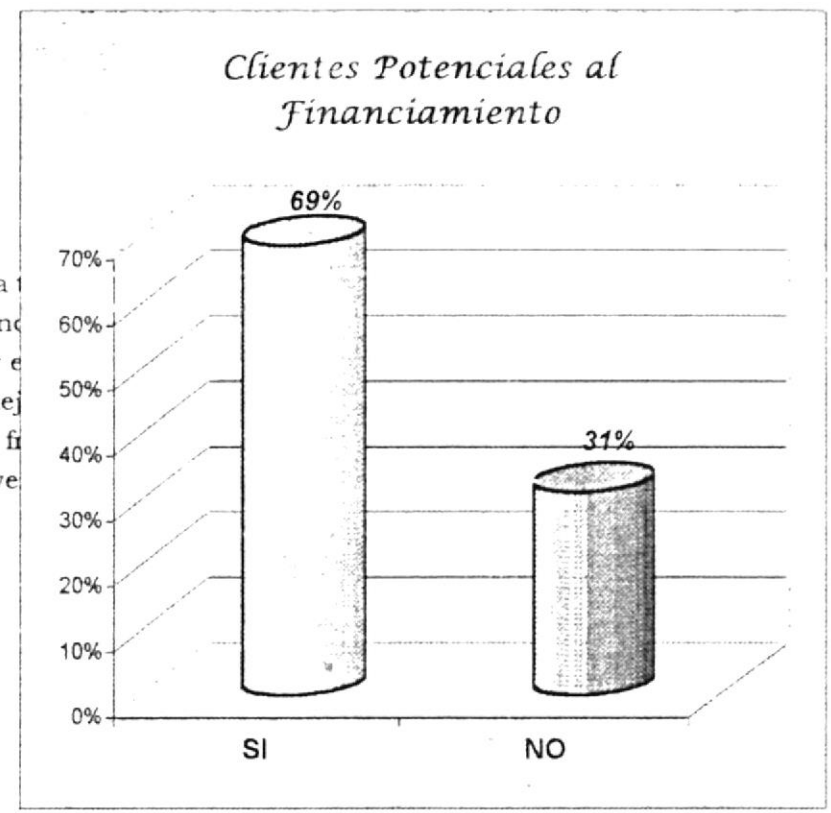
Cómo observamos, todos lo indices estan bajos y esto se debe a la actual situación que vive el país, el nivel de incertidumbre es muy alto que se ve reflejado en este sector a l dar estas calificaciones. Aunque esto puede ser contradictorio a los otros resultados, esto nos permite recalcar que este es el momento más apropiado para que el mercado bursátil se desarrolle en el país y esto debe aprovecharlo la BVG.

Nivel de importancia de motivaciones para Invertir

Atributos	Indice
Ofrezca rendimientos altos	5.2
Costos bajos	3.525
Sean amables	4.35
Servicios variados	6.1
Segura y solida	3.19375
Rapidos y agiles	3.125
Otra	0.6

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vasquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

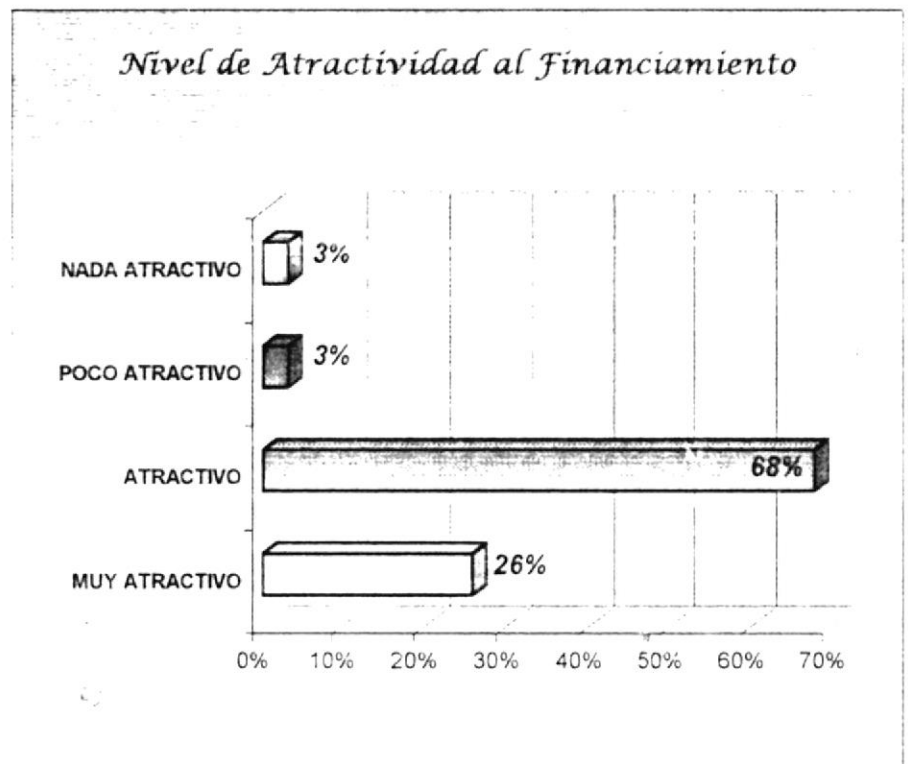
Gráfico 4.213 Clientes Potenciales al Financiamiento



El porcentaje de respuesta hacia si se financiaria a t
de la BVG es de 69% y del 31% de resistencia financ
Por este último dato, la función de la BVG es hacer e
der a este tipo de empresarios que el financiarse mej
la situación actual, ya que permite inyectar capital fi
que este tendrá un mayor control de cómo se lo inve
Obteniendose un mayor desarrollo de la economia.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vasquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.214 Nivel de Atractividad al Financiamiento



Este gráfico establece que le nivel de cuan atractuvo le resulta financiarse a este segmento lo gana el Atractivo con un 68 %, con marcada diferencia a Muy Atractivo que tiene un 26%.

Pensamos que esto puede darse por falta de visión y la poca información que ha habido y que existe en la actualidad de cómo financiarse a través de la BVG. Solo el hecho de la crisis actual que afecta a este mercado ha hecho tratar de concretar los medios adecuados para que se llegue a conocer como se financia una empresa a través de la BVG.

El Indice de Atractivo a Financiarse es de 7.51 que refleja la apertura que puede existir a esta forma de hacer crecer a una empresa por parte de este sector.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Análisis y Cuadro 4. 215 Indices de Motivación para el financiamiento

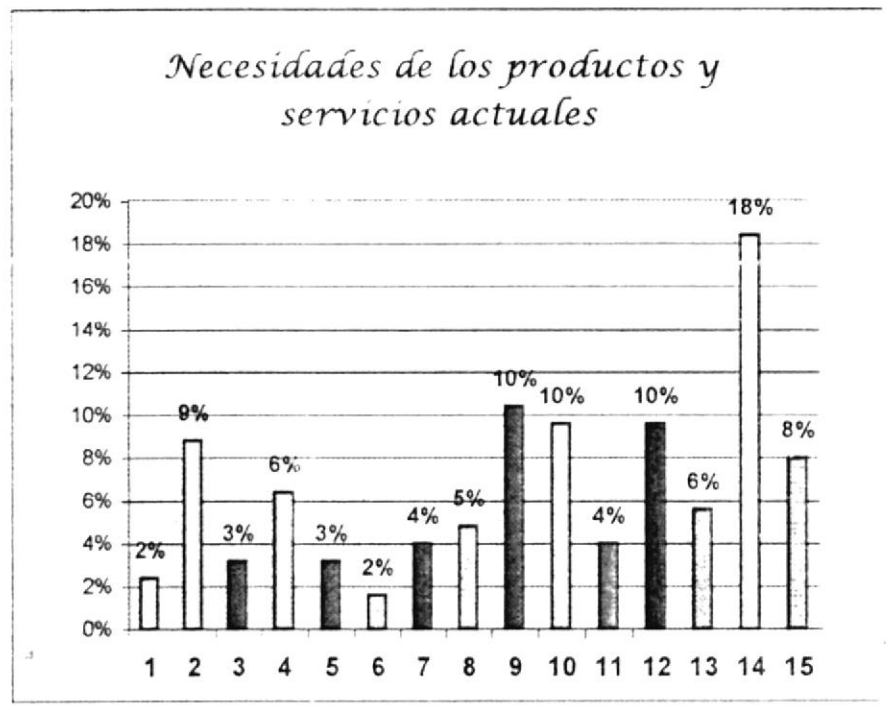
Aquí también los resultados son negativos, ya que todas los beneficios escogidos para motivar a los representantes de este sector son bajos. Esto además se explica ya que en el sector gran parte son empresas familiares y todavía existe esa resistencia a capitales frescos. Esto puede cambiar cuándo exista un programa de información de cómo funciona este mecanismo en el mercado Bursátil.

Nivel de importancia de motivaciones para financiamiento

Atributos	Indice
Servicios variados	5.73
Captar altas Inversiones	5.055
Sean amables	3.855
Segura y solida	3.35
Costos bajos	3.3
Rapidos y agiles	2.65
Otra	0.5

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.216 Necesidades de los productos y servicios actuales



Como observamos los porcentajes a esta pregunta son bajos ya que los encuestados no trabajan en este mercado, pero esto servirá mucho a la BVG ya que estos requerimientos dependen a la actividad que los encuestados realizan. Podemos resumir este gráfico diciendo que de los productos y servicios que mas se requieren son los de información y aprendizaje.Y esto es entendible para este segmento.

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: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

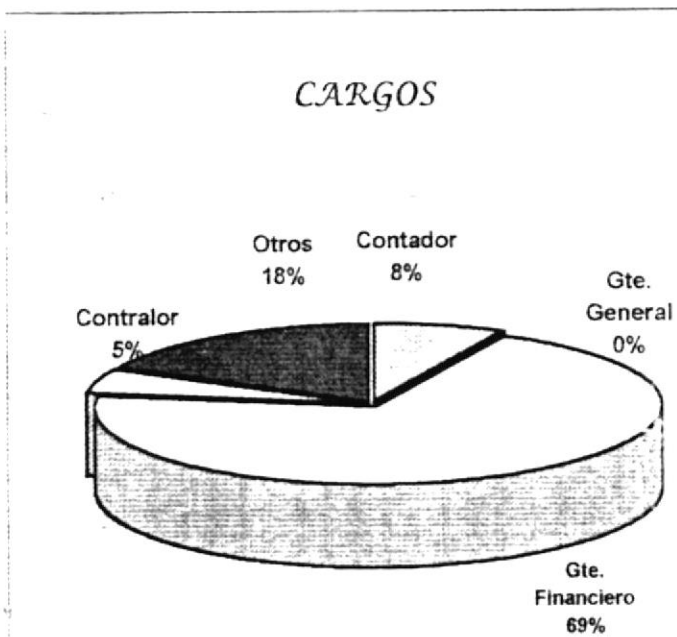
Gráfico 4.217 Necesidades de nuevos productos y servicios

Este 82 % de respuesta a no necesitar un producto y servicio diferente a los actuales, se debe a que no hay una idea clara de la relación que puede tener los productos y servicios de la BVG ni siquiera actuales, con las actividades que realiza el segmento en estudio. Por tanto una vez que conozcan los productos actuales, sabremos que otros productos y servicios pueden requerir los empresarios Guayaquileños.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

4.2.3.2.3 Gráficos y Análisis de Empresas Top Quito

Gráfico 4.218 Cargos de los ejecutivos encuestados en empresas Top Quito



En Quito también el nivel de especialización es aceptable el porcentaje de los encuestados es de 70%, que son las personas encargadas de de la parte financiera y que para nuestro trabajo esta información es relevante

BIBLIOTECA
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

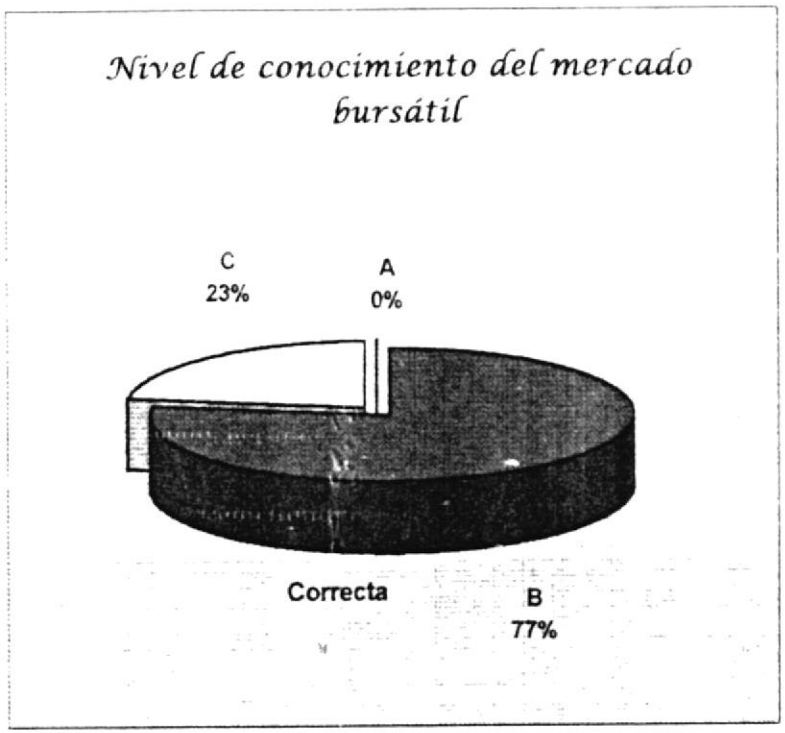
Fuente Investigación de mercado para la B.V.G

Elaborado por J. Vasquez

Fecha de Elaboración Agosto 1999

Lugar Quito

Gráfico 4.219 Nivel de conocimiento del mercado bursátil



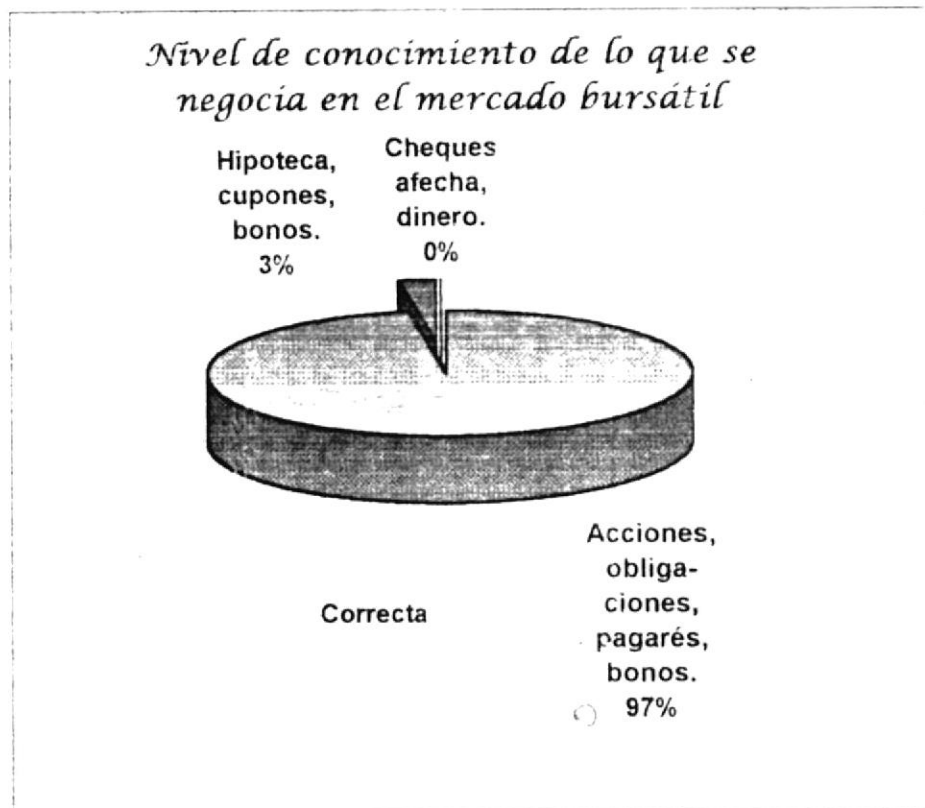
Como observamos en el gráfico el 77% de los encuestados tienen una clara concepción de lo que es un Mercado Bursátil, ya que concidieron que este es donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones. El alto porcentaje nos indica que los empresarios distingue a este mercado de los demás y puede llegar a ser utilizado según la actividad que estos realizan y necesidades futuras que se presenten.

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: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Quito

CIB - ESPOL

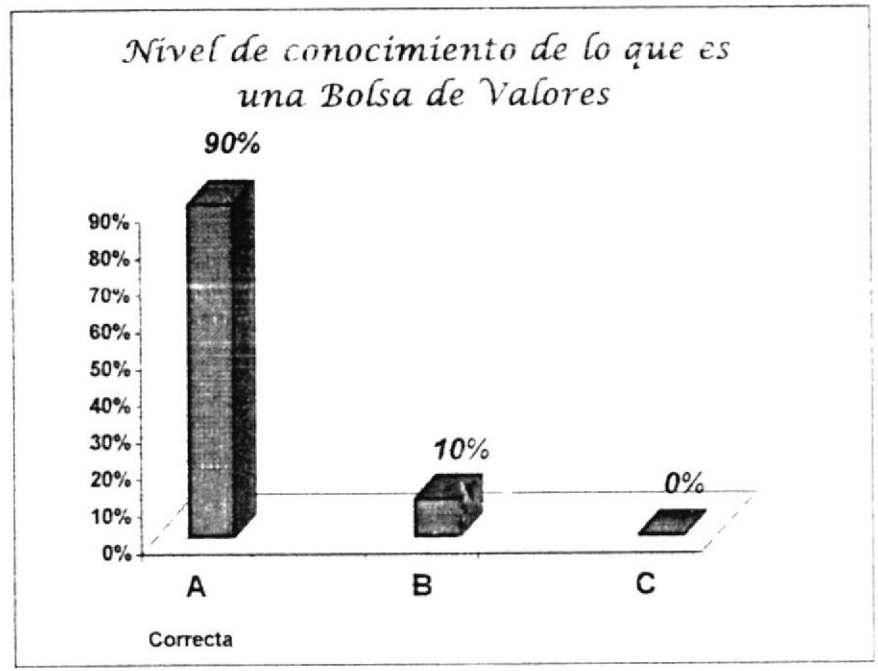
Gráfico 4.220 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil



Con este gráfico demostramos que los encuestados si saben que se negocia en el Mercado Bursátil , y comprueba la pregunta anterior con un 97% de respuestas correctas . Un mínimo porcentaje de 3% de empresarios que no tienen claro lo que se negocia en este mercado.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: J. Vasquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Quito

Gráfico 4.221 Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores



De este gráfico el 90% de las personas que estan encargadas de las empresas en las diferentes industrias están seguros de que es una Bolsa de Valores. Esto nos permite darnos cuenta, que si se empieza por dar a conocer el medio por donde se realiza el Mercado Bursátil, este se podrá desarrollarse en nuestro pais. Los otros dos porcentajes demuestran que los encuestados tienen una mala concepción del fin que cumple una Bolsa de Valores en una economia, pero son minimos.

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

B Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas , además de brindar asesoria en materia de finanzas corporativas

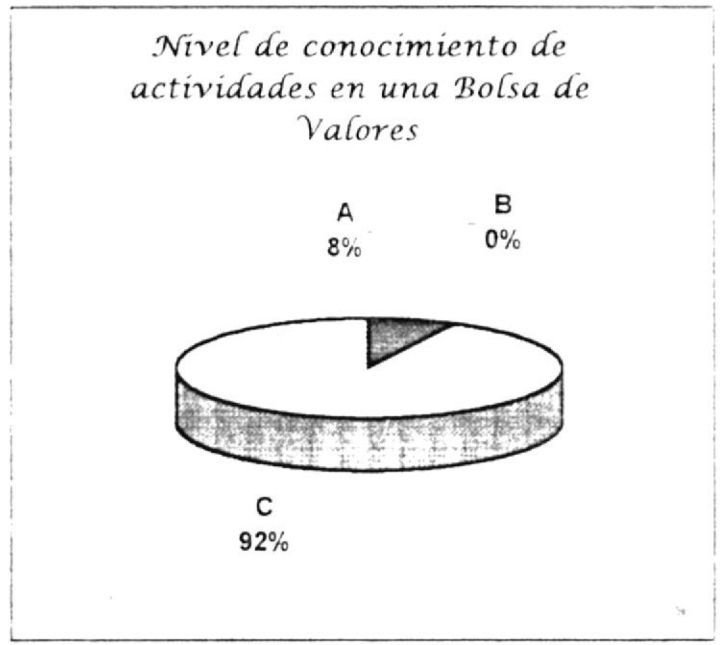
C Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responde únicamente por el monto de sus acciones

Fuente: Investigacion de mercado para la B.V.G
Elaborado por: J. Vasquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Quito

Empresas Top Quito
No.3

Gráfico 4.222 Nivel de conocimiento de las actividades en una bolsa de valores

El 92% de encuestados señaló correctamente las actividades que se realizan en una Bolsa de Valores. Y tan solo el 8 % de estos encuestados Quiteños los que no tienen todavia claro la actividad total que cumple una Bolsa de Valores en una economia, siendo la situación actual una gran oprtunidad para que la BVG promueva este tipo de conocimientos a los empresarios de Quito en este caso.
Lo que debemos destacar es que estos encuestados tienen bien definidas las actividades que realizan diferentes instituciones en la economia, reflejandose esto en el 0% que manifiestan que la actividad de una Bolsa de Valores es proveer servicios financieros a las instituciones bancarias.

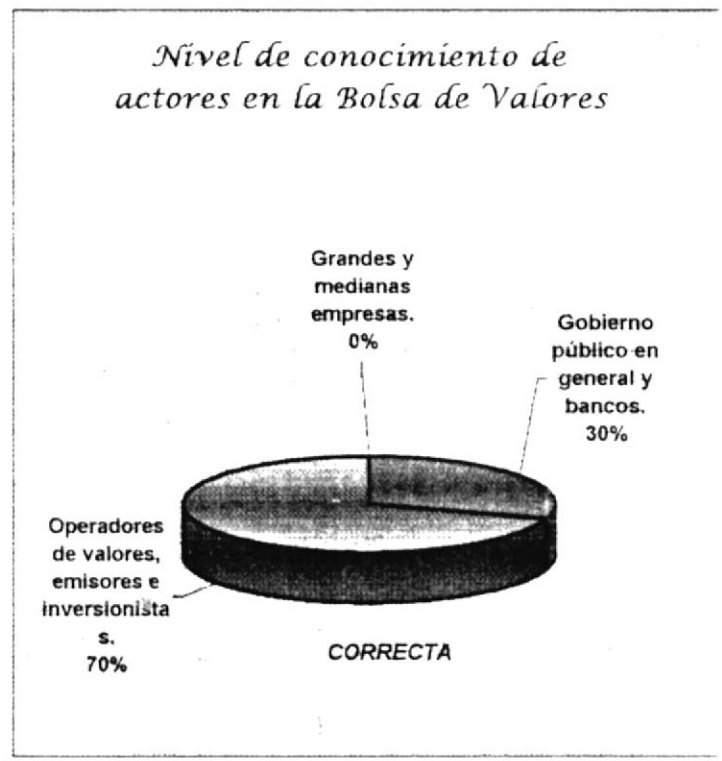


A	Negociar acciones
B	Proveer servicios financieros y bancarios para los bancos privados y publicos en el pais
C	Compra y/o venta de titulos valores emitidos por empresas y participan tamibén intermediarios y operadores

Fuente: Investigacion de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vasquez
Fecha de Elaboracion: Agosto 1999
Lugar: Quito

Empresas Top Quito
No.4

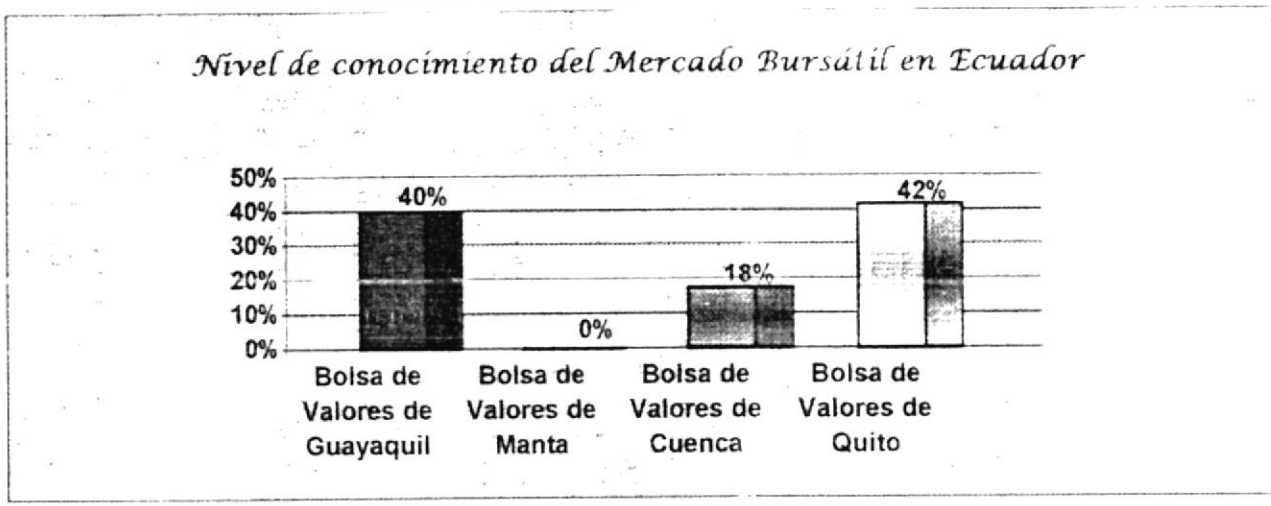
Gráfico 4.223 Nivel de conocimiento de los actores de la bolsa de valores



Aqui en este gráfico podemos decir que el 70% de los encuestados saben con quién se debe contactar para realizar las negociaciones de su interés, esto es con los Operadores de Valores y Emisores. Mientras que el 30% piensa que los actores son el Gobierno y el Público en general , esto se da ya que se esta involucrando a quienes pueden benificiarse de la Bolsa de Valores, pero no son actores directos en ese proceso.

Fuente: Investigacion de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vasquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Quito

Gráfico 4.224 Nivel de conocimiento del mercado bursátil

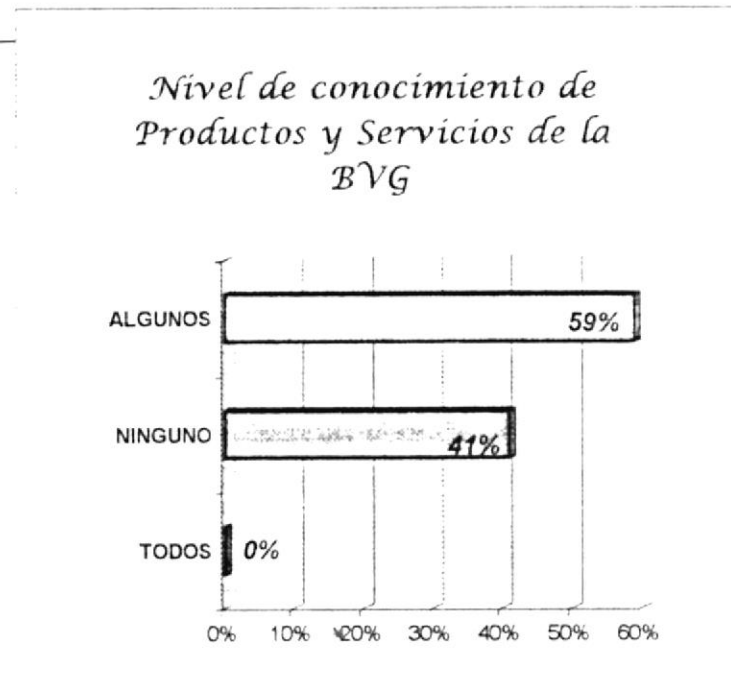


Los porcentajes de 40% para Guayaquil y 42% para Quito, nos demuestra que los encuestados en Quito saben donde se realiza el Mercado Bursátil y esto hace que las posibilidades de utilización queden abiertas a estas dos instituciones por parte de las empresas Quiteñas. El 18% que contesto que existe una Bolsa de Valores en Cuenca, nos hace pensar el problema latente sobre el desconocimiento del mercado bursátil, especificamente donde se desarrolla este mercado.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Quito

Gráfico 4.225 Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la B.V.G.

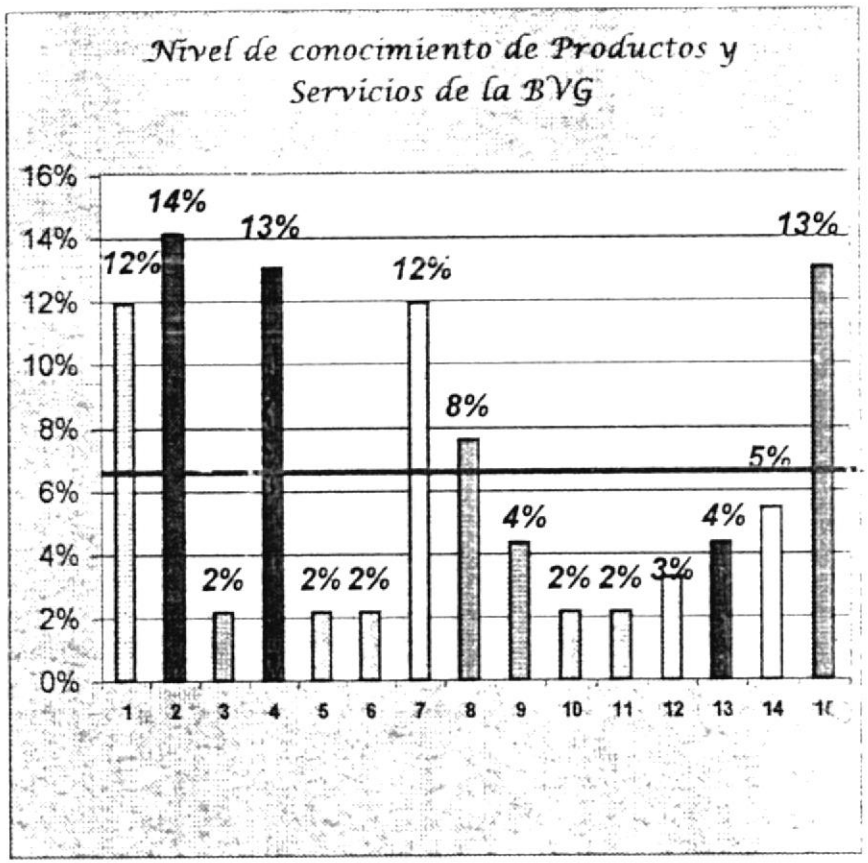
Al analizar este gráfico la BVG conoce el nivel real de promoción de sus Productos y Servicios. Es por tanto preocupante saber que una gran parte de encuestados no tienen ningún conocimiento de los Productos y Servicios con un 41% y si lo tienen es de algunos con un 59%. Esto permite establecer algunas interrogantes como si los medios utilizados para la difusión de la BVG han sido o no enfocados para promocionar los Productos y Servicios, o si los Productos con los que cuenta la BVG actualmente son atractivos a los distintos participantes de una economía y en este caso a los empresarios Quiteños



Fuente Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Quito

Empresas Top Quito
No.7

Gráfico 4.226 Nivel de conocimiento de productos y servicios de la B.V.G.



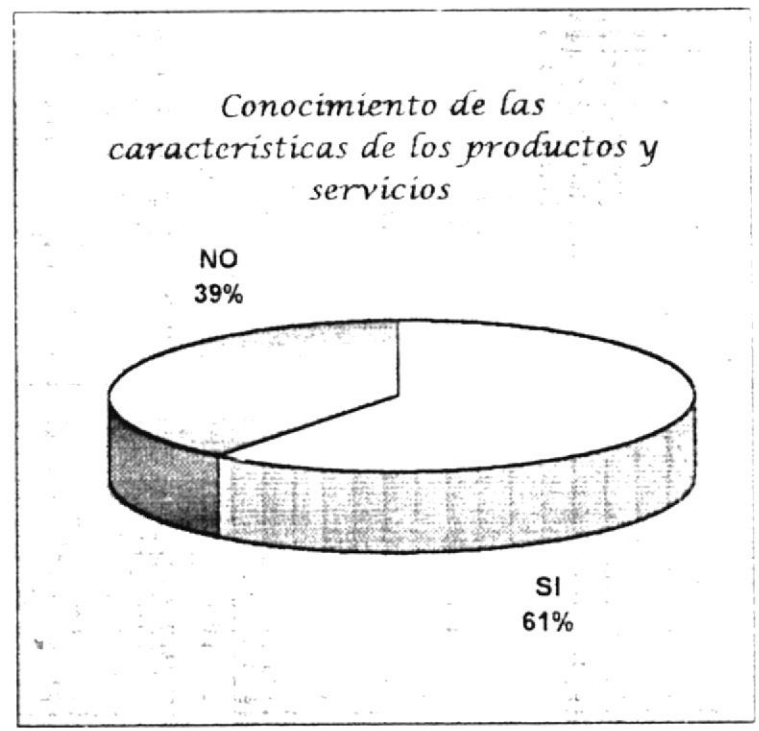
Empresas Top Quito
No.8

Este gráfico demuestra el poco conocimie de los Productos y Servicios que tiene la BVG de los encuestados. Siendo una razón la no utilización de los mismos por p te de este segmento y que si alguna vez l utilizaron fueron pocos, de ahí, que los p centajes de cada Producto y Servicio sea bajos. Estos resultados, pueden ayudar a la BVG a concretar medidas que permita atraer a este segmento, por supuesto cor los productos y servicios que mas necesi ten. El promedio de conocimiento en este aspecto es de 6.5%, que es aceptable y que este segmento no tiene un conocimie to esperado como para inferir al respecto

BIBLIOTECA
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Fuente Investigacion de mercado para la B.V.G
Elaborado por J. Vasquez
Fecha de Elaboración Agosto 1999
Lugar Quito

Gráfico 4.227 Nivel de conocimiento de las características de los prod. y serv.

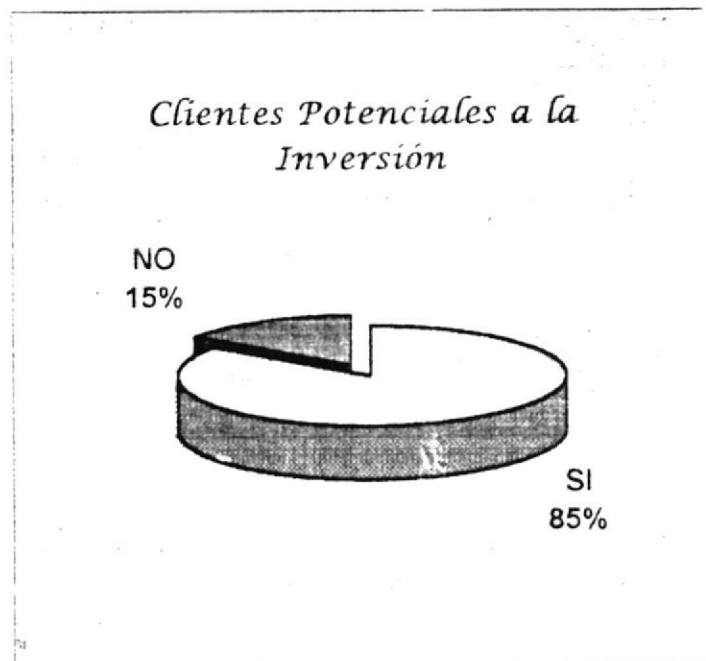


Al observar este gráfico, deducimos que los encuestados no conocen claramente las Características principales de los Productos y Servicios con un 39%.Alrededor de 61% de los encuestados conocían en realidad las características de los pocos producto y servicios que existen. Esto va a ayudar a la BVG a concretar los medios más idoneos para que las TOP de Quito conozcan de que se tratan los diferentes productos y servicios.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Quito

Empresas Top Quito
No.9

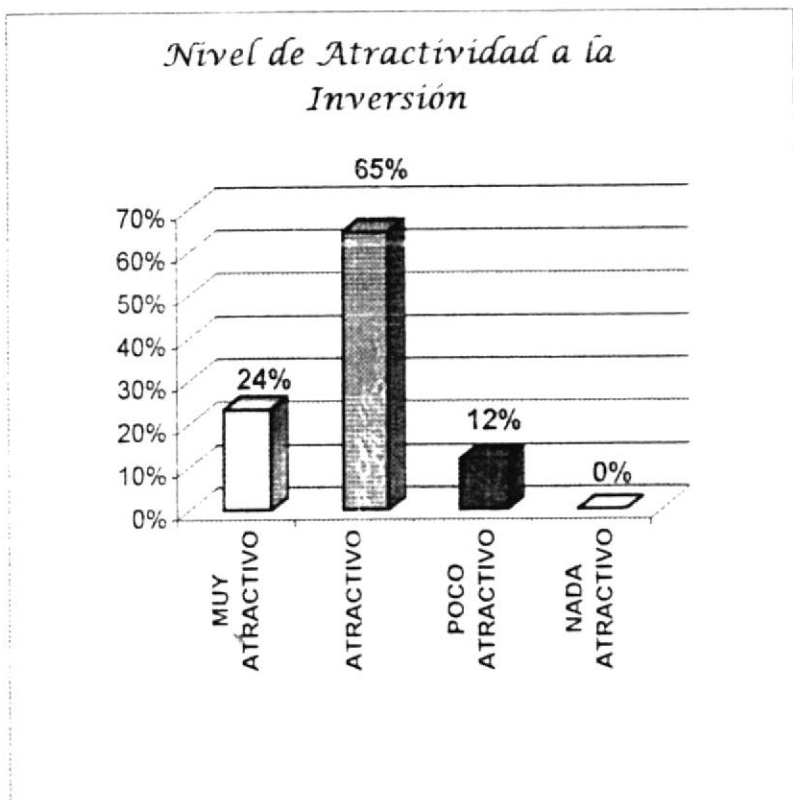
Gráfico 4.228 Clientes Potenciales a la Inversión



Como nos damos cuenta el porcentaje de encuestados dispuestos a invertir es de 85%, que es alto para las aspiraciones de la BVG, pero que se entiende que se debe actuar ya en este importante sector se convierta en partícipes de este mercado. El porcentaje de respuestas a no invertir es de 15%. Esto necesita por tanto de estrategias ambiciosas y de ofrecerles beneficios que se advierten más adelante.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Quito

Gráfico 4.229 Nivel de Atractividad a la Inversión



Este gráfico establece que le nivel de cua atractivo le resulta invertir a este segme lo gana el Atractivo con un 65%, contra 24% de Muy Atractivo. Pensamos que es to se debe a la poca información que ha bido y que existe en la actualidad de cón invertir a través de la BVG. Solo el hecho de la crisis actual que afecta a este mer do ha hecho reaccionar y tratar de concretar los medios adecuados para que se llegue a conocer como invertir y en que i verter a los responsables de la BVG.

El Indice de Atractivo a la Inversión es 7.43, este nivel es bueno e indica el p tencial que existe en este sector para el cado bursátil.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Quito

Análisis y Cuadro 4. 230 Indices de Motivación para la Inversión

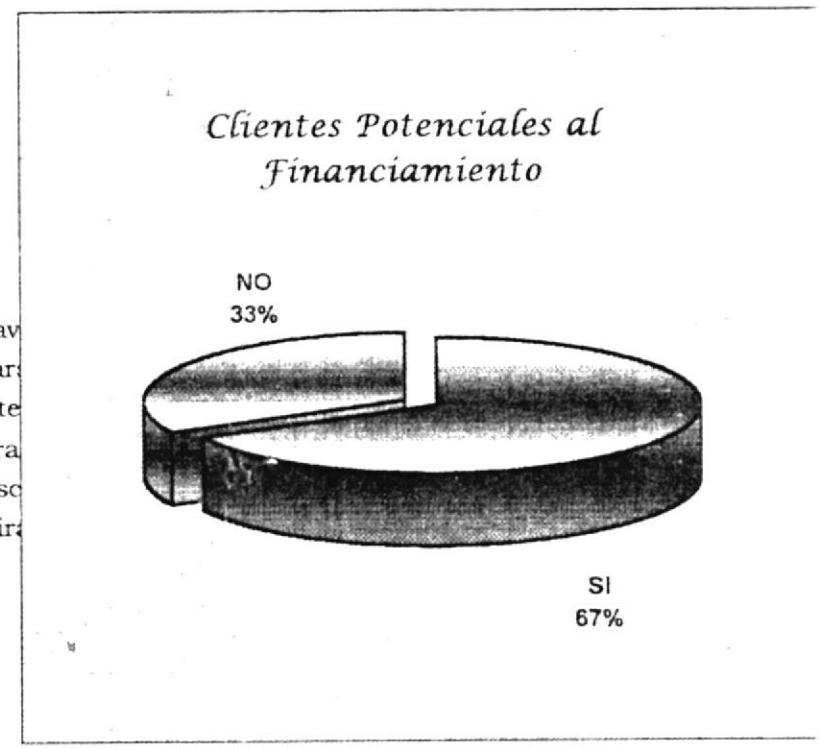
Cómo observamos, todos lo indices estan bajos y esto se debe a la actual situación que vive el país, el nivel de incertidumbre es muy alto que se ve reflejado en este sector a l dar estas calificaciones. Aunque esto puede ser contradictorio a los otros resultados, esto nos permite recalcar que este es el momento más apropiado para que el mercado bursátil se desarrolle en el país y esto debe aprovecharlo la BVG.
Con este cuadro podemos definir las estrategias de ventas y operación para lograr mayor interés en posibles inversionistas, y conseguir su participación

Nivel de importancia de motivaciones para Invertir

Atributos	Indice
Servicios variados	4,255
Rendimientos Altos	5,055
Sean amables	5,755
Segura y solida	2,65
Costos bajos	4,93
Rapidos y agiles	2,725
Otra	0,775

Fuente: Investigacion de mercado para la B V G
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Quito

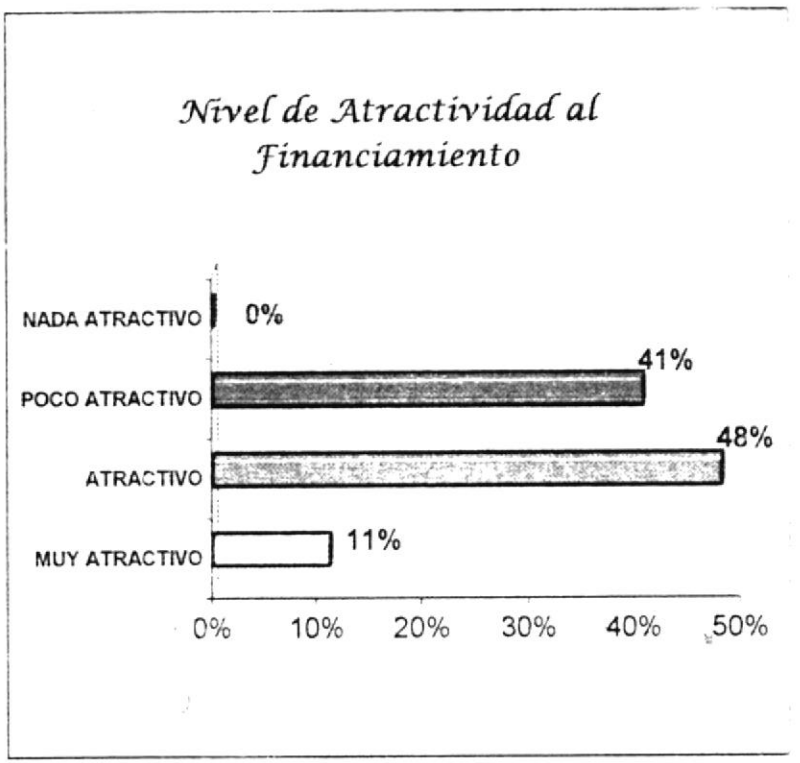
Gráfico 4.231 Clientes Potenciales al Financiamiento



El porcentaje de respuesta hacia si se financiaría a trav
de la BVG es de 67% y del 33% de resistencia financiar
Por este último dato, la función de la BVG es hacer ente
der a este tipo de empresarios que el financiarse mejora
la situación actual, ya que permite invectar capital fresc
que este tendrá un mayor control de cómo se lo invertirá
Obteniendose un mayor desarrollo de la economía.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vasquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Quito

Gráfico 4.232 Nivel de Atractividad al Financiamiento



Este gráfico establece que le nivel de cuan atractivo le resulta financiarse a este segmento lo gana el Atractivo con un 48 %. con poca diferencia a Poco Atractivo que tiene un 41% y dejando a Muy Atractivo con tan solo un 11%.

Pensamos que esto puede darse por falta de visión y la poca información que ha habido y que existe en la actualidad de cómo financiarse a través de la BVG. Solo el hecho de la crisis actual que afecta a este mercado ha hecho tratar de concretar los medios adecuados para que se llegue a conocer como se financia una empresa a través de la BVG.

El Indice de Atractivo a Financiarse es de 6.1 que refleja la apertura que puede existir a esta forma de hacer crecer a una empresa por parte de este sector.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Quito

Análisis y Cuadro 4. 233 Indices de Motivación para el financiamiento

Aquí también los resultados son negativos, se explica ya que en el sector gran parte son empresas familiares y todavía existe esa resistencia a capitales frescos. Esto puede cambiar cuándo exista un programa de información de cómo funciona este mecanismo en el mercado Bursátil.

En este programa, debería enfocar los beneficios que van a recibir al participar en el Mercado Bursátil, coordinados con las expectativas de ellos, que pueden ser resumidos en el siguiente resúmen:

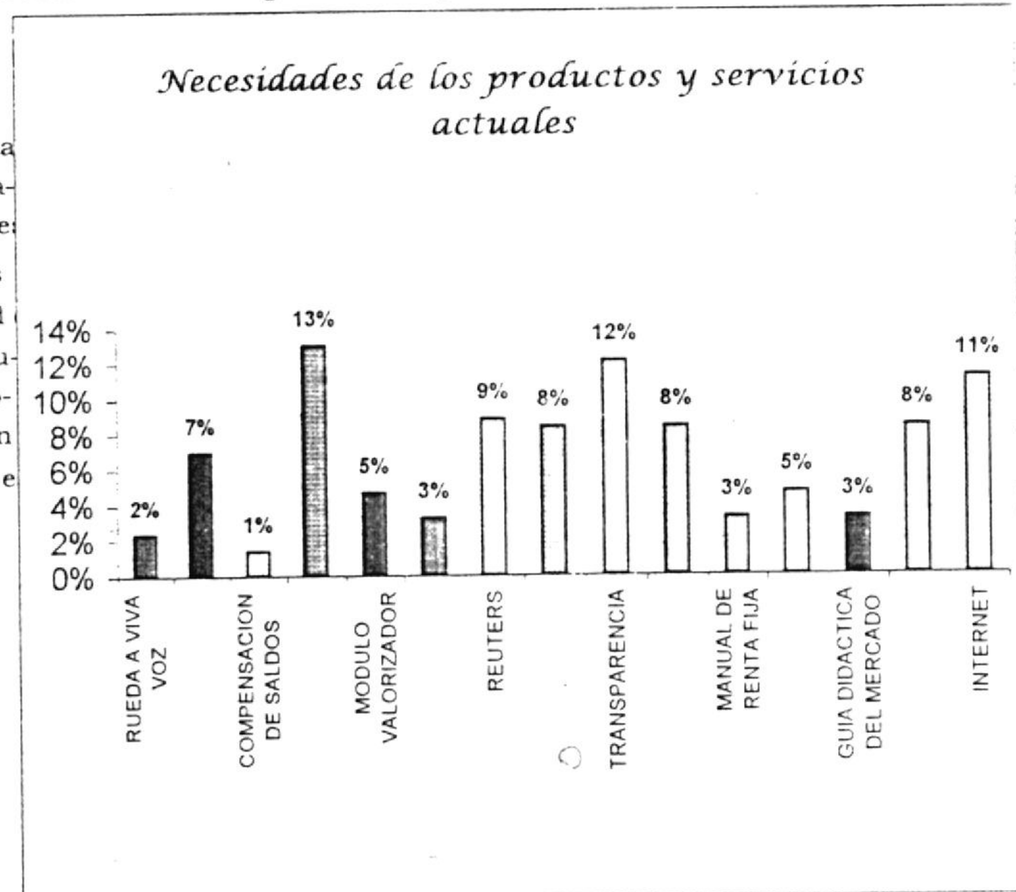
Nivel de importancia de motivaciones para financiamiento

Atributos	Indice
Servicios variados	4.375
Captar altas Inversiones	6.03
Sean amables	4.79
Segura y solida	2.85
Costos bajos	4.805
Rapidos y agiles	3
Otra	0.275

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Quito

Gráfico 4.234 Necesidades de los productos y servicios actuales

Como observamos los porcentajes a esta pregunta son bajos ya que los encuestados no trabajan en este mercado, pero e: to servirá mucho a la BVG ya que estos requerimientos dependen a la actividad los encuestados realizan. Podemos resumir este gráfico diciendo que de los productos y servicios que mas se requieren son los de información y aprendizaje.Y e to es entendible para este segmento.



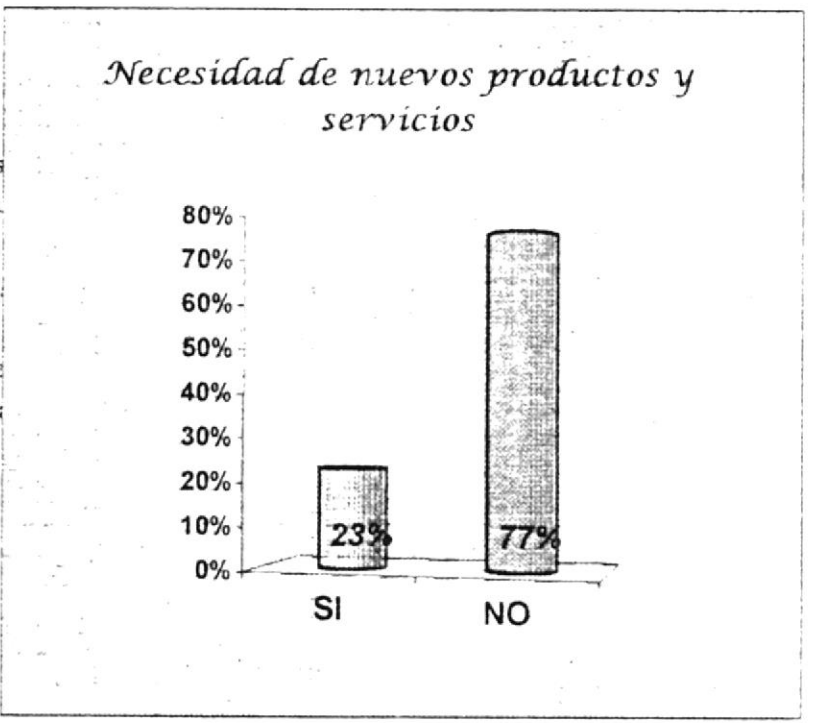
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G

Elaborado por: J. Vasquez

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Quito

Gráfico 4.235 Necesidades de nuevos productos y servicios

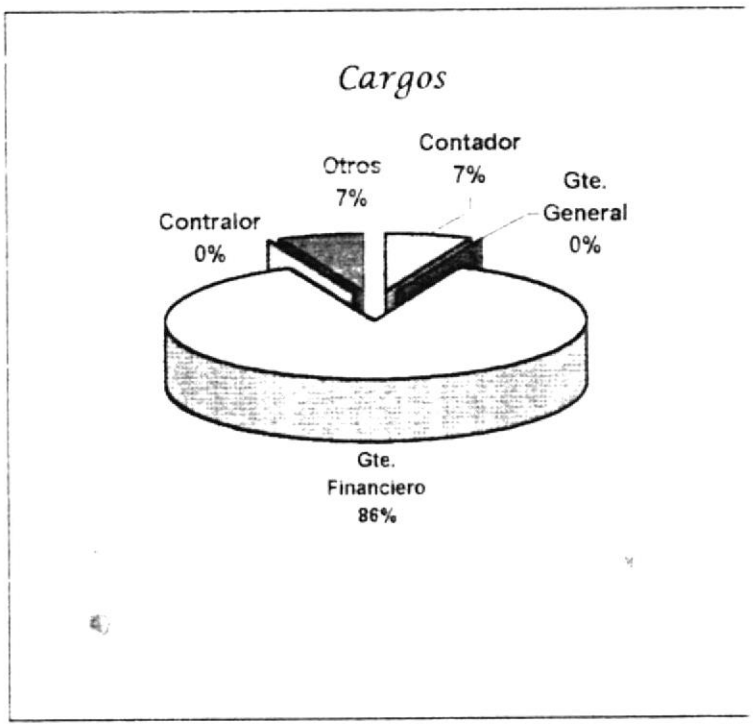


Este 77 % de respuesta a no necesitar un producto y s vicio diferente a los actuales, se debe a que no hay una idea clara de la relación que puede tener los productos servicios de la BVG ni siquiera actuales, con las activid des que realiza el segmento en estudio. Por tanto una vez que conozcan los productos actuales, sabremos que otros productos y servicios pueden requerir los empres rios Quiteños.

Fuente: Investigacion de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Quito

4.2.3.2.4 Gráficos y Análisis Empresas Top Cuenca.

Gráfico 4.236 Cargos de los ejecutivos encuestados en las Top empresas Cuenca

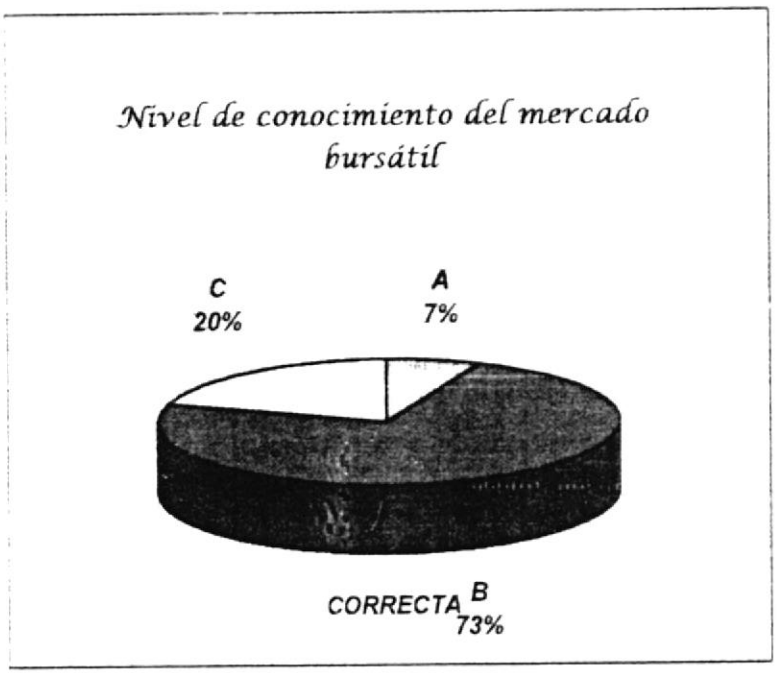


Observamos en Cuenca que existe un nivel alto de especialización en los cargos que se manejan en estas empresas, ya que un 86% de estos son los Gerentes Financieros. Y los otros dos porcentajes se dan ya que no se encontraba el Gerente en el momento de la encuesta, ó era el Contador la persona encragada de las Finanzas de estas empresas.

BIBLIOTECA
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Cuenca

Gráfico 4.237 Nivel de conocimiento del mercado bursátil



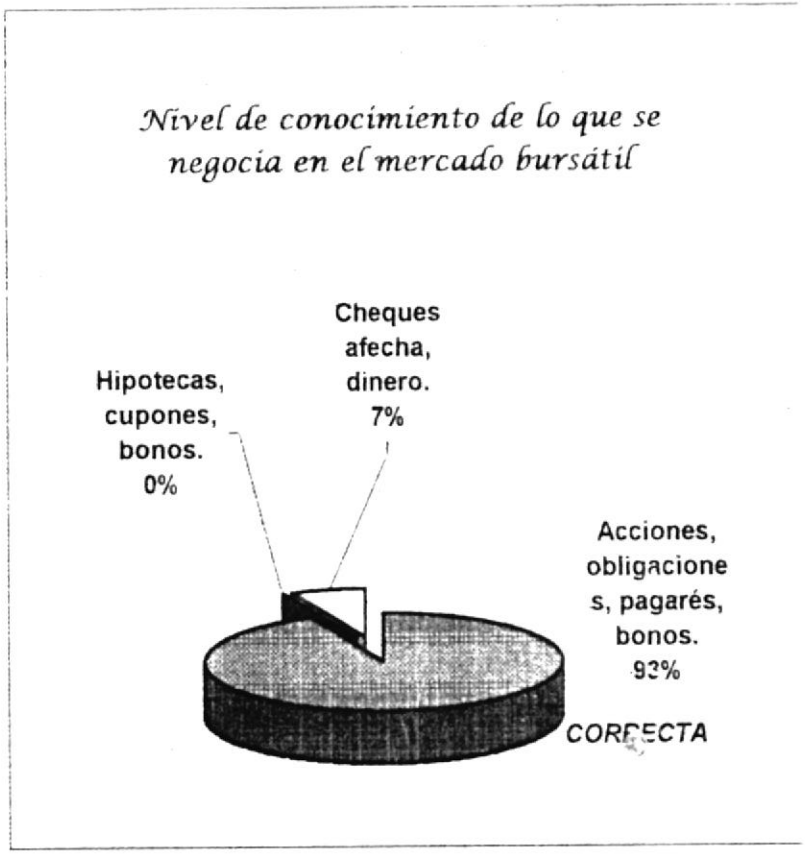
Como observamos en el gráfico el 73% de los encuestados tienen una clara concepción de lo que es un Mercado Bursátil, ya que concidieron que este es donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones. El alto porcentaje nos indica que los empresarios distingue a este mercado de los demás y puede llegar a ser utilizado según la actividad que estos realizan y necesidades futuras que se presenten.

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: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Cuenca

Empresas Top Cuenca
No.1

Gráfico 4.238 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursatil

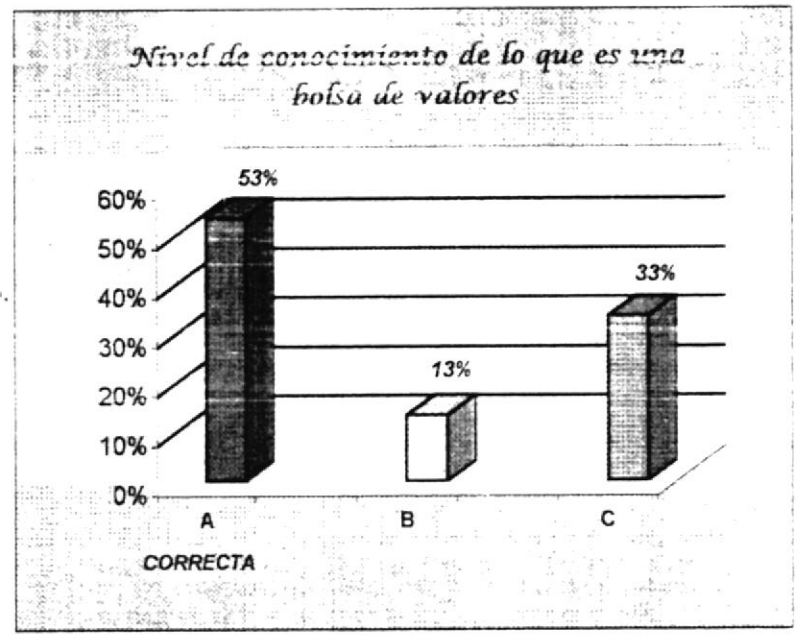


Con este gráfico demostramos que los encuestados si saben que se negocia en el Mercado Bursátil , y comprueba la pregunta anterior con un 93% de respuestas correctas . Un minimo porcentaje de 3% de empresarios que no tienen claro lo que se negocia en este mercado.

Fuente Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por J. Vásquez
Fecha de Elaboración Agosto 1999
Lugar Cuenca

Empresas Top Cuenca
No. 2

Gráfico 4.239 Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores



De este gráfico solo el 53% de las personas que se encargan de las empresas en las diferentes industrias están seguros de que es una Bolsa de Valores. Esto nos permite darnos cuenta, que si no se empieza por dar a conocer el medio por el que se da el Mercado Bursátil, este no podrá desarrollarse en nuestro país. Los otros dos porcentajes demuestran que los encuestados tienen una mala concepción del fin que cumple una Bolsa de Valores en una economía.

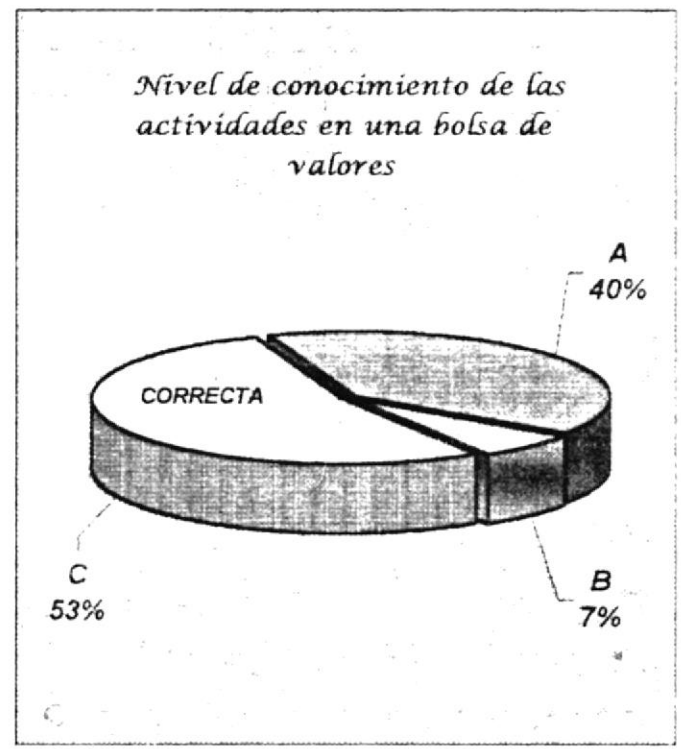
A: Mercado en el que participan intermediarios debidamente autorizados, con el propósito de realizar operaciones de títulos valores emitidas por empresas inscritas en el

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

C: Compañía con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responde 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: Cuenca

Gráfico 4.240 Nivel de conocimiento de las actividades en una bolsa de valores



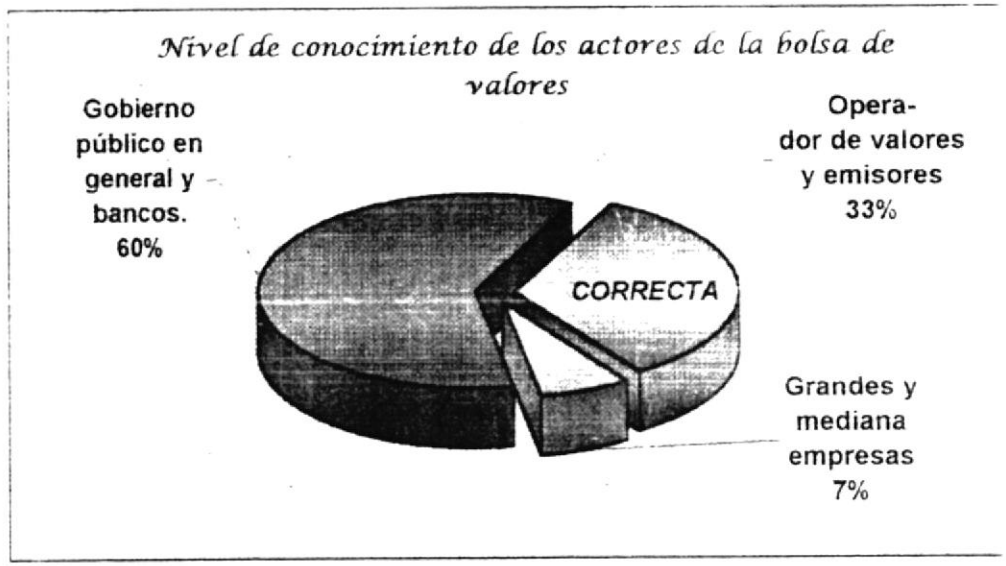
El 53% de encuestados señaló correctamente las actividades que se realizan en una Bolsa de Valores. Pero destacamos que el 40 % de estos encuestados no tienen todavía claro la actividad total que cumple una Bolsa de Valores en una economía, siendo la situación actual una gran oprtunidad para que la BVG promueva este tipo de conocimientos a los empresarios Cuencanos en este caso. Lo que debemos destacar es que estos encuestados tienen bien definidas las actividades que realizan diferentes instituciones en la economía, reflejandose esto en el 7% que manifiestan que la actividad de una Bolsa de Valores es proveer servicios financieros a las instituciones bancarias.

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: Cuenca

Empresas Top Cuenca
No. 4

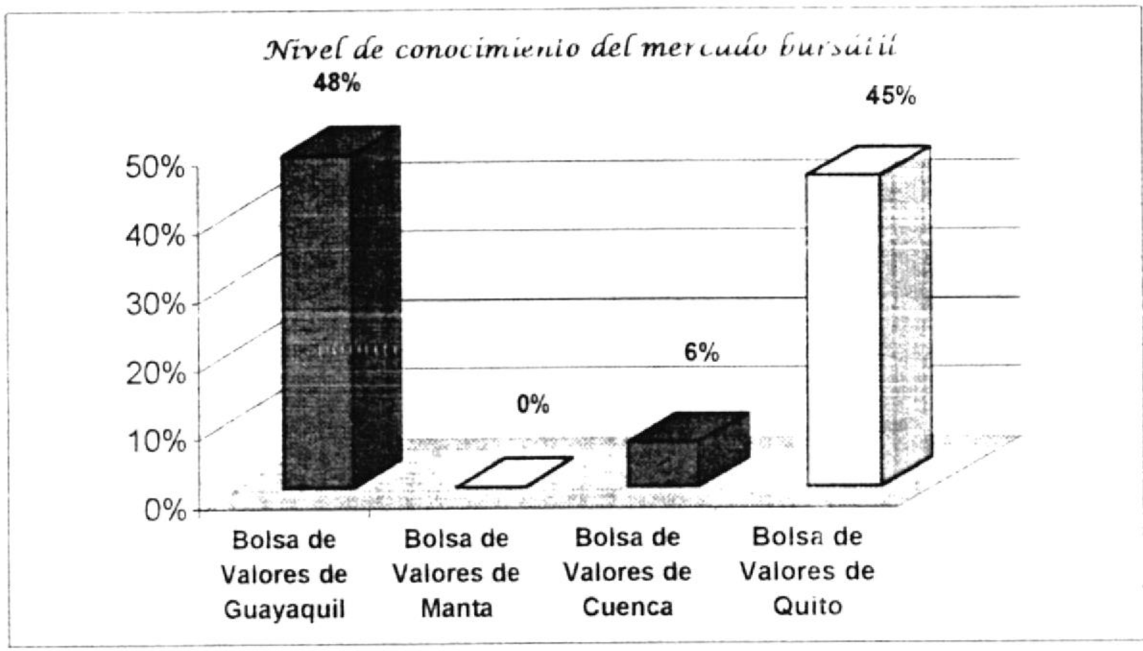
Gráfico 4.241 Nivel de conocimiento de los actores de la bolsa de valores



Aquí en este gráfico podemos decir que tan solo el 33% de los encuestados saben con quién se debe contactar para realizar las negociaciones de su interés, esto es con los Operadores de Valores y Emisores. Mientras que el 60% piensa que los actores son el Gobierno y el Público en general , esto se da ya que estan involucrando a las a quienes pueden benificiarse de la Bolsa de Valores, pero no son actores directos en ese proceso.

Fuente: Investigación de mercado para la B V G
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Cuenca

Gráfico 4.242 Nivel de conocimiento del mercado bursátil

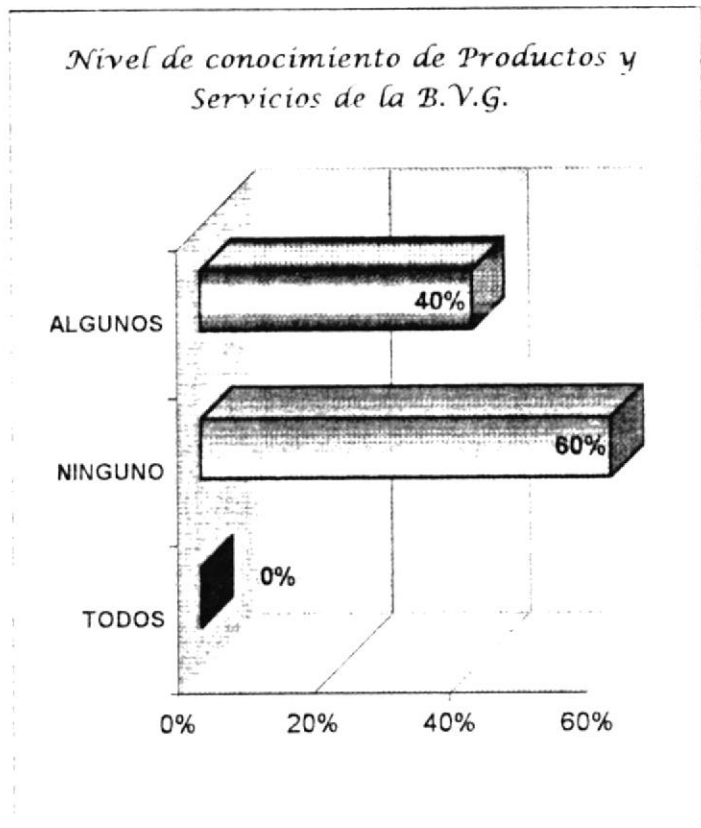


Los porcentajes de 48% para Guayaquil y 45% para Quito, nos demuestra que los encuestados en Cuenca saben donde se realiza el Mercado Bursátil y esto hace que las posibilidades de utilización queden abiertas a estas dos instituciones por parte de las empresas Cuencanas. El 6% que contesto que existe una Bolsa de Valores en Cuenca, creemos que lo hizo por el heco que antes si existió una institución similar.
Empresas Top Cuenca
No. 6

BIBLIOTECA
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL GUAYAQUIL

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Cuenca

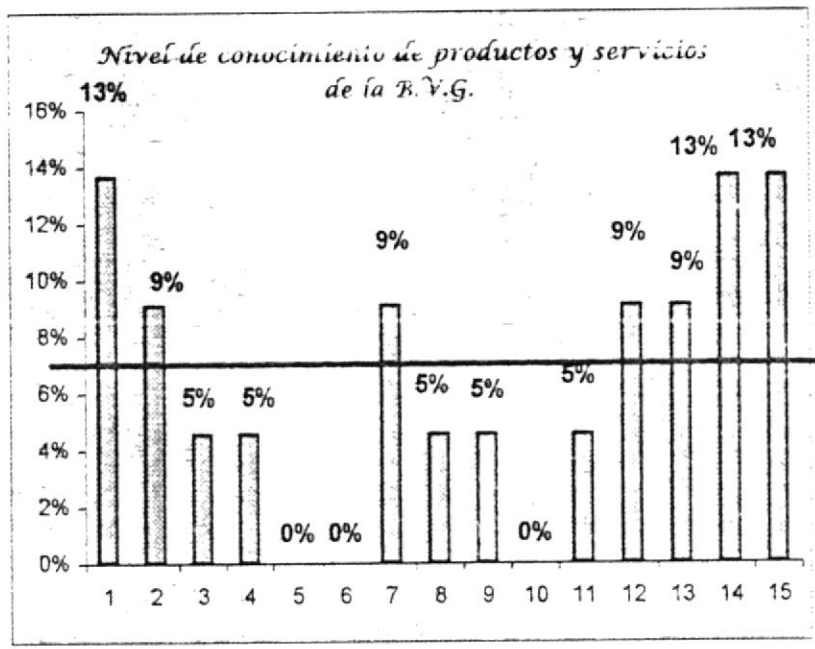
Gráfico 4.243 Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la B.V.G.



Al analizar este gráfico la BVG conoce el nivel real de promoción de sus Productos y Servicios. Es por tanto preocupante saber que la mayoría de encuestados no tienen ningún conocimiento de los Productos y Servicios con un 60% y si lo tienen es de algunos con un 40%. Esto permite establecer algunas interrogantes como si los medios utilizados para la difusión de la BVG han sido o no enfocados para promocionar los Productos y Servicios, o si los Productos con los que cuenta la BVG actualmente son atractivos a los distintos participantes de una economía y en este caso a los empresarios Cuencanos.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Cuenca

Grafico 4.244 Nivel de conocimiento de productos y servicios de la B.V.G.



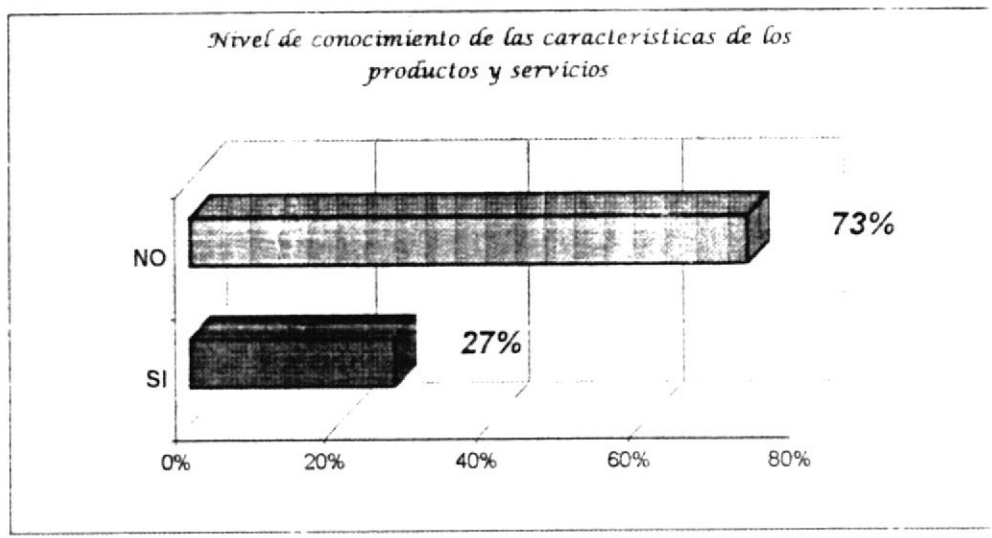
Este gráfico muestra el poco conocimiento de los Productos y Servicios que tiene la BVG de los encuestados. Siendo una razón la no utilización de los mismos por parte de este segmento y que si alguna vez los utilizaron fueron pocos, de ahí, que los porcentajes de cada Producto y Servicio sean bajos. Estos resultados, pueden ayudar a la BVG a concretar medidas que permitan atraer a este segmento, por supuesto con los productos y servicios que mas necesiten.

El promedio de conocimiento de los productos y servicios de la BVG es de 6.7% y es bastante aceptable a las aspiraciones que pueda tener en este segmento.

1	Rueda a Viva voz	9	Transparencia
2	Rueda Electrónica	10	Capital
3	Compensación de Saldos Netos	11	Manual de Renta Fija
4	Infobursátil	12	Diccionario Financiero y Bursátil
5	Módulo Valorizador	13	Guia didactica del Mercado de Valores
6	Decevale	14	Conferencias y cursos de capacitación
7	Reuters (Datatec)	15	Internet (Página Web)
8	Al Cierre		

Fuente: Investigacion de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vasquez
Fecha de Elaboracion: Agosto 1999
Lugar: Cuenca

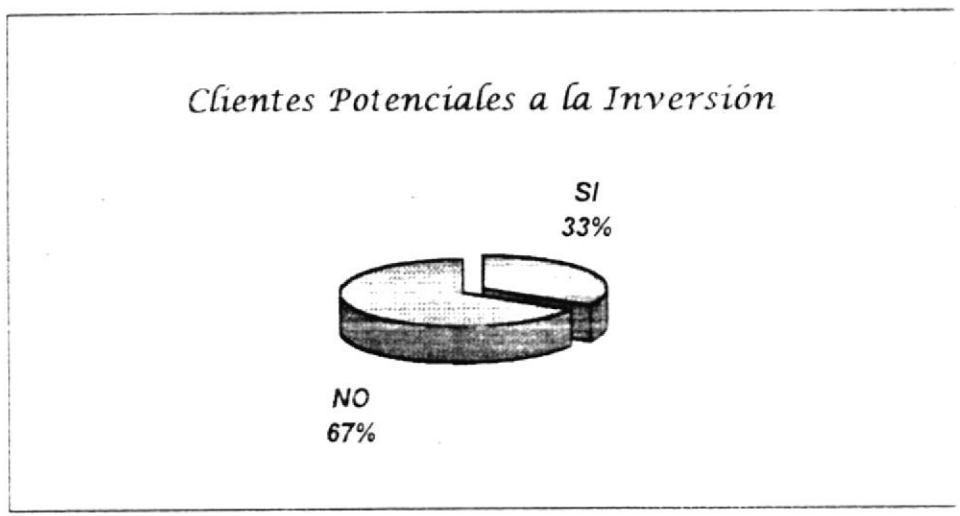
Grafico 4.245 Nivel de conocimiento de las caracteristicas de los productos y servicios



Al observar este gráfico, deducimos que los encuestados no conocen claramente las Caracteristicas principales de los Productos y Servicios con un 73%. Y solo el 27% de los encuestados conocian en realidad las caracteristicas de los pocos producto y servicios que conocian. Esto va a ayudar a la BVG a concretar los medios mas idoneos para que las TOP de Cuenca conozcan de que se tratan los diferentes productos y servicios.

Fuente Investigacion de mercado para la B V G
Elaborado por J. Vásquez
Fecha de Elaboración Agosto 1999
Lugar Cuenca

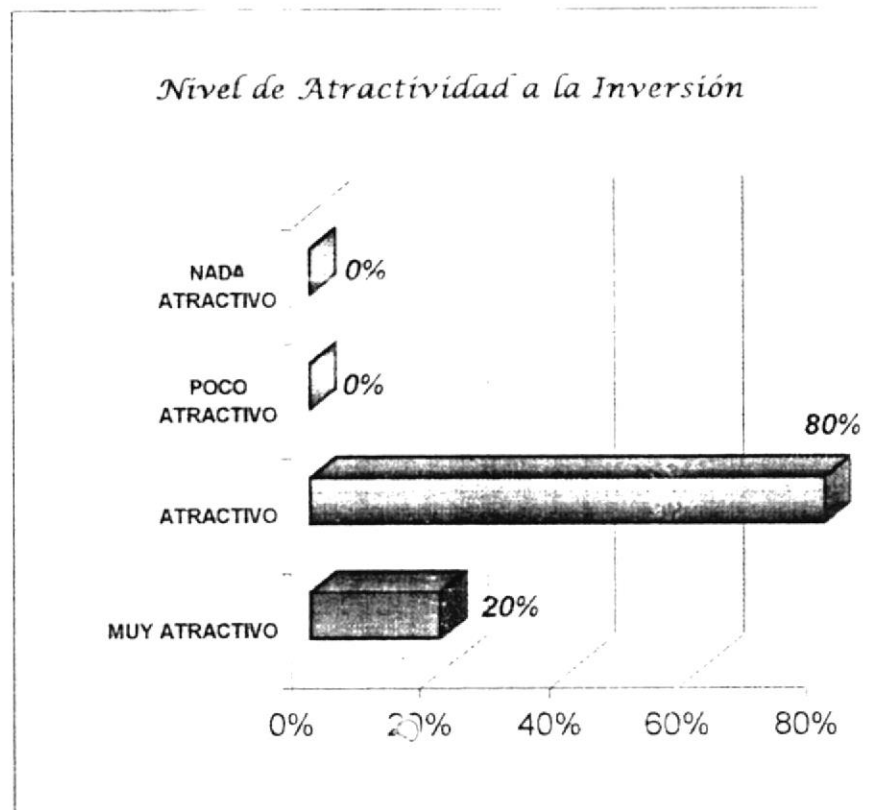
Gráfico 4.246 Clientes Potenciales a la Inversión



Como nos damos cuenta el porcentaje de encuestados dispuestos a invertir es de 33%, que es bajo para las aspiraciones de la BVG, pero que se entiende con la mala situación que esta pasando este sector. Por eso pensamos que el porcentaje de respuestas negativas hacia el invertir es de 67%. Esto de ninguna manera nos quiere decir que este segmento no se convierte en clientes potenciales, ya que como veremos mas adelante, esto necesita de estrategias ambiciosas y de ofrecerles beneficios ya percibidos.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vasquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Cuenca

Grafico 4.247 Nivel de Atractividad a la Inversion



Este gráfico establece que le nivel de cuan atractivo le resulta invertir a este segmento lo gana el Atractivo con un 80%, contra un 20% de Muy Atractivo. Pensamos que esto se debe a la poca información que ha habido y que existe en la actualidad de cómo invertir a través de la BVG. Solo el hecho de la crisis actual que afecta a este mercado ha hecho reaccionar y tratar de concretar los medios adecuados para que se llegue a conocer como invertir y en que inverter a los responsables de la BVG.
El Indice de Atractivo a la Inversión es 7.6, este nivel es bueno e indica el potencial que existe en este sector para el mercado bursátil.

Fuente: Investigacion de mercado para la B.V.G
Elaborado por: J. Vasquez
Fecha de Elaboracion: Agosto 1999
Lugar: Cuenca

Análisis y Cuadro 4. 248 Indices de Motivación para la Inversión

Atributos Importantes al Invertir a través de una Bolsa de Valores

Cómo observamos, todos lo indices estan bajos y esto se debe a la actual situación que vive el país, el nivel de incertidumbre es muy alto que se ve reflejado en este sector a l dar estas calificaciones. Aunque esto puede ser contradictorio a los otros resultados, esto nos permite recalcar que este es el momento más apropiado para que el mercado bursátil se desarrolle en el país y esto debe aprovecharlo la BVG.

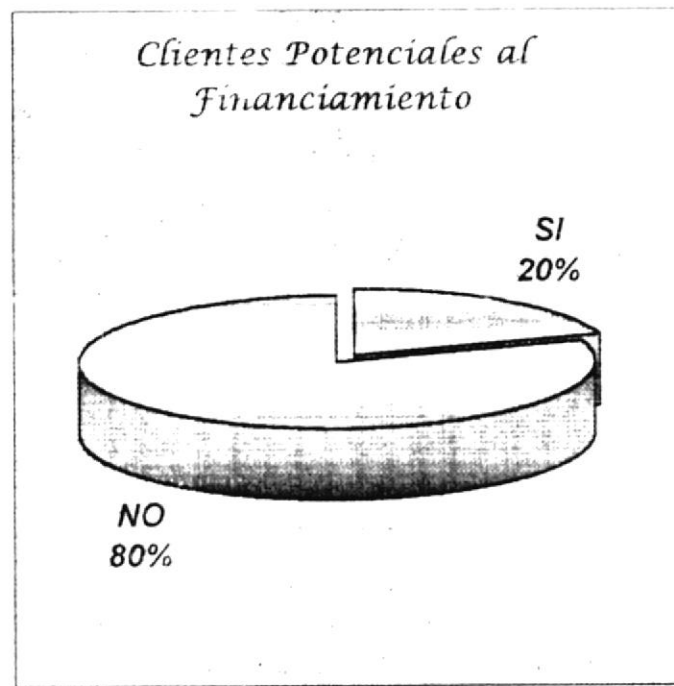
Nivel de importancia de motivaciones para Invertir

Atributos	Indice
Ofrezca rendimientos altos	4
Costos bajos	3.675
Sean amables	3.625
Servicios variados	3.6
Segura y solida	3.525
Rapidos y agiles	3.075
Otra	0

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Cuenca

Gráfico 4.249 Clientes Potenciales al Financiamiento

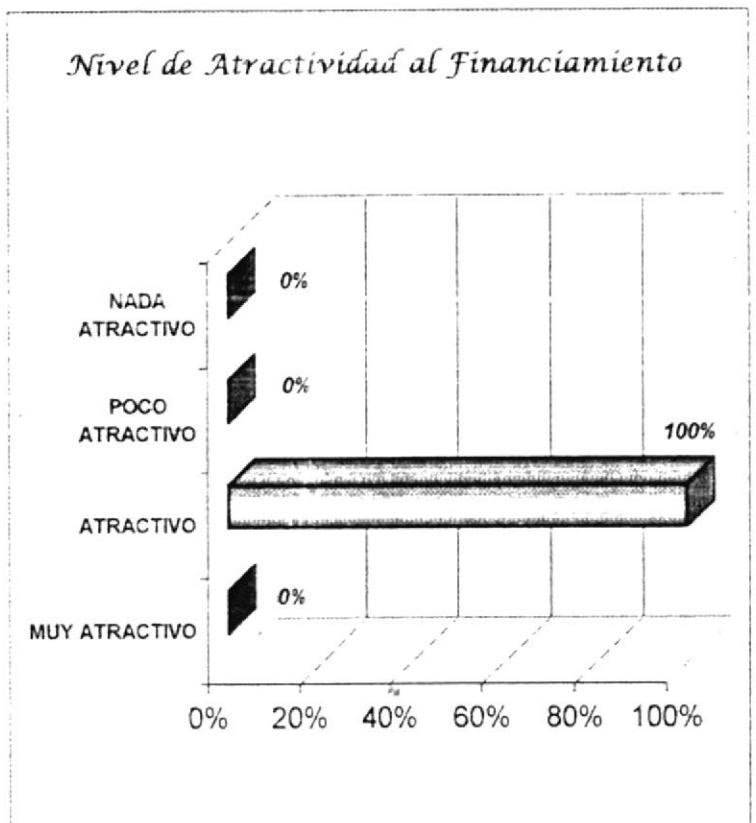
El porcentaje de respuesta hacia si se financiaria a través de la BVG es de 20% y del 80% de resistencia financiarse. Esto lo debemos en gran parte a que las TOP Cuencanas son de Capital Familiar, por lo que esta posibilidad está muy lejana para la BVG. También esto se da por Políticas de la empresas y por conservadores empresarios que no quieren ni pensar en que sus empresas van a tener nuevos dueños. Por tanto, la función de la BVG es hacer entender a este tipo de empresarios que el financiarse mejora la situación actual, ya que permite inyectar capital fresco y que este tendrá un mayor control de cómo se lo invertirá. Obteniendose un mayor desarrollo de la economía.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Cuenca

Empresas Top Cuenca
No. 13

Gráfico 4.250 Nivel de Atractividad al Financiamiento



Este gráfico establece que le nivel de cuan atractivo le resulta financiarse a este segmento lo gana el Atractivo con un 100%. Pensamos que esto puede darse por falta de visión y la poca información que ha habido y que existe en la actualidad de cómo financiarse a través de la BVG. Solo el hecho de la crisis actual que afecta a este mercado ha hecho tratar de concretar los medios adecuados para que se llegue a conocer como se financia una empresa a través de la BVG.

El Indice de Atractivo a Financiarse es de 7 que refleja la apertura que puede existir a esta forma de hacer crecer a una empresa por parte de este sector.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Cuenca

Análisis y Cuadro 4. 251 Indices de Motivación para el financiamiento

Atributos Importantes al financiarse a través de una Bolsa de Valores

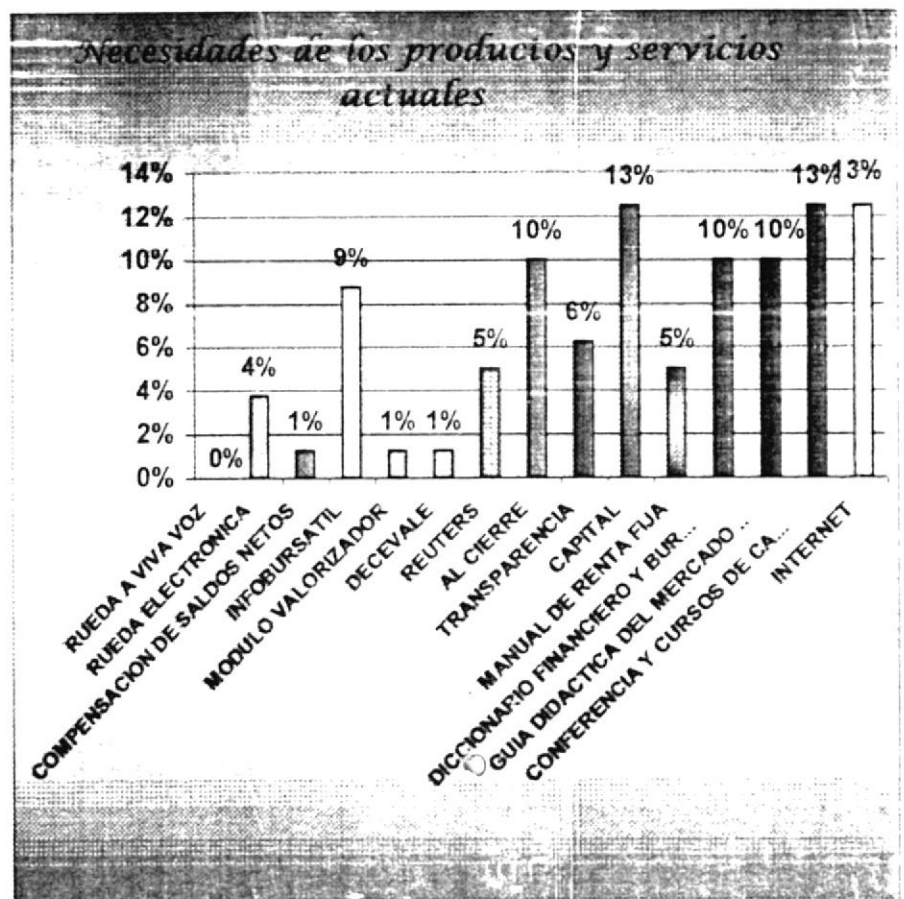
Aquí también los resultados son negativos, ya que todas los beneficios escogidos para motivar a los representantes de este sector son bajos. Esto además se explica ya que en el sector gran parte son empresas familiares y todavía existe esa resistencia a capitales frescos. Este puede cambiar cuándo exista un programa de información de cómo funciona este mecanismo en el mercado Bursátil.

Nivel de importancia de motivaciones para financiamiento

Atributos	Indice
Ofrezca rendimientos altos	4.125
Costos bajos	3.8
Sean amables	3.6
Servicios variados	3.575
Segura y solida	3.425
Rapidos y agiles	2.975
Otra	0

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Cuenca

Gráfico 4.252 Necesidades de los productos y servicios actuales

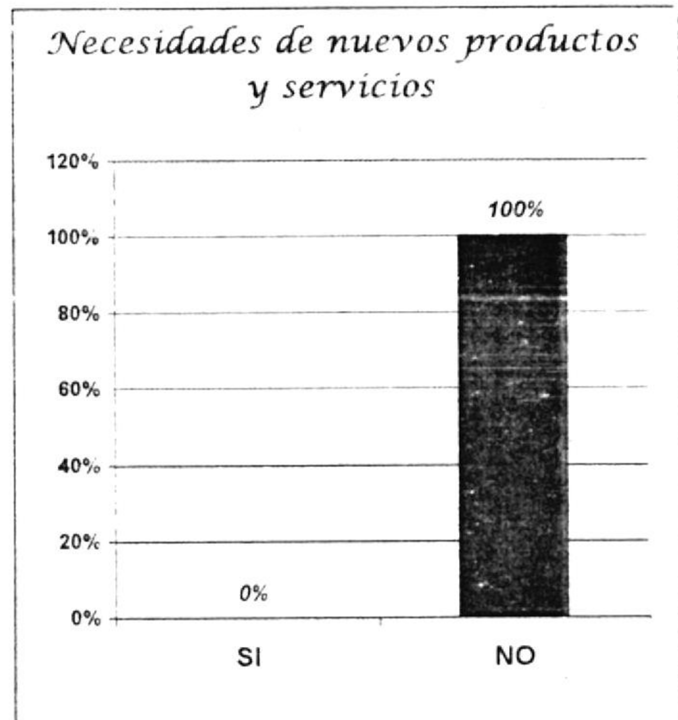


Como observamos los porcentajes a esta pregunta son bajos ya que los encuestados no trabajan en este mercado, pero esto servirá mucho a la BVG ya que estos requerimientos dependen a la actividad que los encuestados realizan. Podemos resumir este gráfico diciendo que de los productos y servicios que mas se requieren son los de información y aprendizaje.Y esto es entendible para este segmento.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: J. Vasquez
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Cuenca

Gráfico 4.253 Necesidades de nuevos productos y servicios

Este 100% de respuesta a no necesitar un producto y servicio diferente a los actuales, se debe a que no hay una idea clara de la relación que puede tener los productos y servicios de la BVG ni siquiera actuales, con las actividades que realiza el segmento en estudio. Por tanto una vez que conozcan los productos actuales, sabremos que otros productos y servicios pueden requerir los empresarios Cuencanos.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: J. Vásquez
Fecha de Elaboracion: Agosto 1999
Lugar: Cuenca

BIBLIOTECA
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL GUAYAQUIL

4.2.3.3. Gráficos y Análisis de Profesionales

El conocimiento sobre el Mercado Bursátil y la Bolsa de Valores en si es bueno, pues en resultados se obtuvieron:

Conocimiento de lo que es el Mercado Bursátil	67%
Conocimiento de lo que se negocia en le Mercado Bursátil	96%
Que es una Bolsa de Valores	84%
Actividades que se realizan en una Bolsa de Valores	57%
Actores de una Bolsa de Valores	63%
PROMEDIO DE CONOCIMIENTO	**73.4%**

El 67% de los profesionales tienen una correcta concepción del mercado bursátil al coincidir en que es el lugar donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones. El conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil es alto ya que en su mayoria opinaron que se negocian acciones, pagares y bonos.

Una pequeña porción de nuestra muestra de encuestados no tiene una definición clara de lo que es una Bolsa de Valores, esta información es muy importante ya que si no se parte de un concepto global de lo que es

una Bolsa de Valores no se pueden manejar conceptos en común para incentivar el desarrollo del mercado bursátil. Asi mismo con respecto a las actividades que se realizan dentro de la Bolsa de Valores muchos de los encuestados un 43% confunden las actividades de una Bolsa de Valores con los servicios bancarios de cualquier institución financiera. Un 37% opina que tanto el gobierno y el público en general actúa en forma directa en la BVG, es decir no tienen una idea clara y definida del funcionamiento de la BVG.

En la pregunta sobre si invertiria en la BVG un 29% se mostró negativo debido mas que nada a la poca información de cómo invertir por parte de la BVG, mientras un 36% no se financiaría a través de la BVG y esto se debe por el temor de empresarios conservadores y muchas empresas familiares que no quieren que sean divididas entre otras personas. Los atributos que harían que estos inviertan con sus indices de importancia son los siguientes:

Atributos	**Indice de importancia**
1. Seguridad y solidez	9,57
2. Costos bajos	8,96
3. Ofrezca rendimientos altos	8,94
4. Rápidos y ágiles	8,79

5. Amabilidad	7,78
6. Servicios variados	7,32
7. Otros	0,77

l definir los atributos que eran importantes para motivar a las personas financiarse a través de B.V.G., podemos obtener en orden de importancia lo que esperan las personas de un servicio y luego evaluar como los estamos cumpliendo sea o no frente a la competencia. Por lo anto servirá de guía para las estrategias a tomar. En este caso los tributos fueron calificados en el siguiente orden de importancia:

Atributos	**Indice de importancia**
1. Seguridad y solidez	9,60
2. Costos bajos	8,98
3. Oportunidades altas de captar inversión	8,92
4. Rapidez y agilidad	8,78
5. Amabilidad	8,07
6. Servicios variados	7,62
7. Otros	1,23

ESPOL
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
CIB - ESPOL

Sobre el conocimiento de existencia de BVG todos los encuestados contestaron afirmativamente, un porcentaje de 33% de los profesionales creen equivocadamente que existen Bolsa de Valores en Quito y Manta.

El conocimiento de los productos y servicios por parte de los encuestados es relativamente poco solo un 10% de los profesionales conocen todos los productos y servicios que ofrece la BVG esto nos indica la poca difusión por parte de la BVG a sus clientes y al público en General.

Entre los productos y servicios que los encuestados opinaron que son útiles tenemos al Internet, conferencias y cursos asi como los folletos que sirven de consulta para los profesionales.

Cuadro 4.290 Indices de Profesionales

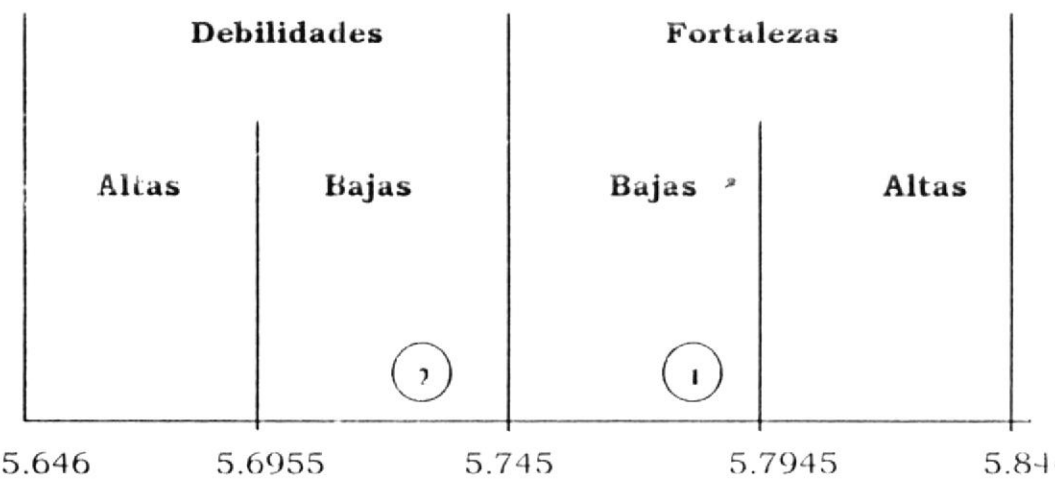
1	Indice atractividad a la inversión	**5.78**
2	Indice atractividad al financiamiento	**5.71**

Fuente: Investigación de mercado para la BVG
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Septiembre 22/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.297 Perfil de Fuerzas y Debilidades de Profesionales

Promedio de Indice de Profesionales: 5.745

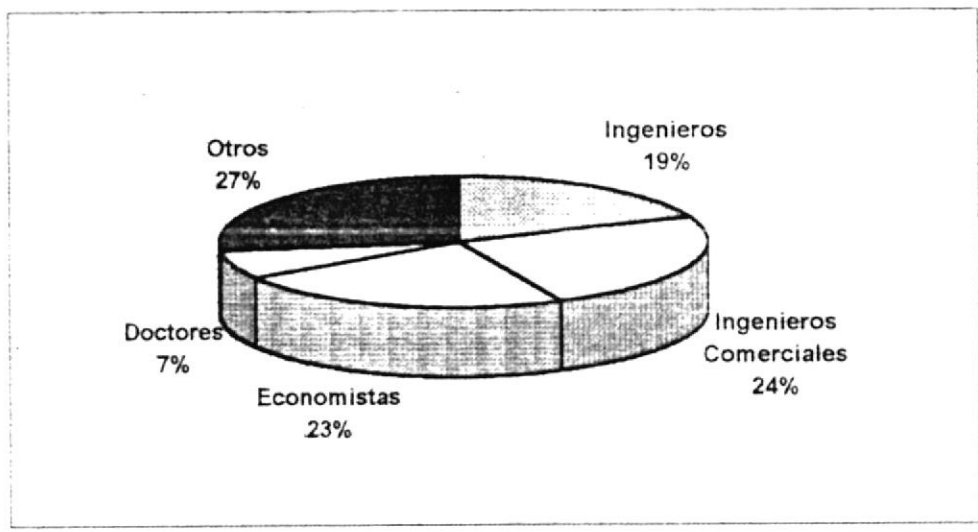
Desviación Estándar: 0.0495



Fuente: Investigación de mercado para la BVG
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Septiembre 22/99
Lugar: Guayaquil

De acuerdo a lo expuesto anterior podemos concluir que se debe aprovechar la Fortaleza de inversión por parte de los profesionales y tratar de que se convierta en una fortaleza alta.

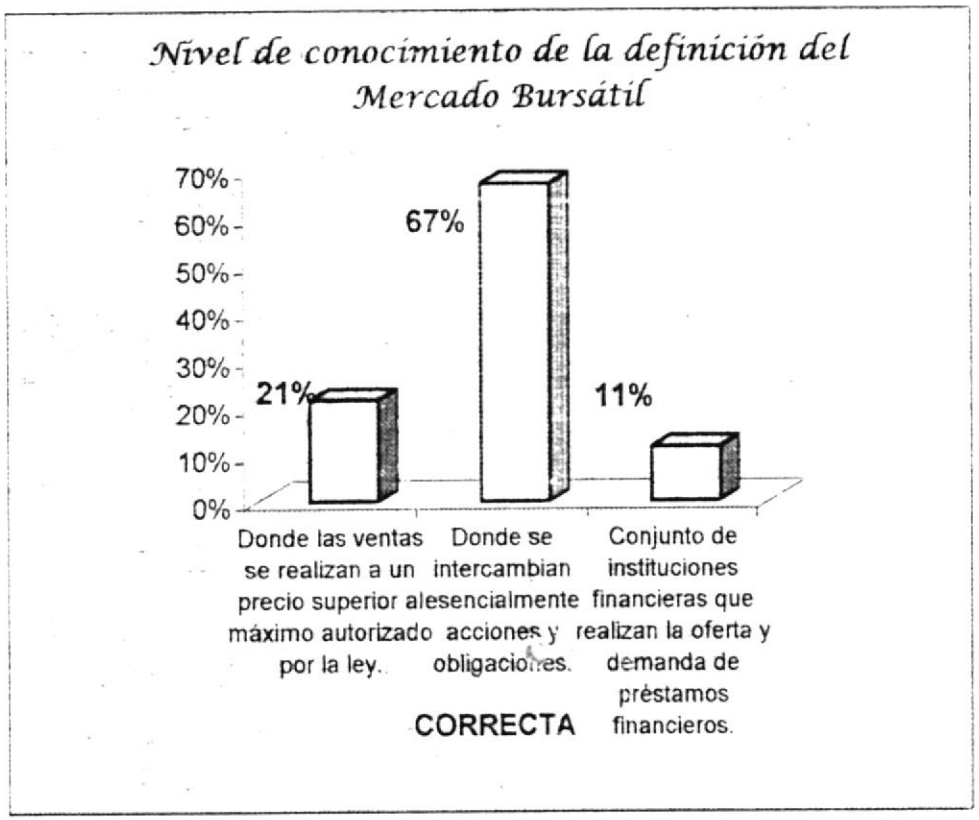
Gráfico 4.254. Profesiones de los encuestados



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 21/99
Lugar: Guayaquil

CIB - ESPOL

Gráfico 4.255. Nivel de conocimiento del Mercado Bursátil



Podemos observar en el gráfico, que el 67% de los profesionales tienen una correcta concepción del mercado bursátil ya que coincidieron que el mercado bursátil es donde se intercambian esencialmente acciones y obligaciones.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: F. Icaza

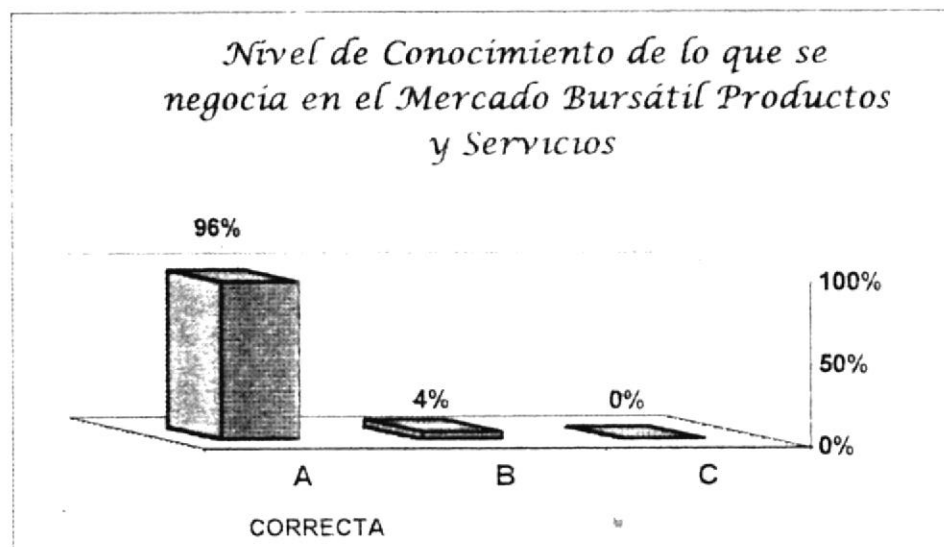
Fecha de Elaboración: Agosto 20/99

Lugar: Guayaquil

PROFESIONALES

No. 1

Gráfico 4.256. Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el Mercado Bursátil



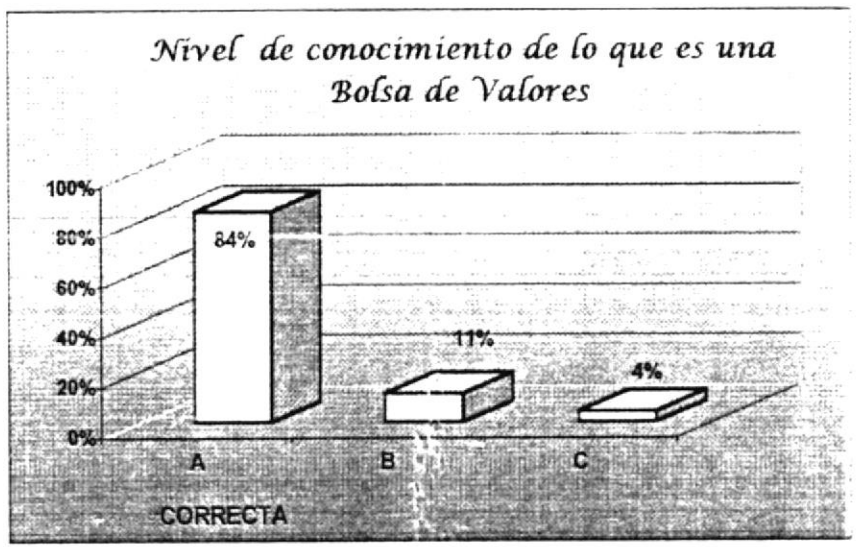
De acuerdo al gráfico el 96% de los encuestados conoce que en el mercado bursátil se negocian acciones obligaciones, pagares y bonos . Fueron muy pocas las personas que tenián una opinion equivocada demostrando que un 4% de los profesionales no conocen ni se han preocupado por conocer el mercado bursátil y su movimiento.

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

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 20/99
Lugar: Guayaquil

PROFESIONALES
No. 2

Gráfico 4.257. Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores



Con esta pregunta demostramos que el 84% de los profesionales tienen una definición clara del mercado bursátil y un 20% restante no estan seguros del concepto Bolsa de Valores. Esta información para nuestro estudio es importante ya que se debe partit de un concepto global de Bolsa de Valores, manejándose conceptos en común entre profesionales como base para incentivar el desarrollo del mercado bursátil.

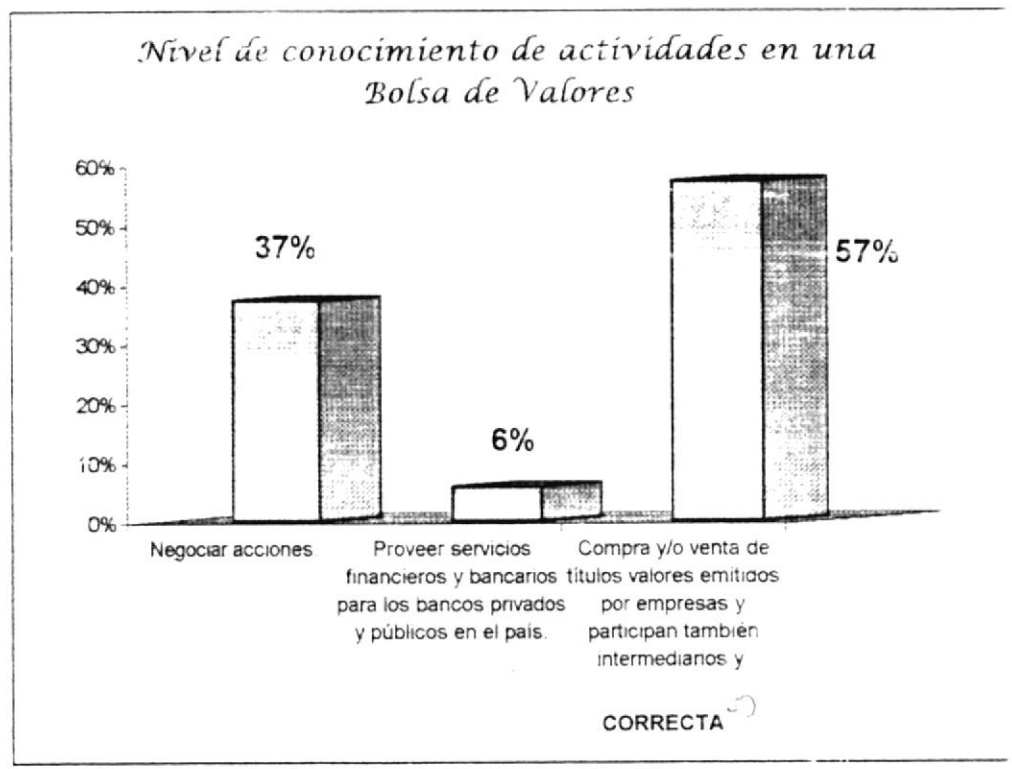
A: Mercado en el que participan intermediarios debidamente autorizados con el propósito de realizar operaciones de títulos de valores emitidas por empresas inscritas en ella.
B: Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y jurídicas, además de brindar asesoría en 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 20/99
Lugar: Guayaquil

Profesionales
No. 3

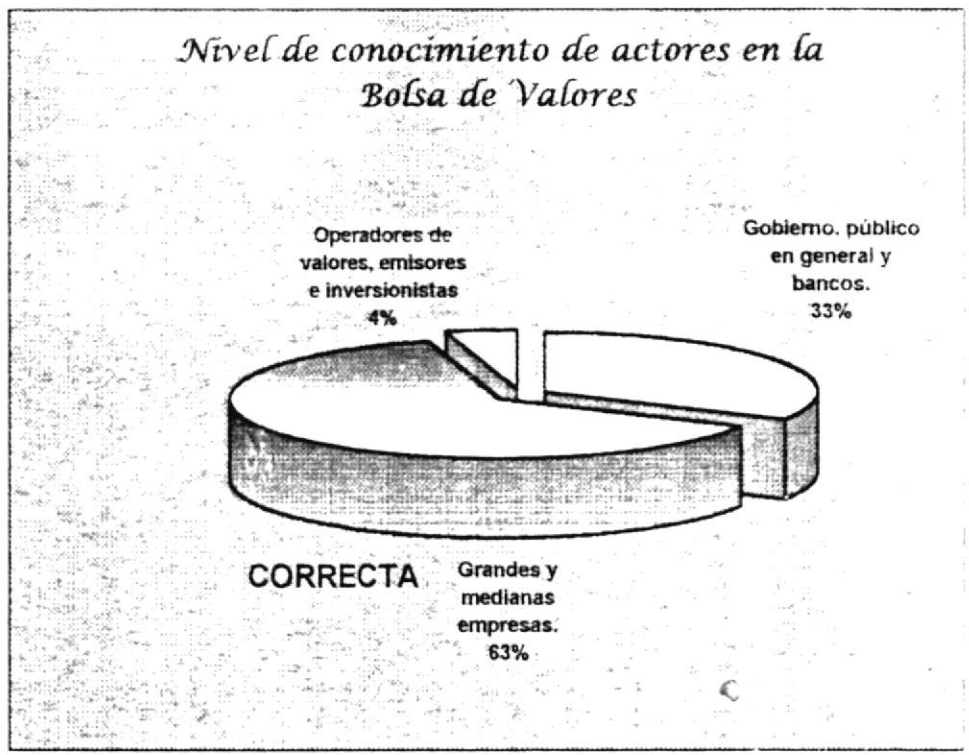
Gráfico 4.258. Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores

Un 57% de encuestados acertaron al responder que las actividades que se relizan en una Bolsa de Valores es la compra y venta de títulos valores emitidos por empresas (emisoras) y participan también intermediarios y operadores.
Pero un 43% restante no sabia con exactitud que actividad realiza la BVG, confundiendo con las actividades de servicios bancarios de cualquier institución financiera.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 20/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.259. Nivel de conocimiento de actores en la Bolsa de Valores

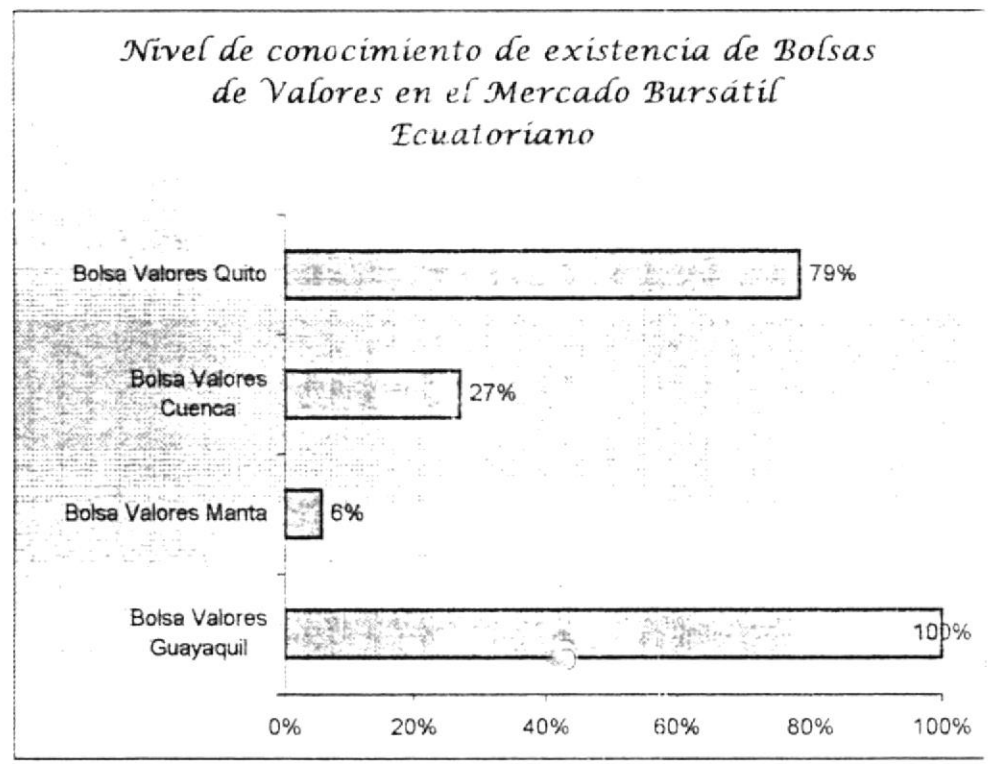


El 63% de los encuestados dijeron que los Operadores de valores y emisores son los actores principales que intervienen en la BVG. Nos damos cuenta también que el 37% restante opina que tanto el Gobierno y el público en general actua en forma directa en la BVG, es decir que no tienen una idea clara del funcionamiento de una Bolsa de Valores .

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 20/99
Lugar: Guayaquil

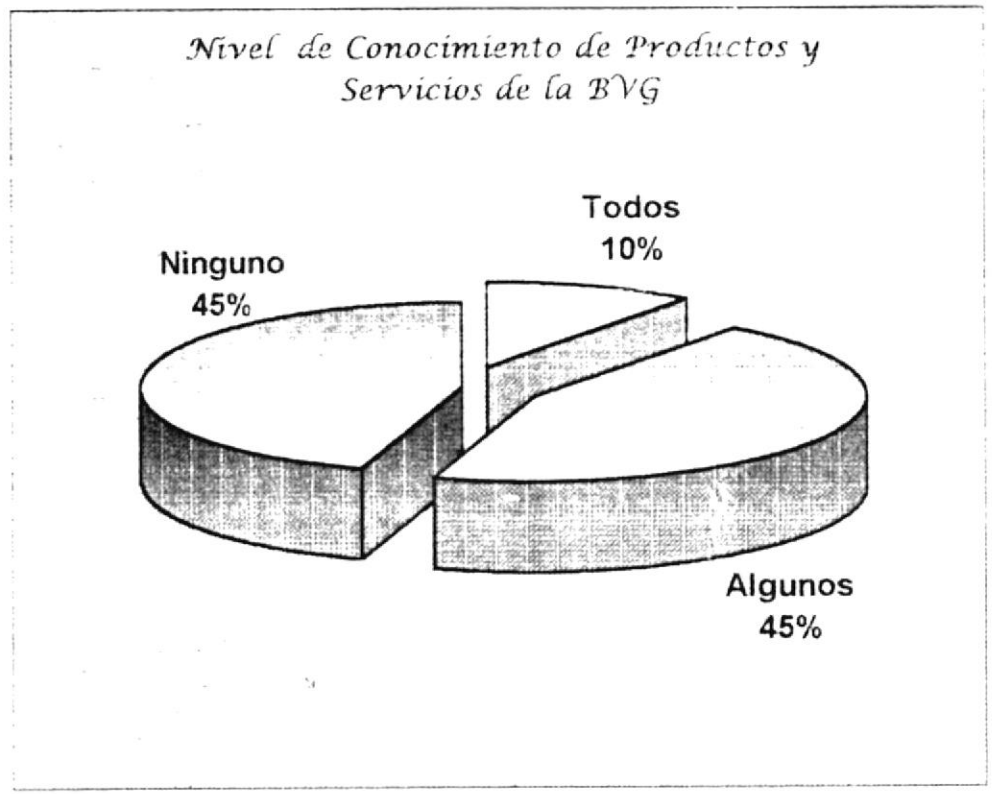
Gráfico 4.260. Nivel de conocimiento del Mercado Bursátil en Ecuador

El ciento por ciento de los profesionales tiene una concepción correcta de la existencia de la BVG.
El 79% piensa correctamente en la existencia de la BVQ.
Mientras que solamente un 27%de los profesionales creen erronamente la existencia de una Bolsa de Valores en Cuenca al igual que un 6% lo piensa de una Bolsa de Valores en Manta.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 21/99
Lugar: Guayaquil

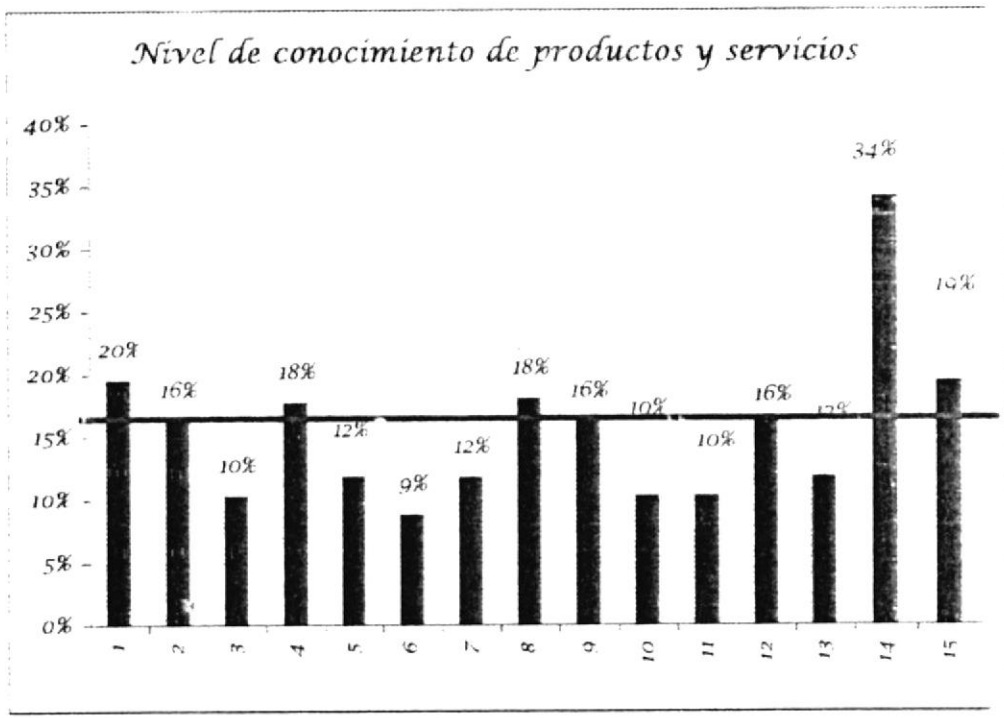
Gráfico 4.261. Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la BVG



Al preguntar cuantos productos de la BVG conoce el encuestado nos daremos cuenta si de verdad se promocionan los productos de la BVG.
Los resultdos de la investigación demuestran que en un porcentaje igual no conocen los productos así como solo conocen algunos de ellos.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 21/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.262. Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la BVG

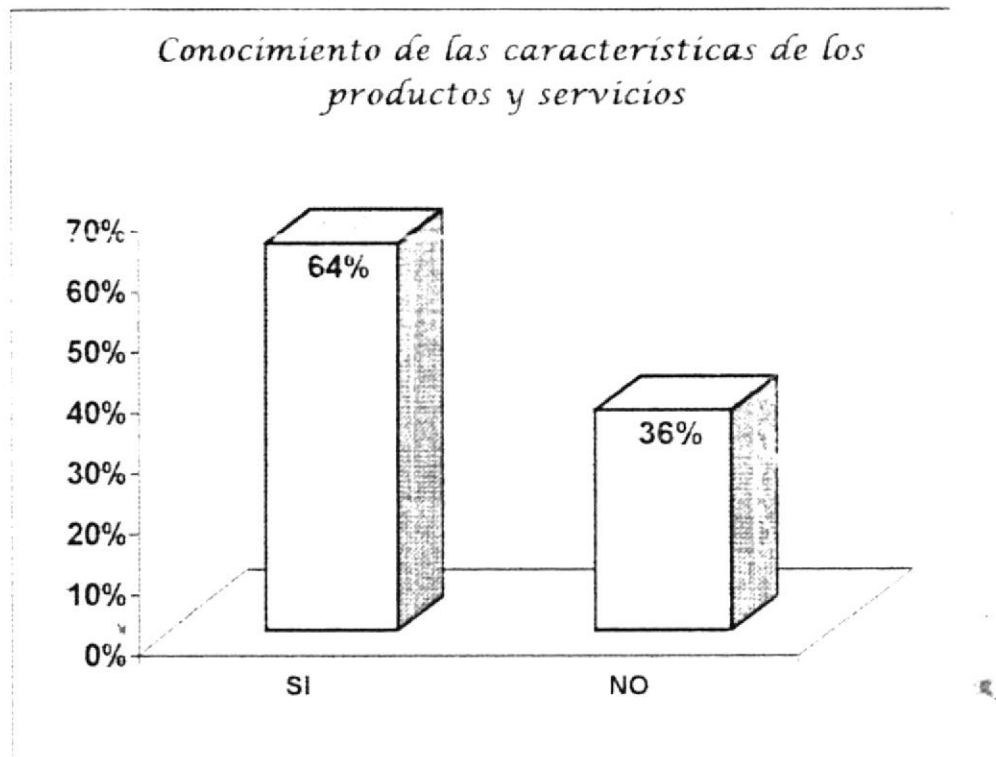


El gráfico que presentamos demuestra el poco conocimeinto de los productos y servicios de la BVG por parte de los profesionales encuestados eso se debe a la poca información que proporciona la BVG al público en General.
El promedio de conocimiento de los productos y servicios de la BVG es de 16% y esto es aceptable para las aspiraciones de la misma.

Fuente: Investigacion de mercado para la B.V.G
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 21/99
Lugar: Guayaquil

Profesionales
No. 8

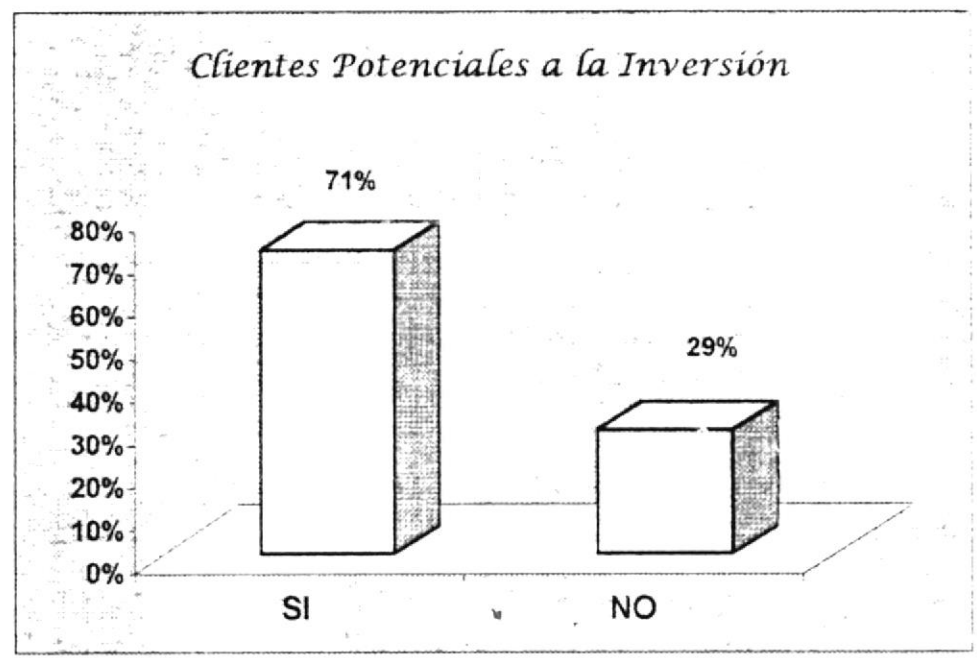
Gráfico 4.263. Conocimiento de las características de los prod/serv



Demostramos con este gráfico que son pocos los encuestados que conocen la caracteristica del producto o servicio mencionado y de los cuales solo el 64% conoce verdaderamente el producto mientras el 36% restante no sabe de que se trata.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 21/99
Lugar: Guayaquil

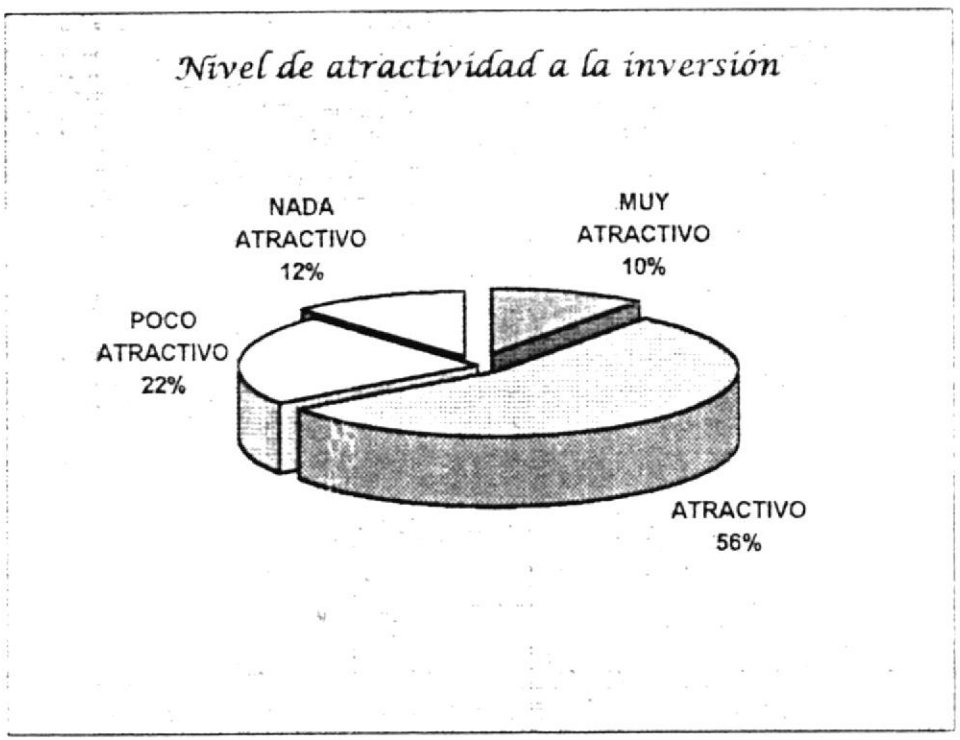
Gráfico 4.264. Clientes Potenciales a la Inversión



El 71% de los encuestados se mostrarón atraidos para invertir en la BVG .
Y un 29% no está seguro de realizar una inversión.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 21/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.265. Nivel de Atractividad a la Inversión



La respuesta de atractivo de invertir en la BVG es un porcentaje alto en comparacion con el Muy atractivo.
Eso se debe actualmente a la poca información sobre como invertir en la BVG y su impacto en nuestra economía.
El indice de atractividad de la inversión es de 5,62 siendo este un promedio de inversión algo medio.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 21/99
Lugar: Guayaquil

BIBLIOTECA ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL GUAYAQUIL

Análisis y Cuadro 4.266. Motivaciones para la Inversión

Atributos Importantes al Invertir a través de una Bolsa de Valores

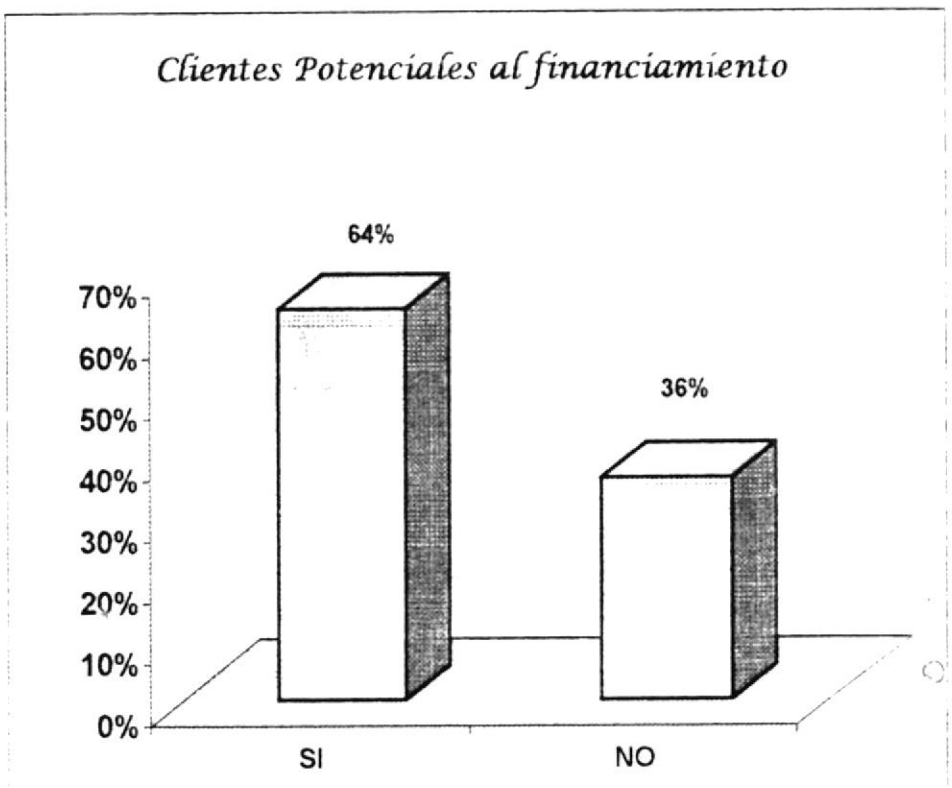
Al definir los atributos que eran importantes para motivar a las personas a invertir a través de B.V.G., consideramos necesario hacer esta pregunta a el segmento de Profesionales En este caso los atributos fueron calificados en el siguiente orden de importancia:

Nivel de importancia de motivaciones para Invertir

Atributos	Indice
Seguridad y solidez	9.6
Costos bajos	9
Ofrezca rendimientos altos	8.9
Rápidos y ágiles	8.8
Amabilidad	7.8
Servicios variados	7.3
Otros	0.8

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 17/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.267. Clientes Potenciales al Financiamiento



Financiarse a través de la BVG es una salida para mejorar la situación de las empresas y de inyectar dinero a la economía de país . También observamos que un alto porcentaje de encuestados no lo haría muchas veces por ser empresarios conservdores o por no permitir que las empresas familiares sean divididas entre otras personas.

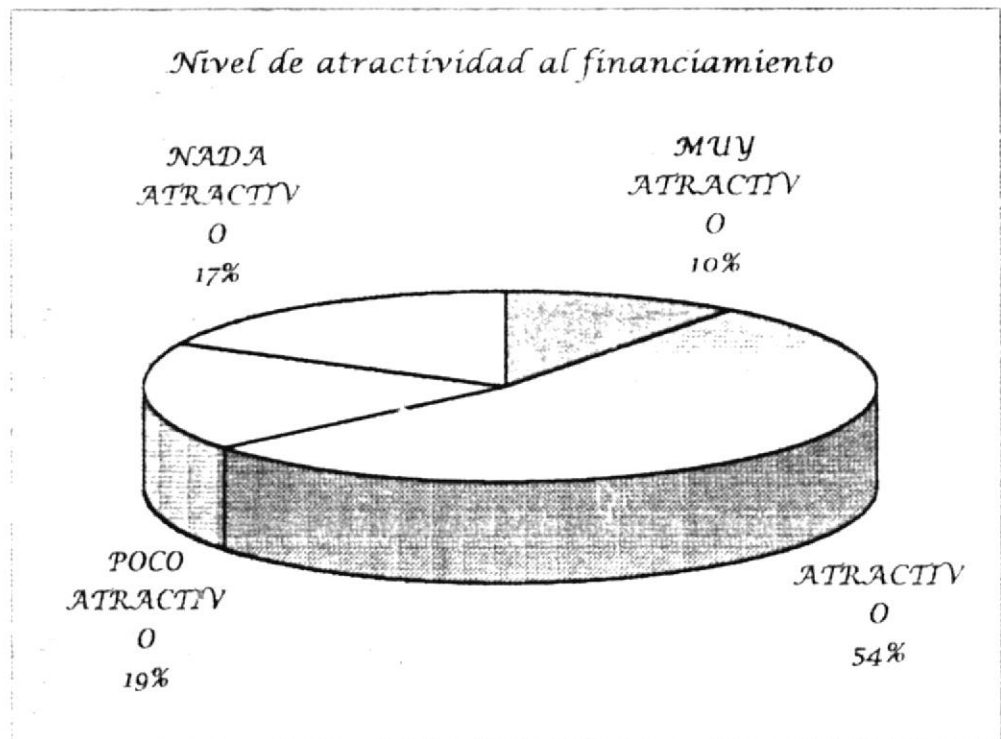
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: F. Icaza

Fecha de Elaboración: Agosto 21/99
Lugar: Guayaquil

PROFESIONALES
No. 13

Gráfico 4.268. Nivel de Atractividad al Financiamiento

El 54% de los encuestados les resulta atractivo finan ciarse a traves de la BVG
Mientras un 19% piensa que es poco atractivo el financiarse a traves de la BVG
El indice de atractividad para el financiamiento es 5,48 un promedio de atractividad medio.



Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 23/99
Lugar: Guayaquil

Análisis y Cuadro 4.269. Motivaciones para el financiamiento

Atributos Importantes al Financiarse a través de una Bolsa de Valores

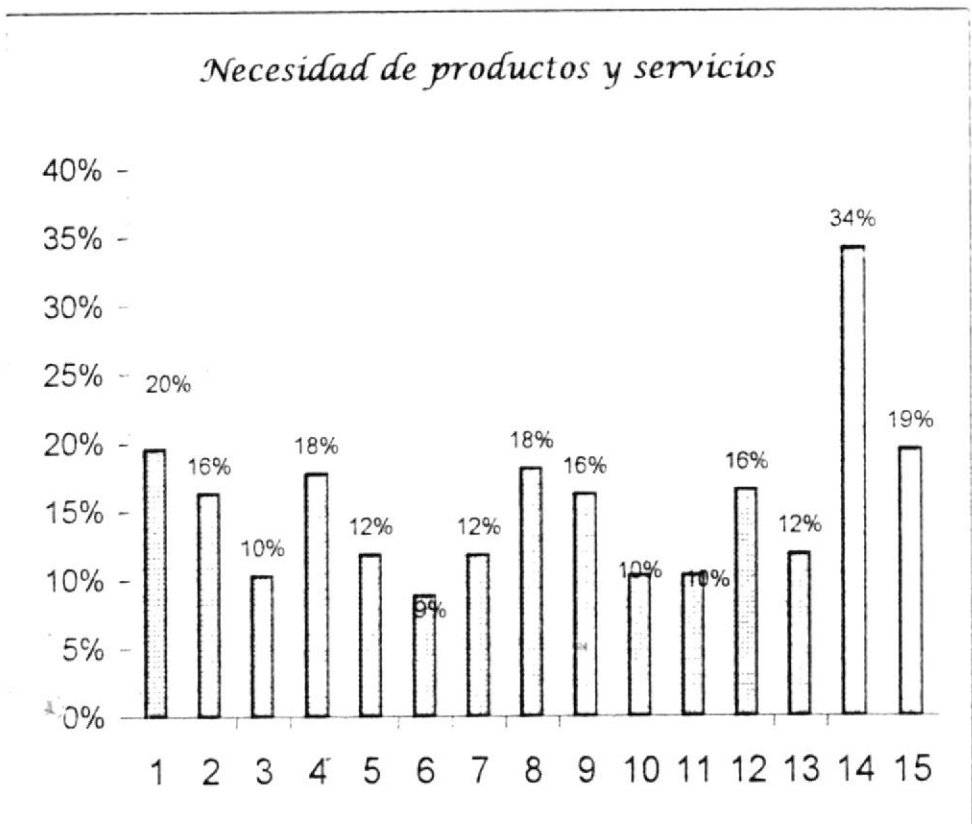
Al definir los atributos que eran importantes para motivar a las personas a financiarse a través de B.V.G.,podemos obtener en orden de importancia lo que esperan las personas de un servicio y luego evaluar como los estamos cumpliendo sea o no frente a la competencia. Servirá de guía para las estrategias a tomar. En este caso los atributos fueron calificados en el siguiente orden de importancia:

Nivel de importancia de motivaciones para Invertir

Atributos	Indice
Seguridad y solidez	9,6
Costos bajos	9
Ofrezca rendimientos altos	8,9
Rápidos y ágiles	8,8
Amabilidad	8,1
Servicios variados	7,6
Otros	1,2

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 19/99
Lugar: Guayaquil

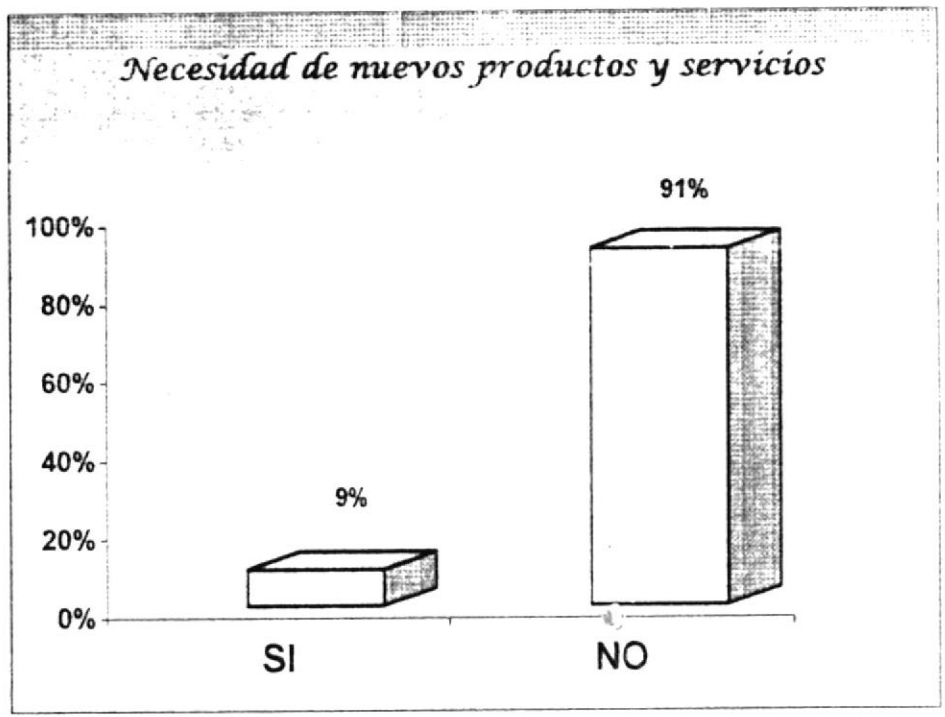
Gráfico 4.270. Utilidad de los productos y servicios



El porcentaje de encuestados que respondió que el producto o servicio más útil seria el internet asi como conferencis y cursos dictados por la BVG es el más alto en comparación con los demás productos que el porcentaje reflejado es muy bajo, siendo productos de folleteria muy útil para consulta para los profesionales.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 23/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.271. Necesidad de nuevos productos y servicios



PROFESIONALES
No. 17

Muy pocos profesionales opinan que la BVG debería ofrecer diferentes productos de los que tiene. Eso también se debe a que son muy pocos los profesionales en realidad que tienen conocimiento de las necesidades en relación a sus negocios.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: F. Icaza
Fecha de Elaboración: Agosto 24/99
Lugar: Guayaquil

4.2.3.4. Gráficos y Análisis de Estudiantes Universitarios

El conocimiento sobre el Mercado Bursátil y la Bolsa de Valores en si es bajo, pues en resultados se obtuvieron:

Conocimiento de lo que es el Mercado Bursátil	63%.
Conocimiento de lo que se negocia en le Mercado Bursátil	86%
Que es una Bolsa de Valores	74%
Actividades que se realizan en una Bolsa de Valores	50%
Actores de una Bolsa de Valores	59%
PROMEDIO DE CONOCIMIENTO	**66.4%**

El desconocimiento en este segmento, siendo carreras afines al tema, debe ser mucho menor, pues será el grupo objetivo para el desarrollo a futuro del mercado bursátil. Se debe tener especial interés en esta área pues son este grupo los administradores de las empresas, y a pesar de que se han hecho los esfuerzos necesarios en capacitación existe aún un porcentaje importante de universitarios próximos a graduarse sin la correcta información.

En los gráficos podrán encontrar el conocimiento de cada una de las carreras, y cuales son las que mayor desconocimiento tienen, tal es el caso de Administración de Empresas e Ingeniería Comercial.

Si se quiere generar una cultura bursátil es importante conocer cuáles son los mecanismos y a dónde se puede recurrir para acceder al mercado bursátil. Los estudiantes universitarios al menos deberían tener un posicionamiento claro de los lugares donde se desarrolla la actividad bursátil. La totalidad de los estudiantes guayaquileños conocen de la existencia de la B.V.G. y solo el 73% sabe acerca de la B.V.Q., ello debido por supuesto a la ubicación geográfica que en este caso ejerce acción directa en el conocimiento de la institución. Pero es importante tomar en cuenta que afirmativamente existe un grupo pequeño que no tiene conocimiento claro de las Bolsas de valores en el país, pues creen que Cuenca y Manta tienen Bolsas de Valores.

Solo 6 de cada 10 estudiantes de Administración de Empresas conocen de la B.V.Q. y solo 8 de cada 10 estudiantes de Economía conoce acerca de la misma. Son los estudiantes de administración los que tienen mayor confusión con respecto a las Bolsas de Valores del país, puesto que no tienen idea de la situación de la actividad bursátil que se genera en el

Ecuador. Solo relacionaron los nombres de las ciudades a la posibilidad de que exista una Bolsa de valores en ella.

La mayoría de los estudiantes universitarios, es decir un 52%, no conocen ningún producto de la B.V.G. Lo ideal sería definir los segmentos claros a los que se dirigen estos productos/servicios y realizar las estrategias para que sean utilizados por los mercados específicos. Es necesario que este segmento vaya conociendo los productos para que cuando se presente la necesidad pueda recurrir a su uso.

De aquellos estudiantes que dijeron conocer algún producto de la B.V.G., la mayoría tenía conocimiento de dos productos en particular, las conferencias/cursos de capacitación y la página Web de la Bolsa de Valores de Guayaquil, 7 de los productos y servicios de la B.V.G. no llegan al promedio que es de al menos 2 estudiantes de 10 que conozcan los productos. La Guía didáctica del Mercado de Valores fue el otro producto más conocido, junto con la Rueda a Viva voz, seguido del Informativo Al cierre y la Rueda electrónica, la cual conocen realmente únicamente por nombre. Hay productos y servicios que son desconocidos por todos los estudiantes como son DECEVALE y Transparencia.

De los encuestados que dijeron conocer algún producto, el 23% no conocía sus características, y el 77% restante sí. Este resultado puede asegurar que cuando el estudiante requiere de la información específica que brindan estos productos opten por su uso.

Aunque este segmento no es un inmediato cliente potencial para invertir a través de B.V.G., se considera importante hacer esta pregunta, puesto que en un futuro serían los administradores de empresas, los que posiblemente podrían participar en Bolsa, y se puede tener una perspectiva de lo que puede suceder. 7 de cada diez estudiantes invertirían a través de B.V.G., y solo el 30% contestó que no lo haría.

Aunque el Indice de Atractividad para la inversión en este segmento es de 6.87 que está dentro de la escala en un área de muy poca atractividad a la inversión. En los momentos actuales, la incertidumbre pone muy a la defensiva a los clientes y además de las pocas posibilidades de capital para inversión hace muy bajo este índice, y a pesar de que este segmento no es un inversor inmediato, refleja la realidad del país.

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL 1968 GUAYAQUIL
BIBLIOTECA

Los índices de atractividad a la inversión en cada uno de estos segmentos es:

Economía	6,43
Administración de Empresas	7,21
Finanzas	8,5
Ingeniería Comercial	7,00
Gestión Empresarial	7,00

Al definir los atributos que eran importantes para motivar a las personas a invertir a través de B.V.G., consideramos necesario hacer esta pregunta al segmento de los estudiantes universitarios, puesto que se pueden fijar acciones para una difusión de una imagen y beneficios congruentes a lo que las personas están buscando. En este caso los atributos fueron calificados en el siguiente orden de importancia:

Atributos	**Indice de importancia**
1. Seguridad y solidez	9,2
2. Rapidez y agilidad	9,2
3. Ofrezca rendimientos altos	8,9
4. Amabilidad	8,2
5. Servicios variados	8,1
6. Costos bajos	8,0
7. Otros	1,3

El 60% de los estudiantes universitarios se financiaría a través de B.V.G. cuando tenga la oportunidad de hacerlo y hallan las facilidades y el conocimiento necesario para realizarlo.

El nivel de atractividad para el financiamiento es 7,51 que ubica este indice en un nivel bajo. Es decir que las posibilidades de financiamiento, que es lo que en la actualidad los negocios requieren es un poco mayor a la inversión, pero no es suficiente.

Los índices de atractividad a la inversión para cada uno de los segmentos son los siguientes:

Economía	7,6
Ingeniería Comercial	7,76
Administación de Empresas	7,00
Finanzas	8,5
Gestión Empresarial	5,5

Al definir los atributos que eran importantes para motivar a las personas a financiarse a través de B.V.G., podemos obtener en orden de importancia lo que esperan las personas de un servicio y luego evaluar

como los estamos cumpliendo sea o no frente a la competencia. Servirá de guía para las estrategias a tomar. En este caso los atributos fueron calificados en el siguiente orden de importancia:

Atributos	**Indice de importancia**
1. Seguridad y solidez	8,8
2. Rapidez y agilidad	8,6
3. Oportunidades altas de captar inversión	8,3
4. Amabilidad	8,1
5. Costos bajos	8,1
6. Servicios variados	7,6
7. Otros	0,6

Las necesidades de nuevos productos en este segmento son muy bajas, solo un 13% de todos los estudiantes encuestados definieron una necesidad diferente a los productos que se tienen. Este resultado puede deberse básicamente al poco conocimiento del mercado o a que los productos actuales cubren sus necesidades (que son también bajas). Las necesidades que mostró este grupo son:

*Mayor difusión en universidades

*Seguimiento a cursos y conferencias dictadas

*Programa definido para expandir mercado bursátil

Los estudiantes que mostraron un mayor interés en nuevos productos fueron los de las carreras de Finanzas con un 67% y Economía con un 22%. El resto manifestó sentirse satisfecho con lo que realiza la B.V.G. en productos y servicios, sobre todo tomando en cuenta que no tienen un mayor conocimiento de los beneficios que pueden obtener.

Cuadro 4.291 Indices de Estudiantes Universitarios

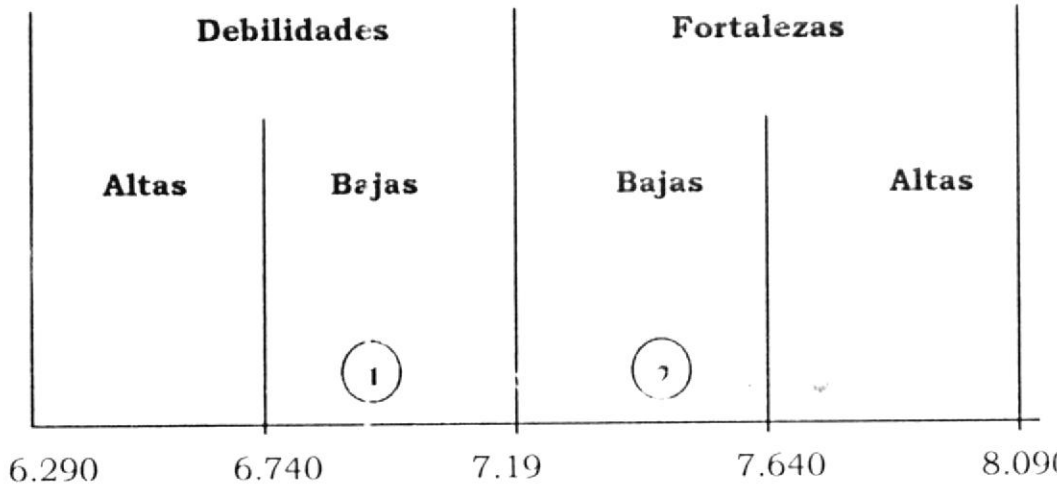
	INDICES	VALORES
1	Indice de Atractividad a la inversión	**6.87**
2	Indice de Atractividad al financiamiento	**7.51**

Fuente: Investigación de mercado para la BVG
Elaborado por: L. Cisneros
Fecha de Elaboración: Septiembre 22/99
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.298 Perfil de Fuerzas y Debilidades en Estudiantes Universitarios

Promedio de Indice de Estudiantes Universitarios: 7.19

Desviación Estándar: 0.45



Fuente: Investigación de mercado para la BVG
Elaborado por: L. Cisneros
Fecha de Elaboración: Septiembre 22/99
Lugar: Guayaquil

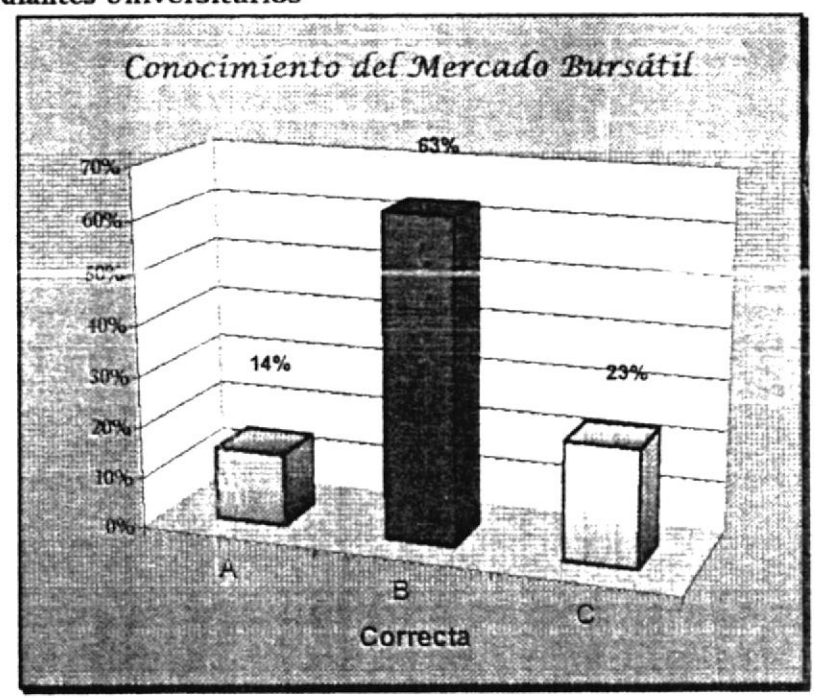
En este segmento el enfoque debe ser dirigido a la consecución de índices estándar más altos, aunque en realidad los índices de atractividad a la inversión y al financiamiento están actualmente muy afectados por la crisis actual del país.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
1958
GUAYAQUIL
BIBLIOTECA

Gráfico 4.272 Nivel de conocimiento del mercado bursátil

A: Total Estudiantes Universitarios

Como podemos observar en el gráfico, los estudiantes universitarios en un 63% conocen lo que es el mercado bursátil, que representa un gran porcentaje, aunque se debe considerar que un 37% de desconocimiento en este segmento, siendo carreras afines al tema, debe ser mucho menor, pues será el grupo objetivo para el desarrollo a futuro del mercado bursátil. Se debe tener especial interés en esta área pues son este grupo los administradores de las empresas, y a pesar de que se han hecho los esfuerzos necesarios en capacitación existe aún un porcentaje importante de universitarios próximos a graduarse sin la correcta información.



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

Elaborado por:L.Cisneros

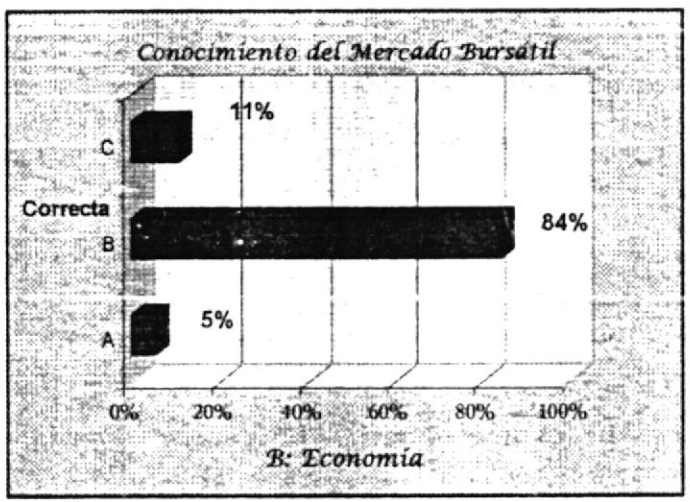
Fecha de Elaboración: Agosto 1999

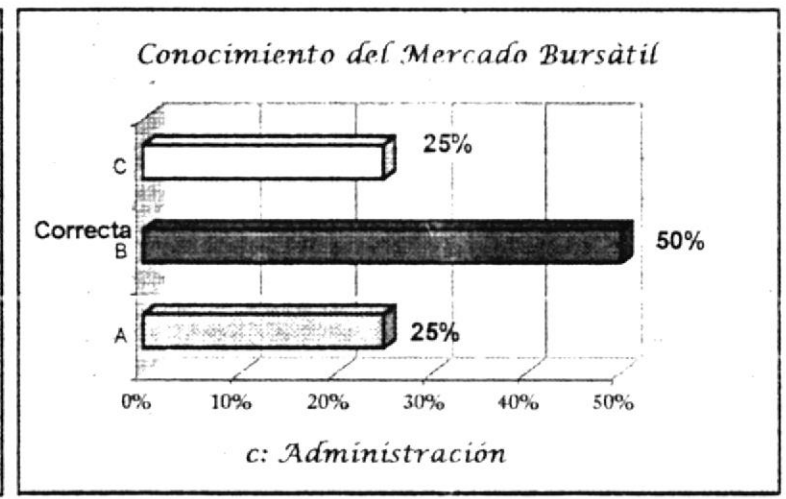
Lugar: Guayaquil

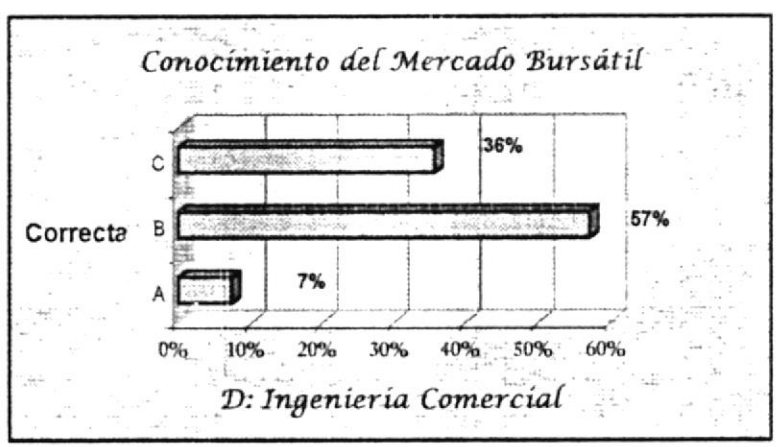
Público en General - Universidades

Nº 1

Gráfico 4.272 Nivel de conocimiento del mercado bursátil







Público en General - Universidades

N° 1

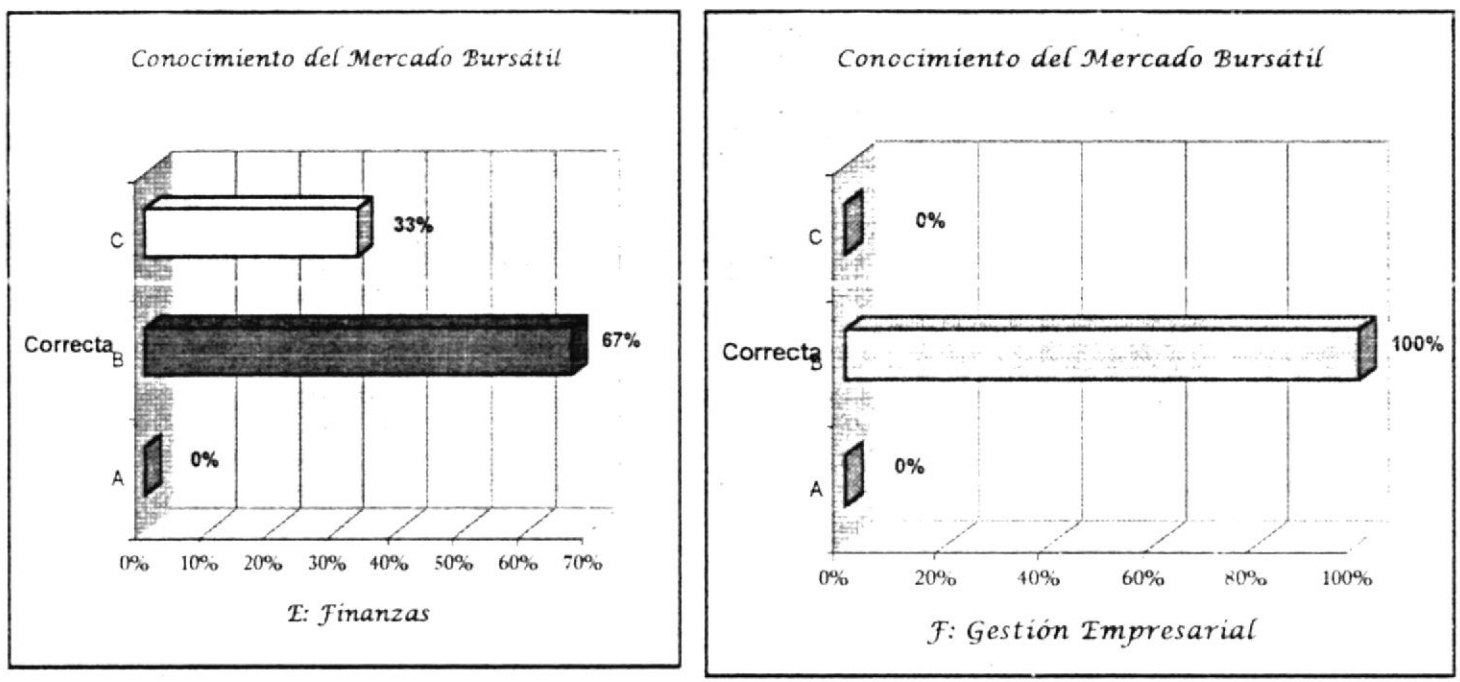
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.272 Nivel de conocimiento del mercado bursátil



Los estudiantes de Economía y Gestión empresarial , cada uno con un 84% y un 100% de acertividad respectivamente son los que mayor peso tienen en el resultado final, además de Finanzas con un 67%.

Administración e Ingeniería Comercial por el contrario, llegan apenas a un 50% y 57% respectivamente de respuesta correcta, y un 50% y 43% de error, siendo este un muy alto porcentaje, lo que refleja a la falta de orientación al mercado bursátil en su formación de administradores de empresas.

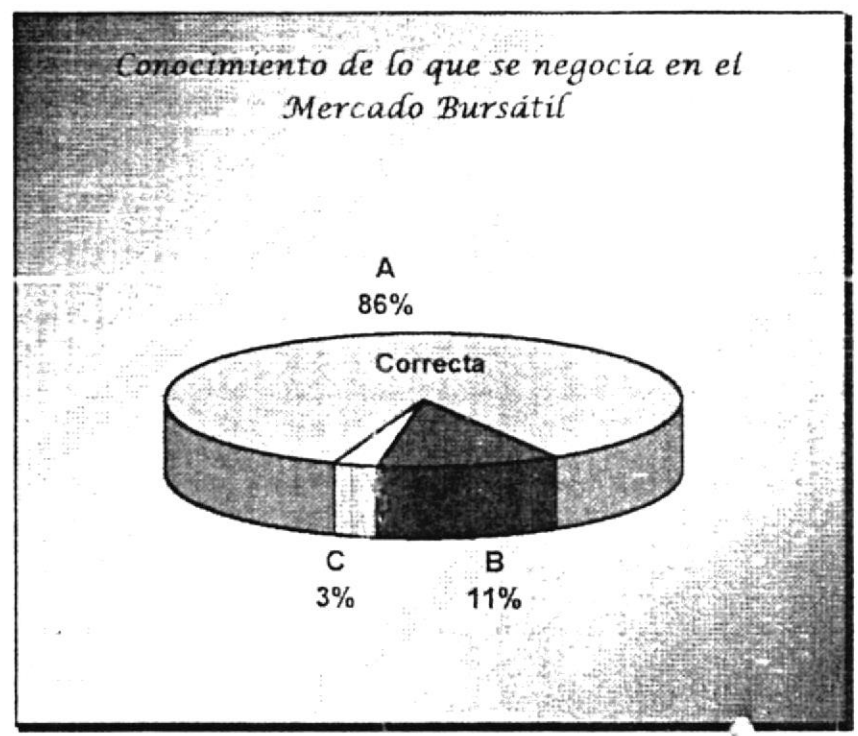
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por:L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades
Nº 1

Gráfico 4.273 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil

A: Total Estudiantes Universitarios

Esta pregunta continúa midiendo el conocimiento del Mercado Bursátil.
Los resultados reflejan un alto porcentaje de conocimiento de lo que se negocia, lo que se contrapone al resultado anterior de lo que es el Mercado Bursátil. Esto se debe a que las acciones son el papel más conocido en nombre, no precisamente por su volúmen de operación si no más bien por su fama en el mercado extranjero.

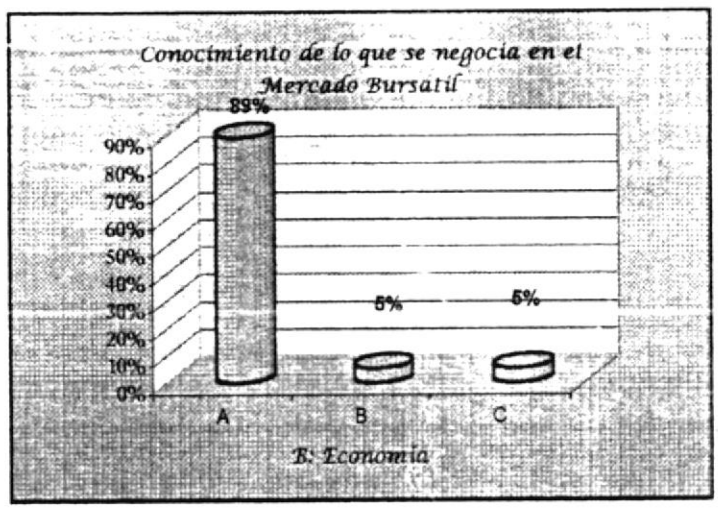


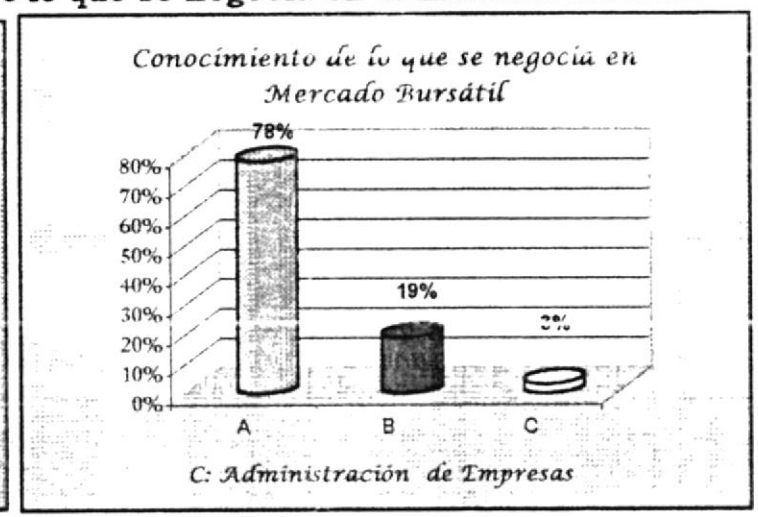
A: Acciones, obligaciones, pagarés, bonos
B: Hipotecas, cupones, bonos
C: Cheques a fecha, dinero

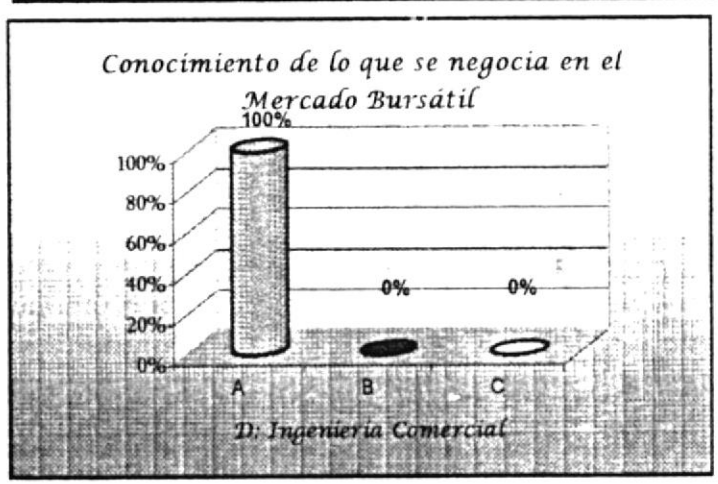
Público en General - Universidades
N° 2

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por:L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.273 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil







Público en General - Universidades

Nº 2

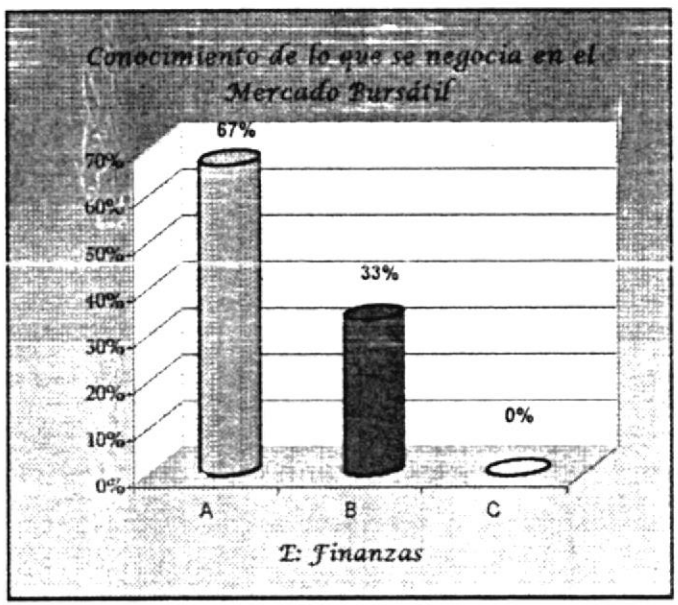
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

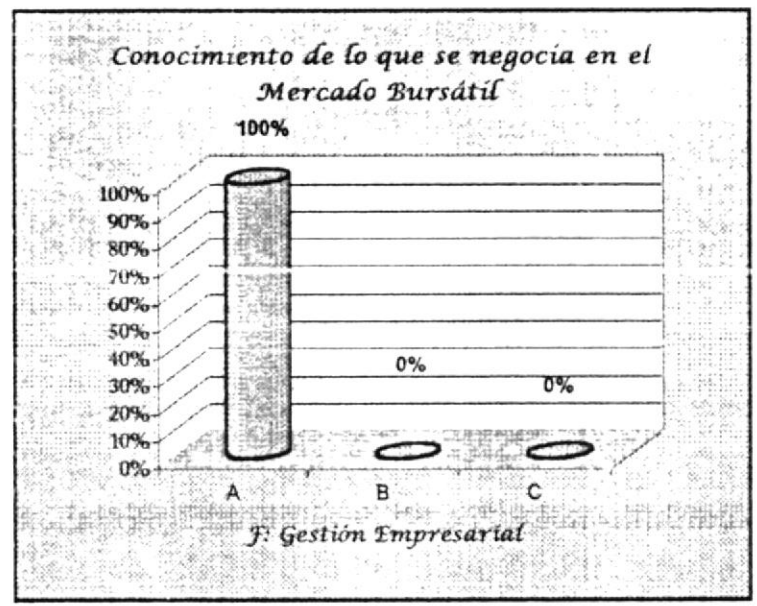
Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.273 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil





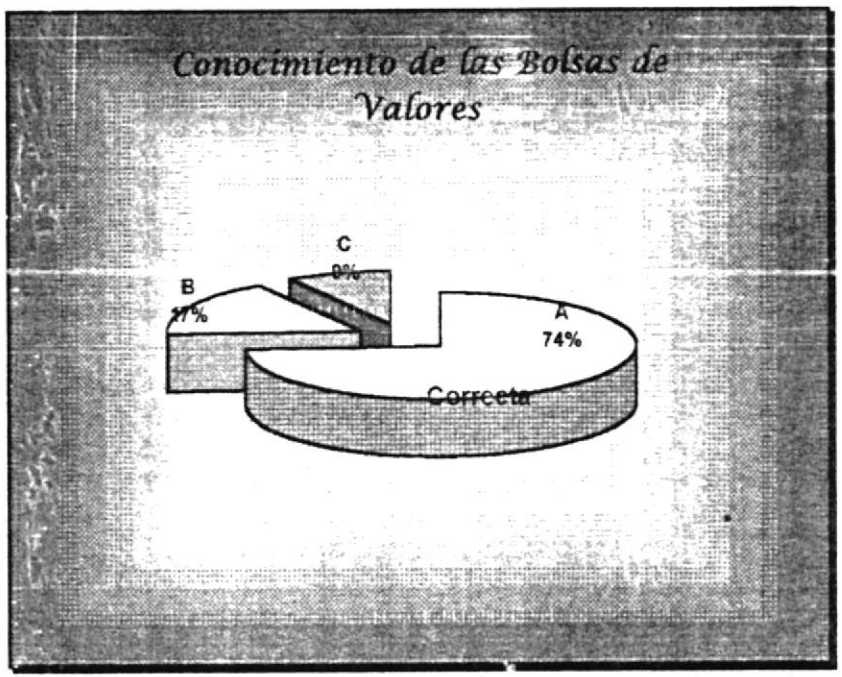
El porcentaje más bajo de respuesta correcta fue de 67% de los estudiantes de la carrera de Finanzas, que a pesar de ser la carrera que más debería manejar esta información, continuó manteniendo su porcentaje de acertividad de la pregunta anterior.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por:L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar Guayaquil

Público en General - Universidades
N° 2

Gráfico 4.274 Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores

A: Total Estudiantes Universitarios



El 74% de los estudiantes universitarios sabe lo que es una Bolsa de Valores. Este porcentaje es altamente significativo a pesar de que el 26% de éstos estudiantes universitarios de carreras afines al tema no conocen aún lo que es una Bolsa de Valores.

A: Mercado en el que participan intermediarios debidamente autorizados, con el proposito de realizar operaciones de titulos valores emitidas por empresas inscritas en el

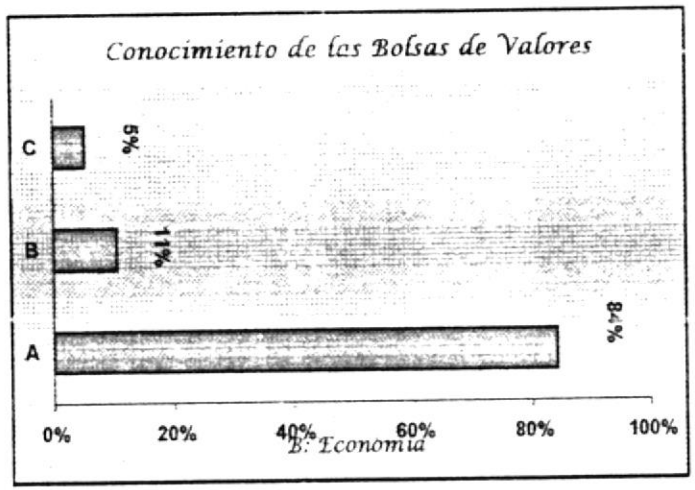
B: Sociedades que se encargan de ejecutar las inversiones de las personas naturales y juridicas , además de brindar asesoria en materia de finanzas corporativas

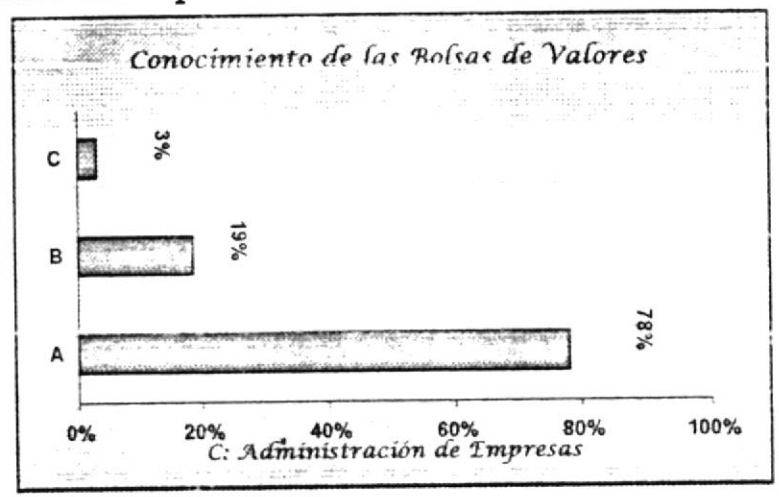
C: Compañia con capital dividido en acciones negociables que está formada por aportación de accionistas que responde únicamente por el monto de sus acciones

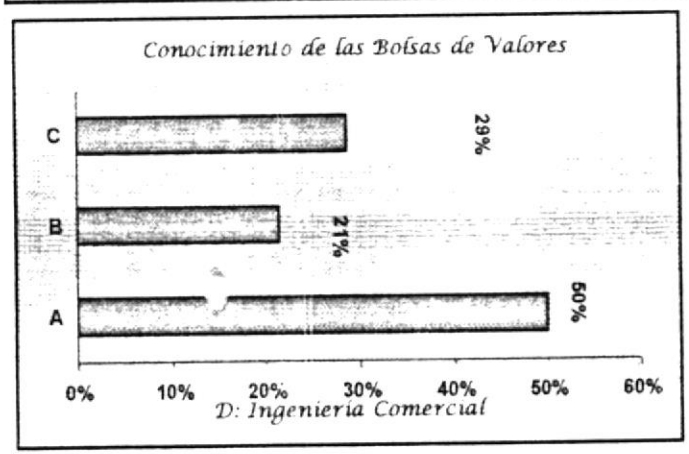
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por:L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades
Nº 3

Gráfico 4.274 Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores







Público en General - Universidades

Nº 3

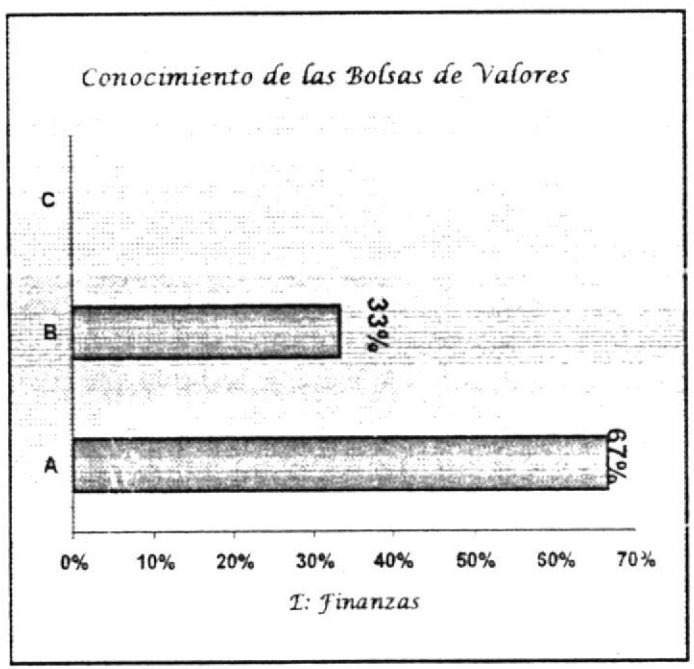
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.

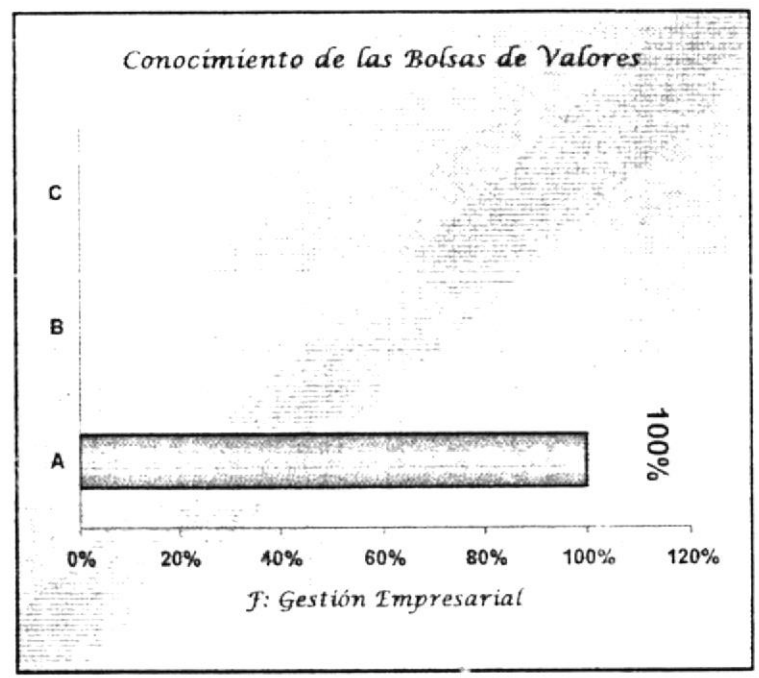
Elaborado por: L. Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.274 Nivel de conocimiento de lo que es una bolsa de valores





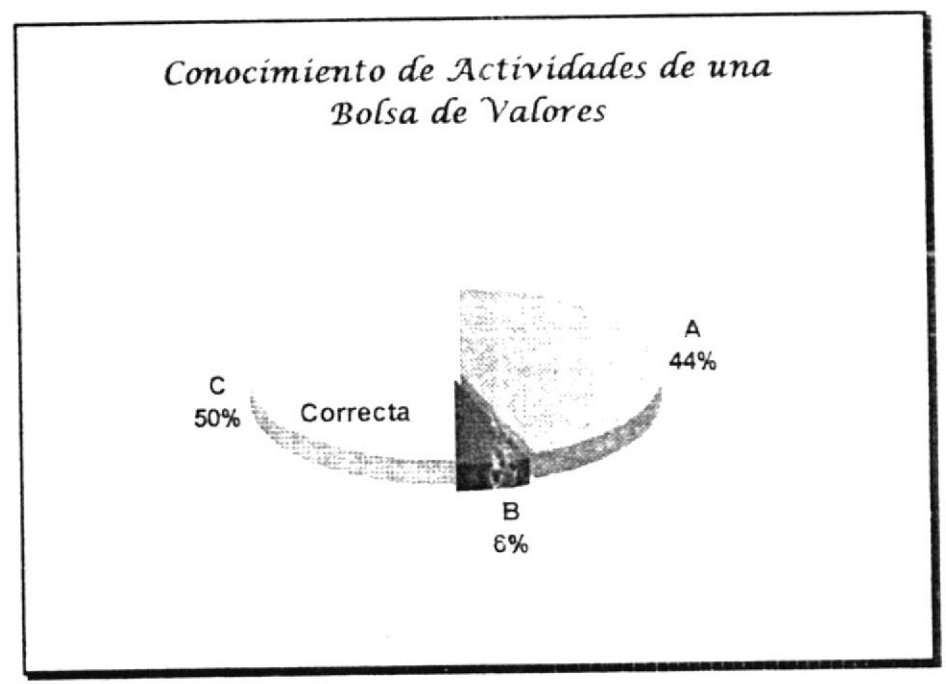
Nuevamente es Ing. Comercial la carrera con menor información de Bolsa de Valores. Es importante conocer que segmento está informado, puesto que si se quiere hacer que la gente acuda a un lugar, primero debe conocer de él, y si los estudiantes no saben lo que es una Bolsa de Valores, no concurrirán a ella.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por:L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades
Nº 3

Gráfico 4.275 Nivel de conocimiento de las actividades en una bolsa de valores

A: Total Estudiantes Universitarios



Los resultados totales entre los estudiantes universitarios en esta pregunta, reflejaron gran desconocimiento de lo que se realiza en una Bolsa de Valores.
A pesar de que el porcentaje de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores pareceria iba a reiterarse en esta pregunta acerca de las actividades, el 50% de acertividad nos dice lo contraric. Existe un 50% de desconocimiento, debido al poco uso de los servicios de la Bolsa de Valores en nuestro pais.

A: Negociar acciones

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

C: Compra y/o venta de títulos valores emitidos por empresas y participan también intermediarios y opera

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

Elaborado por: L. Cisneros

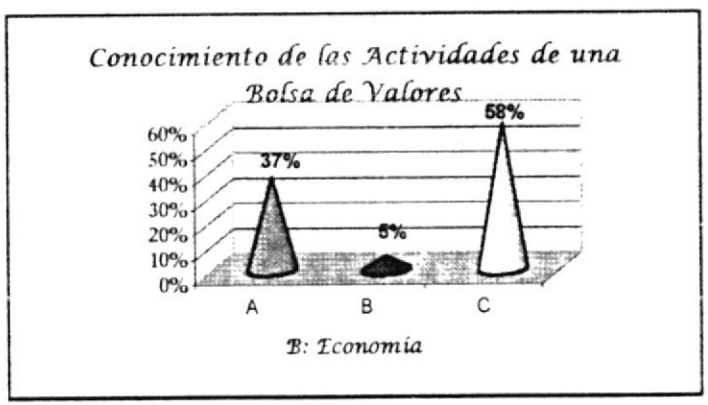
Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

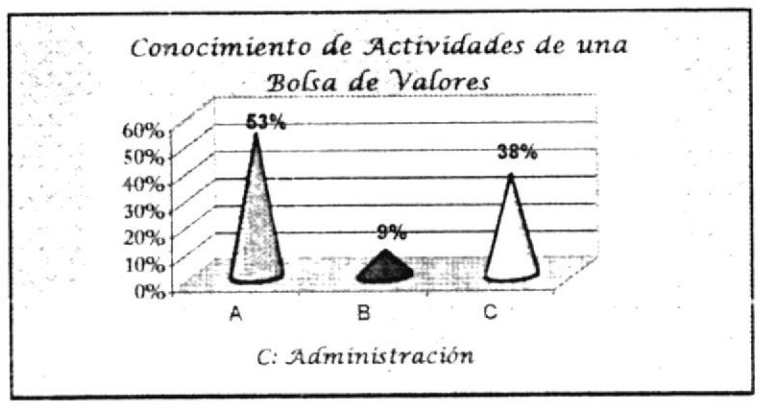
Público en General - Universidades

N° 4

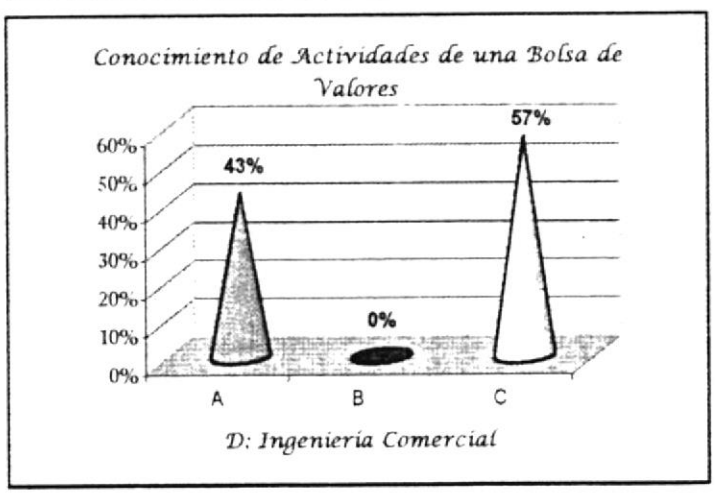
Gráfico 4.275 Nivel de conocimiento de las actividades en una bolsa de valores



B: Economía



C: Administración



D: Ingeniería Comercial

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

Elaborado por:L.Cisneros

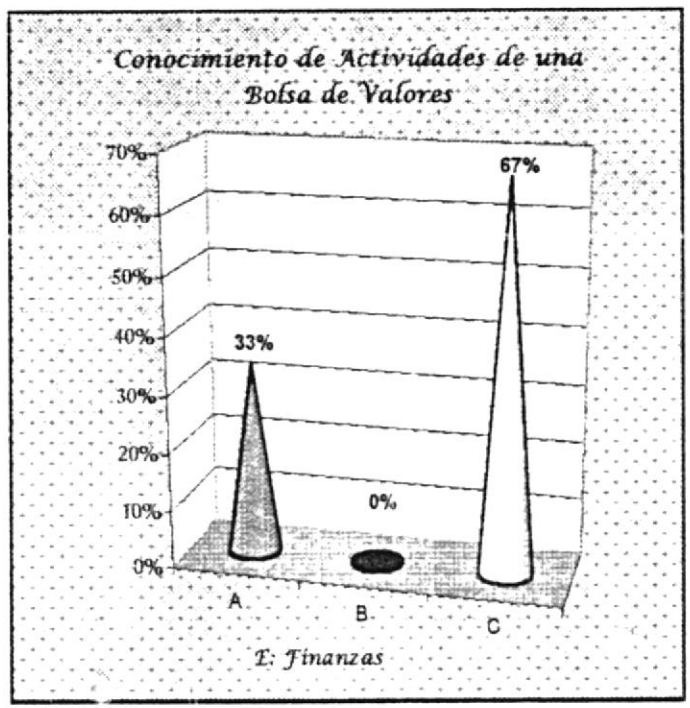
Fecha de Elaboración: Agosto 1999

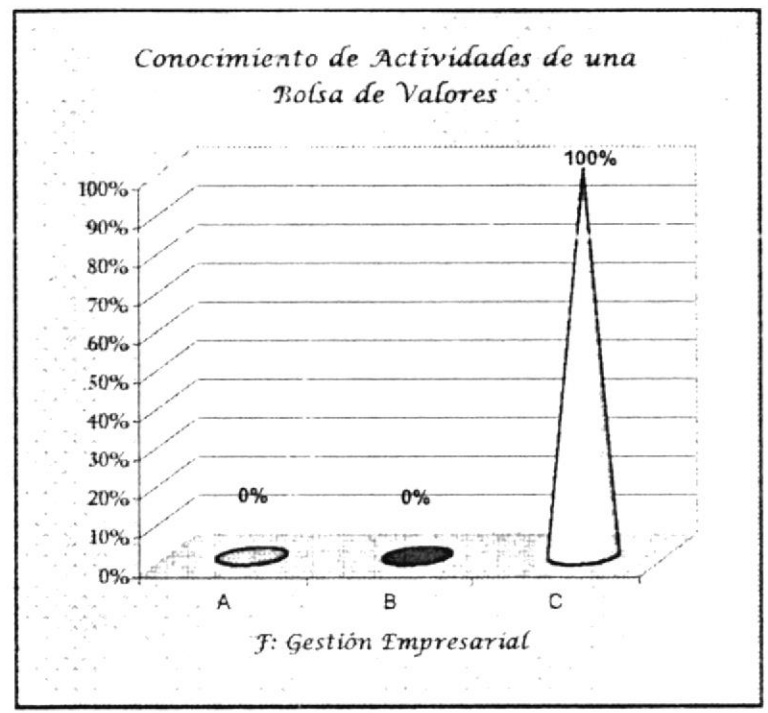
Lugar Guayaquil

Público en General - Universidades

N° 4

Gráfico 4.275 Nivel de conocimiento de las actividades en una bolsa de valores





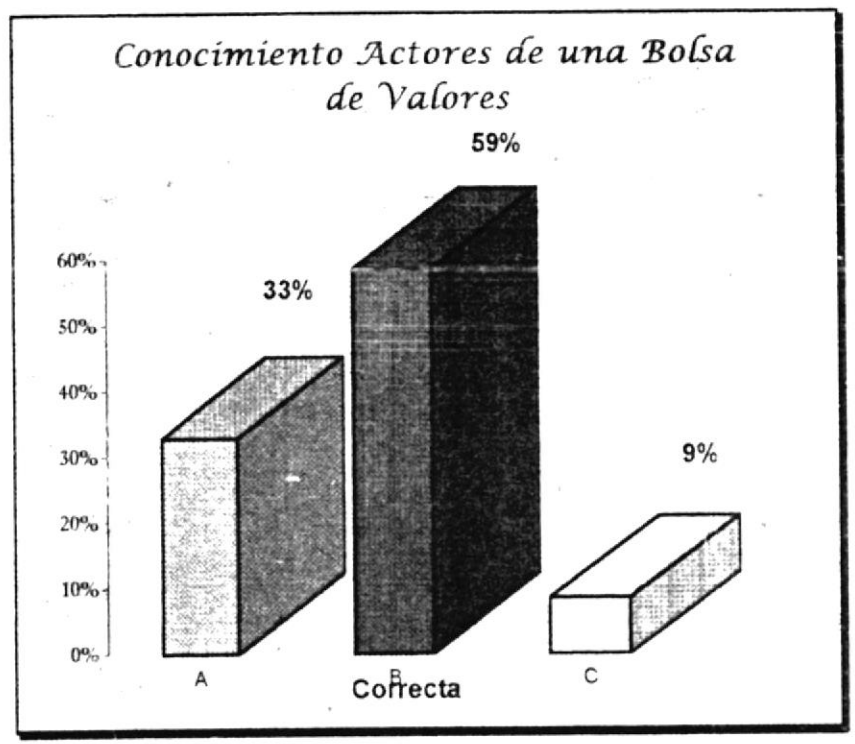
El mayor porcentaje de acertividad lo tienen Finanzas y Gestión Empresarial, y nuevamente observamos que Administración de Empresa con solo un 38% de acertividad, es la carrera que tiene un mayor desconocimiento de la Bolsa de Valores.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por:L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades
N° 4

CIB - ESPOL

Gráfico 4.276 Nivel de conocimiento de los actores de la bolsa de valores
A: Total Estudiantes Universitarios



Sólo el 59% de los estudiantes conocen quienes pueden intervenir en las negociaciones en Bolsa. Si bien es cierto todos podemos trabajar a través de la Bolsa, hay actores que están autorizados a hacerlo directamente por ley, y es necesario que quienes son los futuros inversores conozcan a quienes deben acudir para realizar sus transacciones. Por ello se considera bajo este porcentaje.

BIBLIOTECA ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

A: Gobierno, público en general y bancos

B: Operadores de valores, emisores, inversionistas

C: Grandes y medianas empresas

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

Elaborado por: L.Cisneros

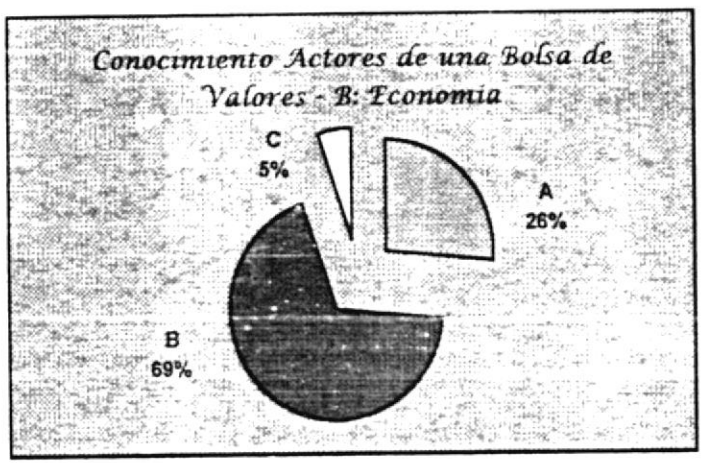
Fecha de Elaboración: Agosto 1999

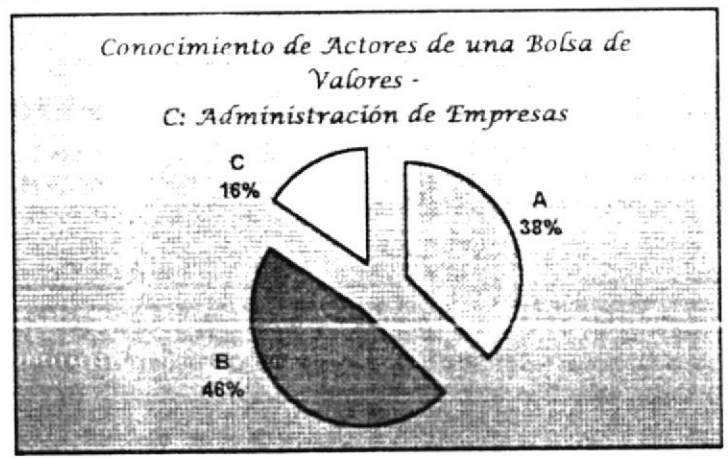
Lugar: Guayaquil

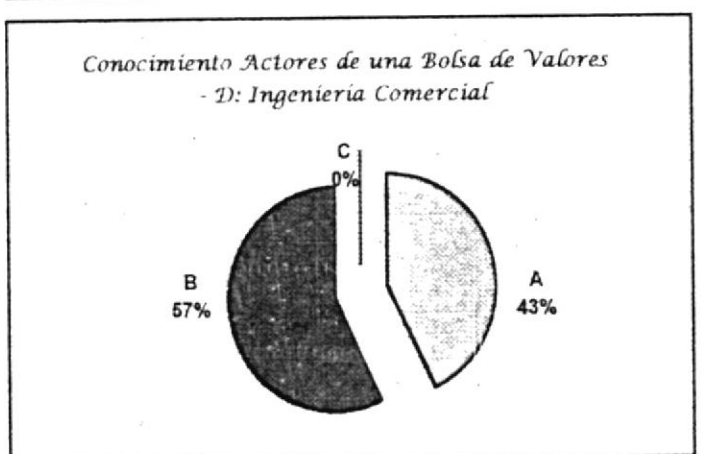
Público en General - Universidades

Nº 5

Gráfico 4.276 Nivel de conocimiento de los actores de la bolsa de valores







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

Elaborado por: L.Cisneros

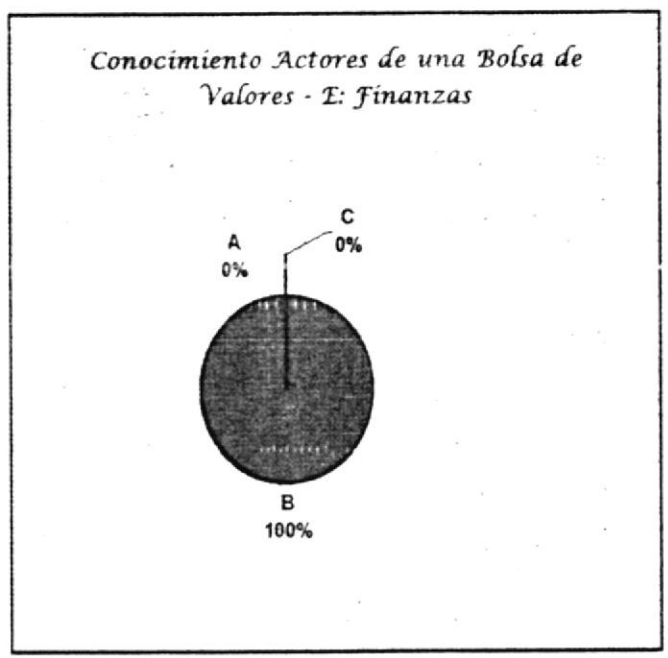
Fecha de Elaboración: Agosto 1999

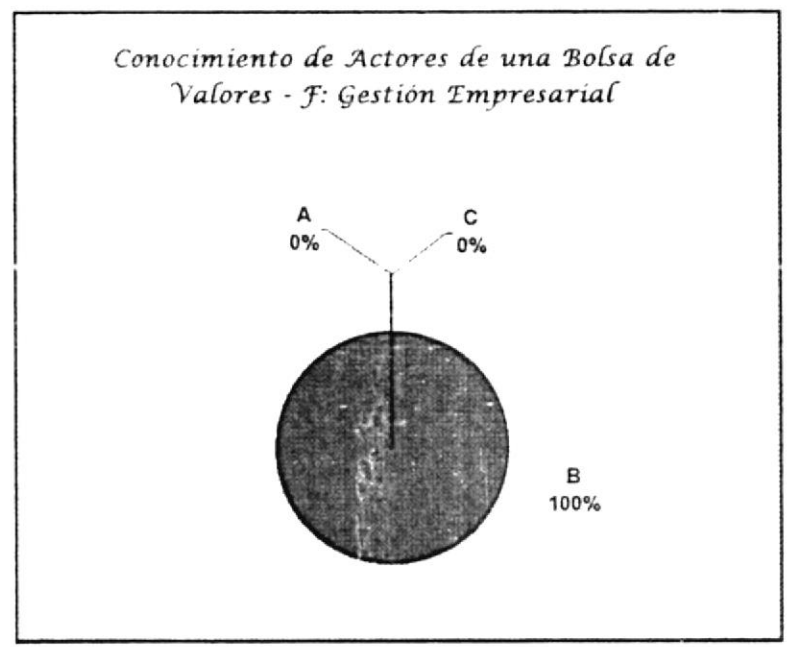
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades

Nº 5

Gráfico 4.276 Nivel de conocimiento de los actores de la bolsa de valores





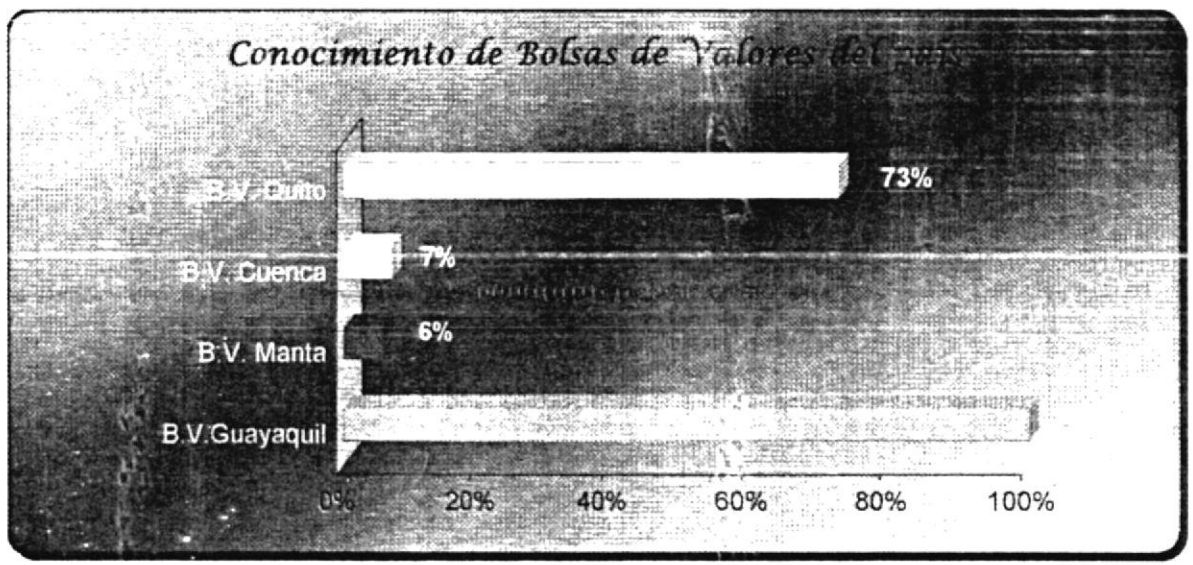
El grupo más preocupante por su bajo porcentaje de conocimiento de los actores que intervienen en la Bolsa de Valores son los estudiantes de Administración de Empresas. Este el peso que afecta en gran mayoría a el resultado total del análisis de las universidades.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades
Nº 5

Gráfico 4.277 Nivel de conocimiento de los actores de la bolsa de valores

A: Total Estudiantes Universitarios



Si se quiere generar una cultura bursátil es importante conocer cuáles son los mecanismos y a dónde se puede recurrir para acceder al mercado bursátil. Los estudiantes universitarios al menos deberian tener un posicionamiento claro de los lugares donde se desarrolla la actividad bursátil. La totalidad de los estudiantes guayaquileños conocen de la existencia de la B.V.G. y solo el 73% sabe acerca de la B.V.Q., ello debido por supuesto a la ubicación geográfica que en este caso ejerce acción directa en el conocimiento de la institución. Pero es importante tomar en cuenta que si existe un grupo pequeño que no tiene conocimiento claro de las Bolsas de valores en el país, pues creen que Cuenca y Manta tienen Bolsas de Valores

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

Elaborado por: L.Cisneros

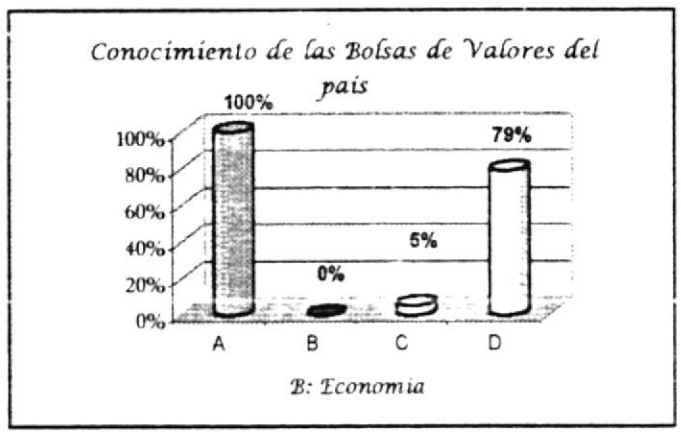
Fecha de Elaboración: Agosto 1999

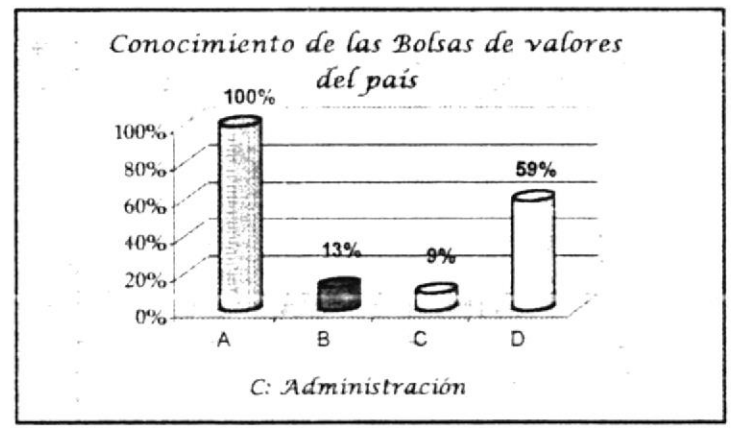
Lugar: Guayaquil

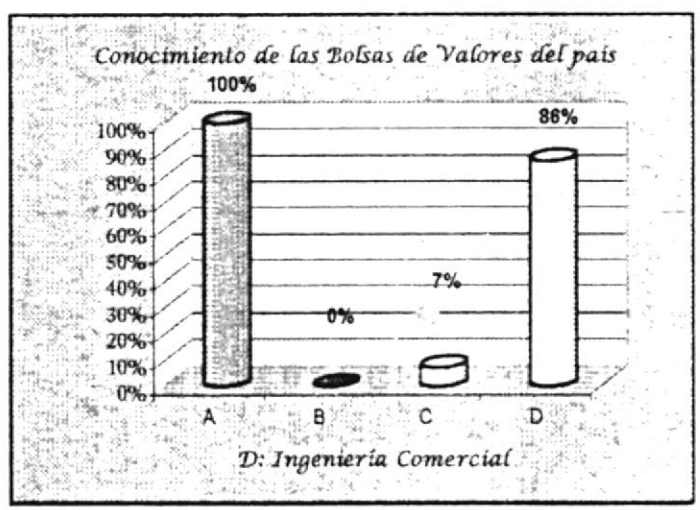
Público en General - Universidades

Nº 6

Gráfico 4.277 Nivel de conocimiento de los actores de la bolsa de valores







Público en General - Universidades

Nº 6

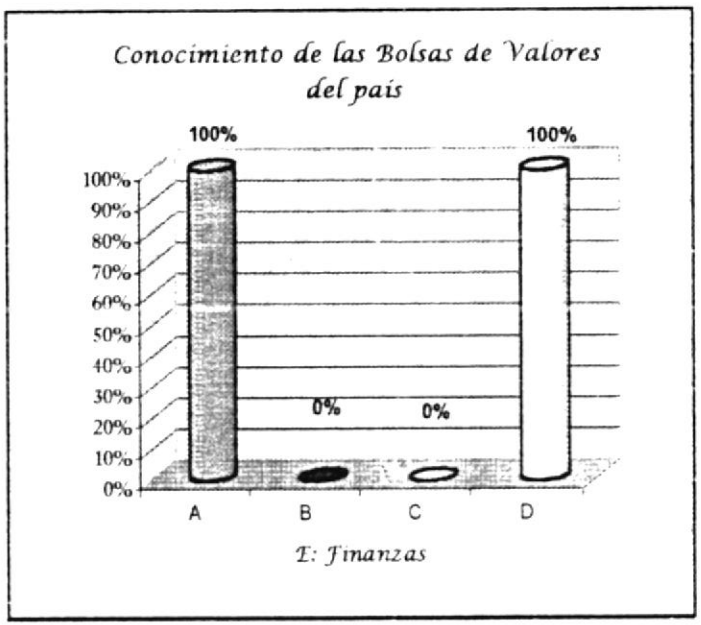
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G

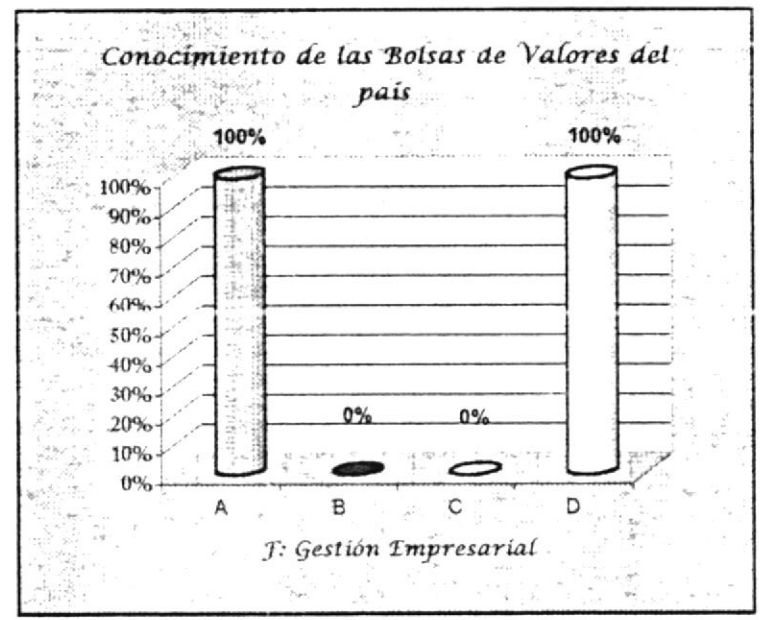
Elaborado por: L.Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.277 Nivel de conocimiento de los actores de la bolsa de valores





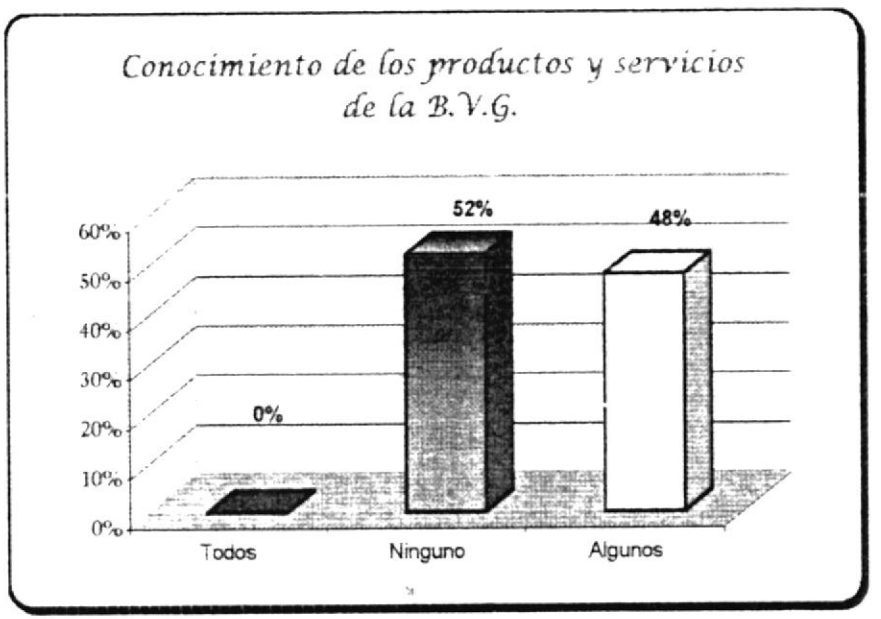
Solo 6 de cada 10 estudiantes de Administración de Empresas conocen de la B.V.Q. Y solo 8 de cada 10 estudiantes de Economía conoce acerca de la misma. Son los estudiantes de administración los que tienen mayor confusión con respecto a las Bolsas de Valores del país, puesto que no tienen idea de la situación de la actividad bursátil que se genera en el Ecuador. Solo relacionaron los nombres de las ciudades a la posibilidad de que exista una Bolsa de valores en ella.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades
N° 6

Gráfico 4.278 Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la B.V.G.

A: Total Estudiantes Universitarios



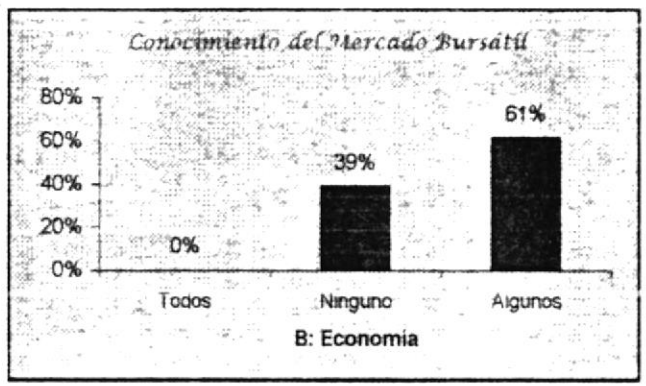
La mayoría de los estudiantes universitarios no conocen ningún producto de la B.V.G. Todos los productos y servicios de la B.V.G. no están dirigidos para este segmento, es decir las necesidades actuales de los estudiantes universitarios no requieren ciertos productos y servicios de la B.V.G. Lo ideal sería definir los segmentos claros a los que se dirigen estos productos y servicios y realizar las estrategias para que sean utilizados por los mercado específicos. Es necesario que este segmento vaya conociendo los productos para que cuando se presente la necesidad pueda recurrir a su uso.

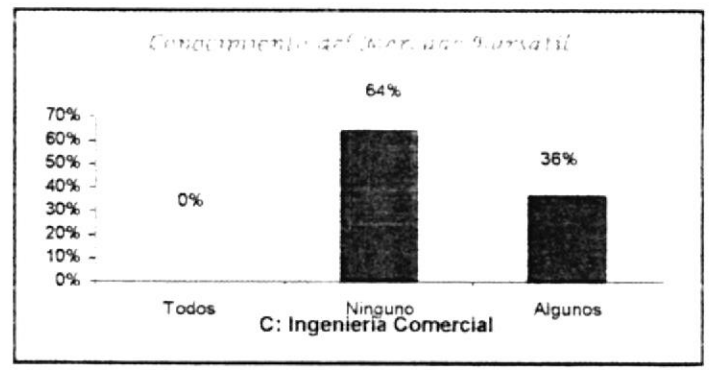
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

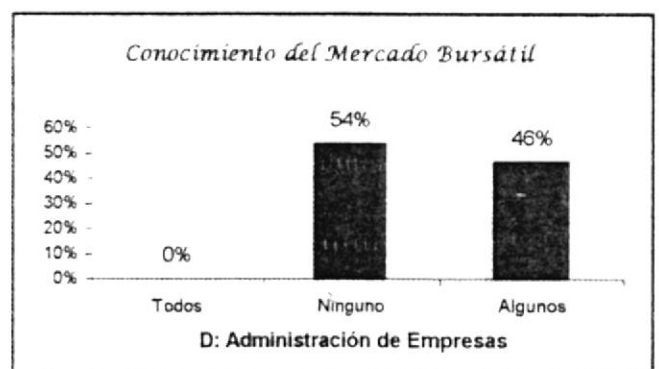
Público en General - Universidades
No. 7

Gráfico 4.278 Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la B.V.G.

Por Carreras:





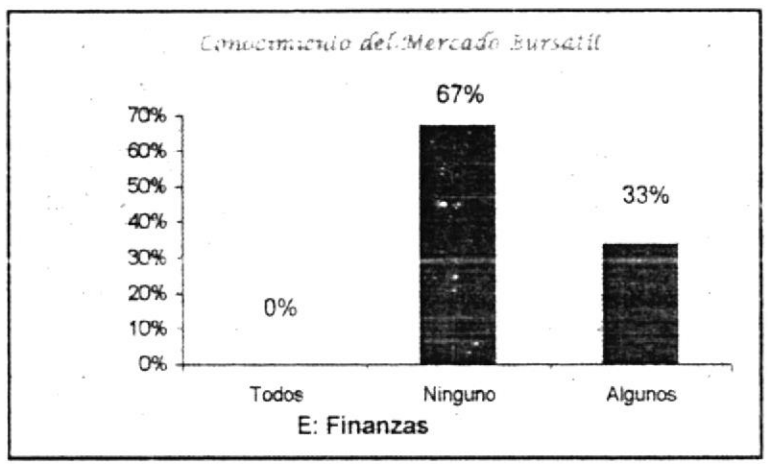


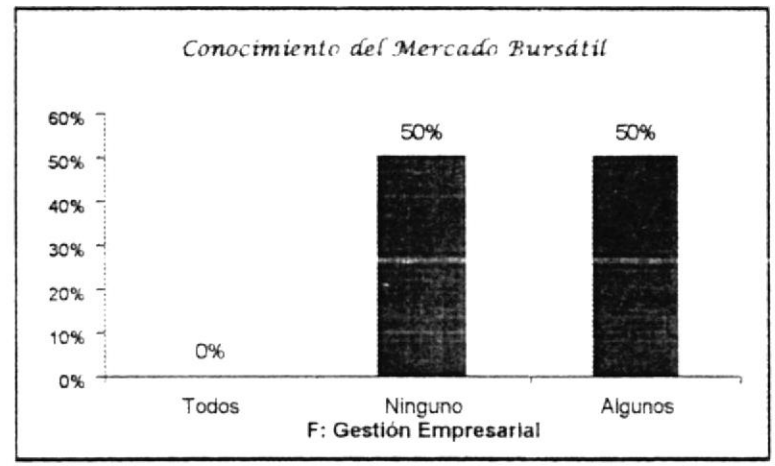
Público en General - Universidades
No. 7

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.278 Nivel de conocimiento de Productos y Servicios de la B.V.G.

Por Carreras:





Los estudiantes de economía son quienes dicen en su mayoría algún producto de la B.V.G., pues un 61% de los mismo nos dio esa respuesta. Mientras que el resto de los estudiantes tuvieron una respuesta negativa a la pregunta, pues la mayoría respondieron que no conocía ningún producto. Ningún grupo dijo conocer todos los productos y servicios

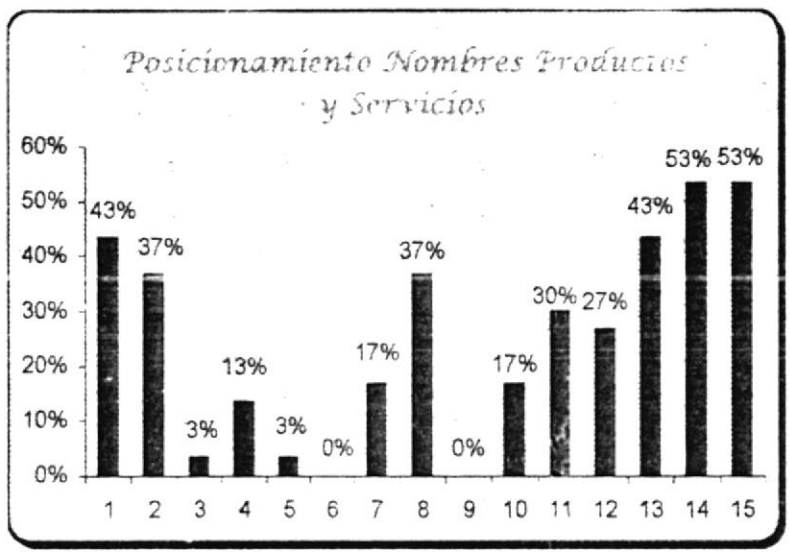
Público en General - Universidades

No. 7

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.279 Nivel de conocimiento de productos y servicios de la B.V.G.

A: Total Estudiantes Universitarios



1 : Rueda a viva voz
2: Rueda electronica
3: Compensacion de sald netos
4: Infobursatil
5: Modulo Valorizador
6: DECEVALI
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

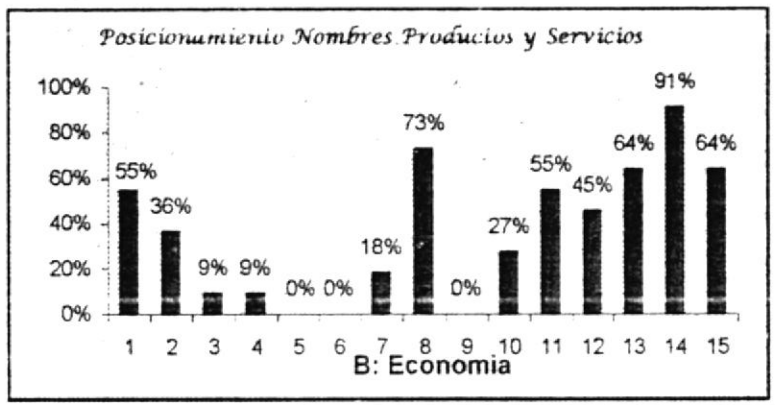
De aquellos estudiantes que dijeron conocer algún producto de la B.V.G., la mayoria tenia conocimiento de dos productos en particular, las conferencias y cursos de capacitación y la página web de la Bolsa de Valores de Guayaquil. La Guio didáctica del Mercado de Valores fue el otro producto más conocido, junto con la Rueda a Viva voz, seguido de el Informativo Al cierre y la Rueda electrónica, la cual conocen realmente únicamente por nombre. Hay productos y servicios que son desconocidos por todos los estudiantes como son DECEVALI y Transparencia.

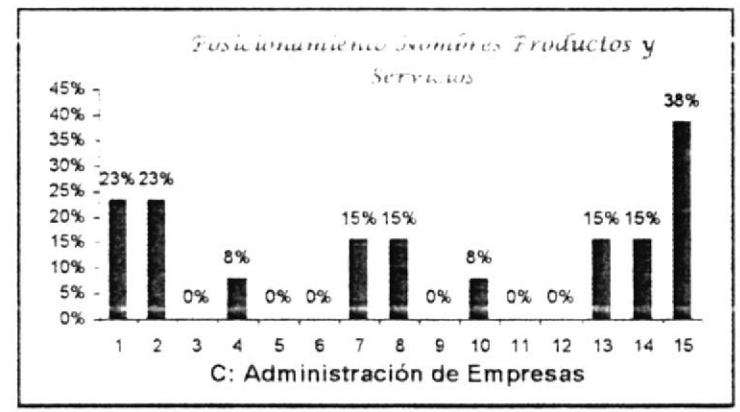
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

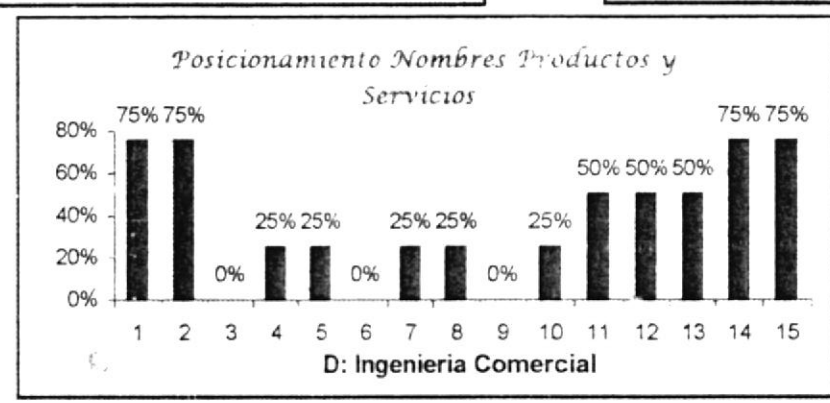
Público en General - Universidades
No. 8

Grafico 4.279 Nivel de conocimiento de productos y servicios de la B.V.G.

Por Carreras:





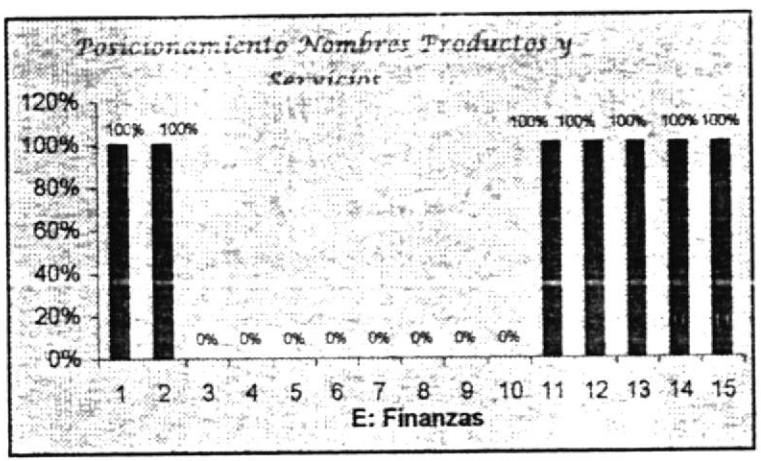


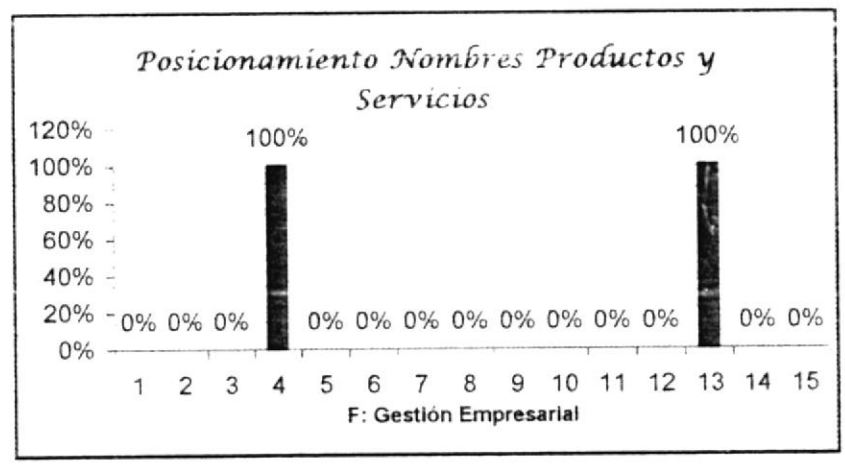
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades
No. 8

Gráfico 4.279 Nivel de conocimiento de productos y servicios de la B.V.G.

Por Carreras:



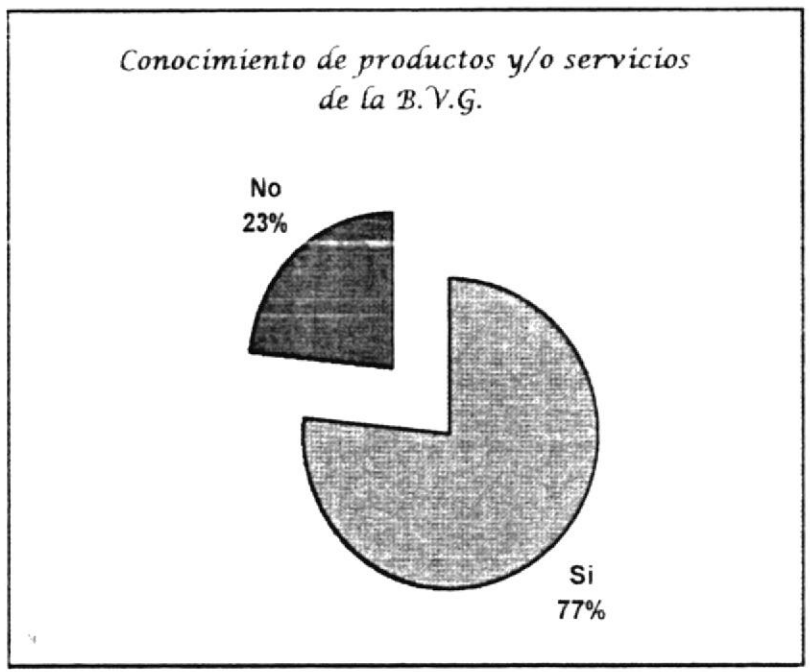


Los estudiantes de Gestión Empresarial solo conocen Infobursátil y la Guía didáctica del Mercado de Valores. Hay productos y servicio muy poco conocidos, por lo que hay que analizar cual es el segmento al cual apuntan cada uno de los productos como ya se mencionó anteriormente, y si los productos no conocidos no son realmente necesitados por este grupo estaría bien, solo se tendrían que definir acciones claras para darlas a conocer a tiempo, pero si no es así hay que tomar acciones correctivas. En los gráficos podrán observar los datos claros y podrán analizar cual grupo es al que quieren dirigir sus estrategias.

Fuente Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades
No. 8

Gráfico 4.280 Nivel de conocimiento de las características de los productos y servicios
A: Total Estudiantes Universitarios



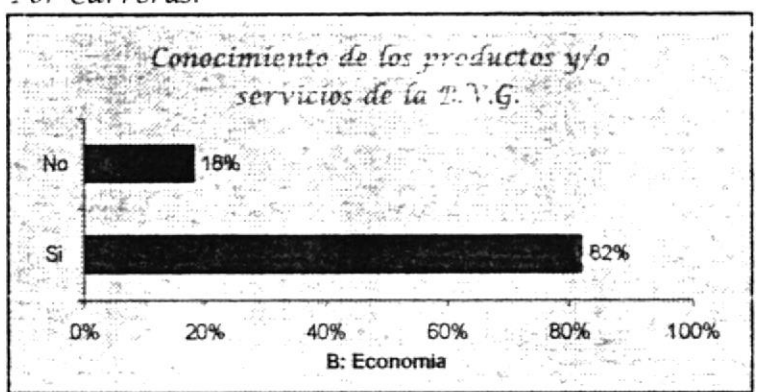
De los productos anteriormente mencionados, muchos de ellos son conocidos únicamente por nombre, por lo que es necesario definir si los conocen en realidad. De nada sirve si solo saben el nombre y no su uso, puesto que depende mucho de si conoce las características del producto para que en el momento dado sea utilizado, pero si no lo conocen van a optar por otros. De los encuestados que dijeron conocer algún producto, el 23% no conocía sus características, y el 77% restante sí. Este resultado puede asegurar que cuando el estudiante requiere de la información específica que brindan estos productos opten por su uso.

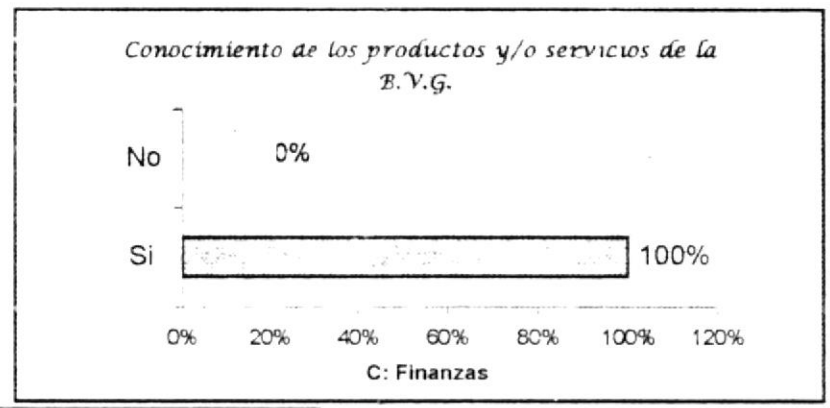
Público en General - Universidades
No. 9

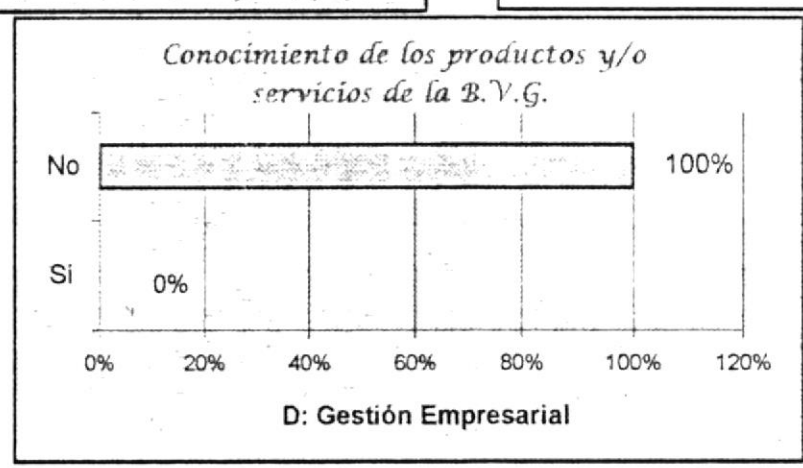
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Gráfico 4.280 Nivel de conocimiento de las características de los productos y servicios

Por Carreras:



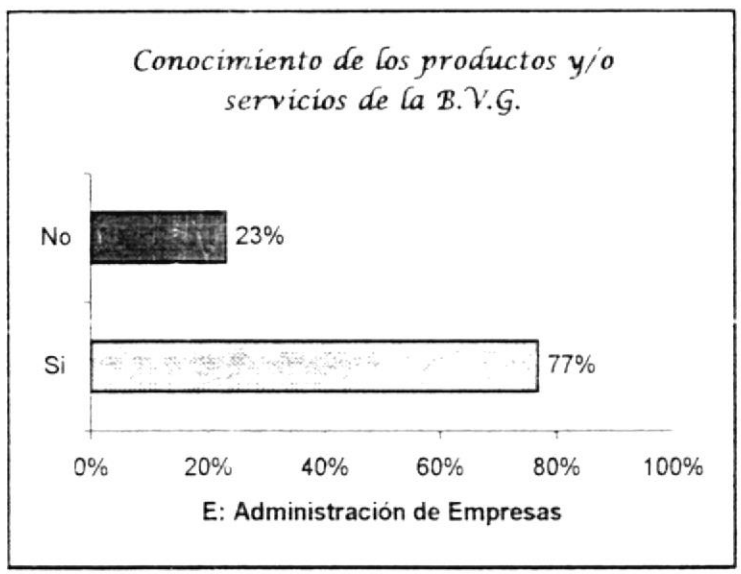


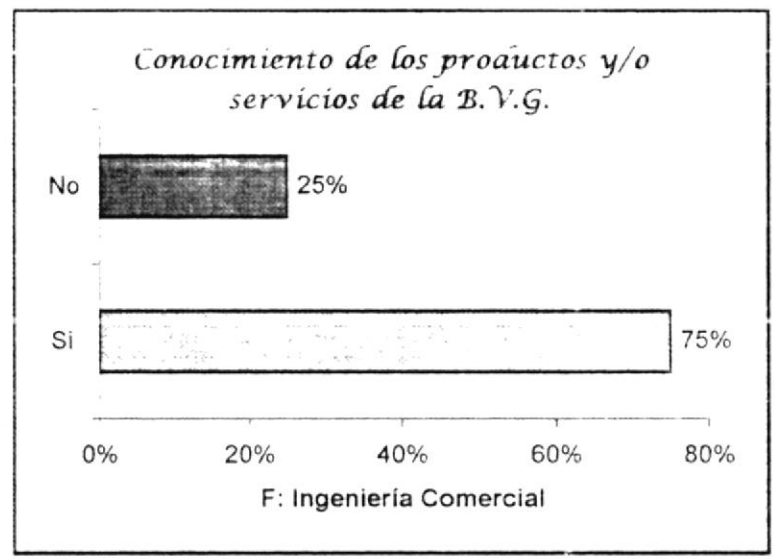


Fuente: Investigacion de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: L. Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades
No. 9

Gráfico 4.280 Nivel de conocimiento de las características de los productos y servicios





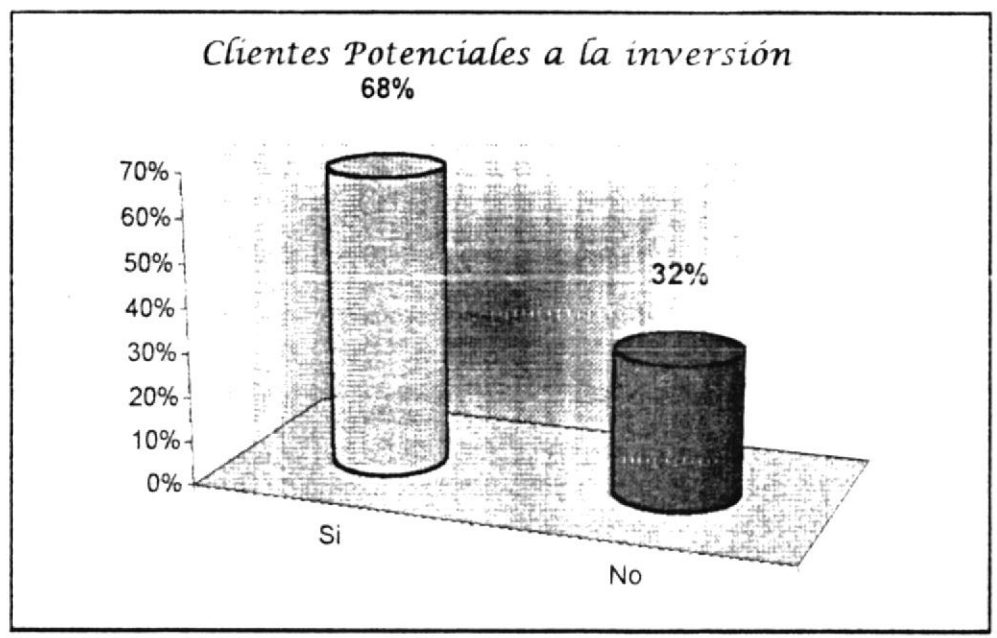
Los estudiantes de Gestión empresarial en su totalidad no conocian los productos y servicios de la B.V.G. Al contrario de los de Finanzas, quienes el 100% supieron cuáles eran las caracteristicas de los productos que ellos habian mencionado. Esta pregunta se debe analizar en conjunto con la anterior, pues muchas veces es más importante que conozcan las caracteristicas de los productos y servicios que pueden usar, a que conozcan de nombre a todos, o puede ser en viceversa de acuerdo a la estrategia definida por una institución

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G.
Elaborado por: L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades
No. 9

Gráfico 4.281 Clientes Potenciales a la Inversión

A: Total Estudiantes Universitarios



Aunque este segmento no es un inmediato cliente potencial para invertir a través de B.V.G., consideramos importante hacer esta pregunta, puesto que en un futuro serían los administradores de empresas, las que posiblemente podrían participar en Bolsa, y se puede tener una perspectiva de lo que puede suceder. 7 de cada diez estudiantes invertirían a través de B.V.G., y solo el 30% contestó que no lo haría.

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

Elaborado por: L.Cisneros

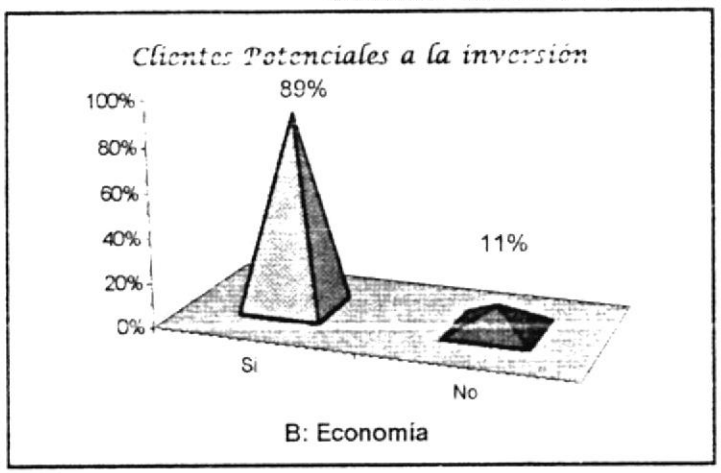
Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

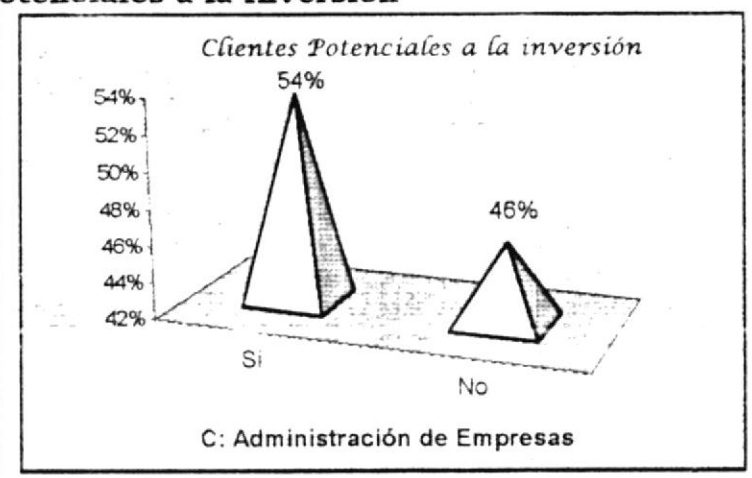
Público en General - Universidades

Nº 10

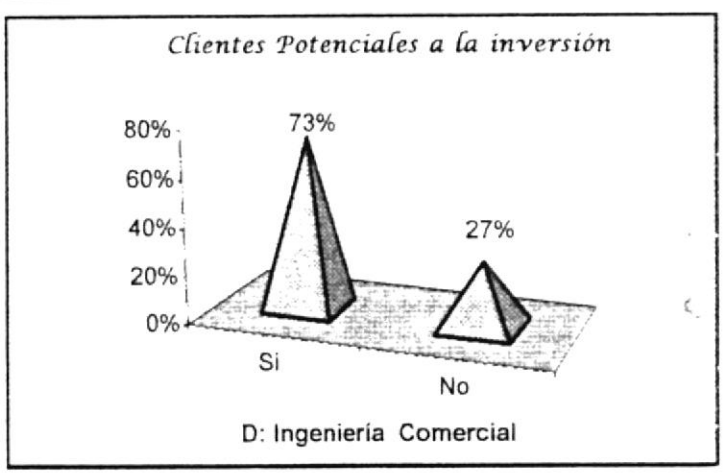
Gráfico 4.281 Clientes Potenciales a la Inversión



B: Economía



C: Administración de Empresas



D: Ingeniería Comercial

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

Elaborado por: L.Cisneros

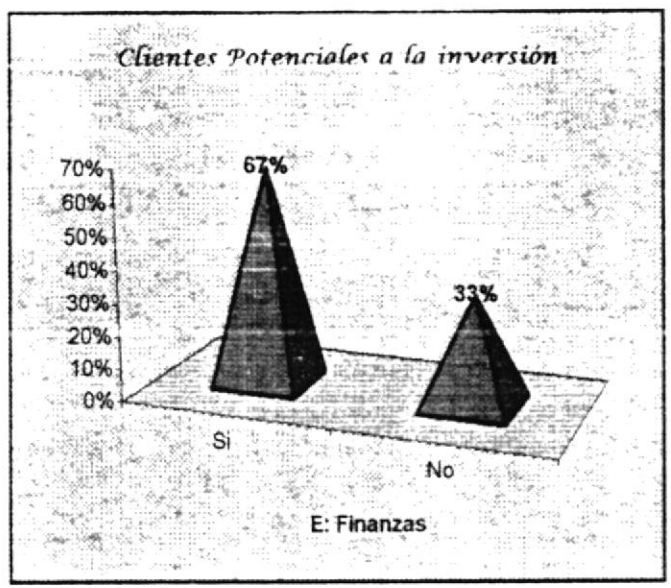
Fecha de Elaboración: Agosto 1999

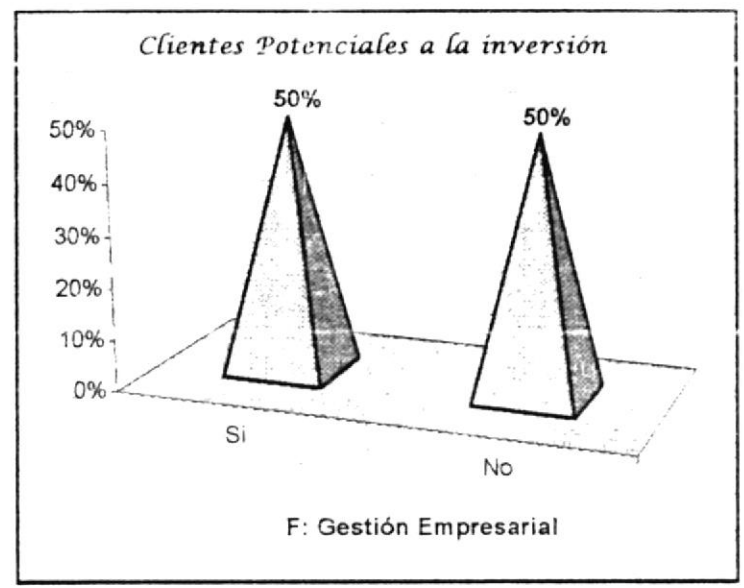
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades

Nº 10

Gráfico 4.281 Clientes Potenciales a la Inversión





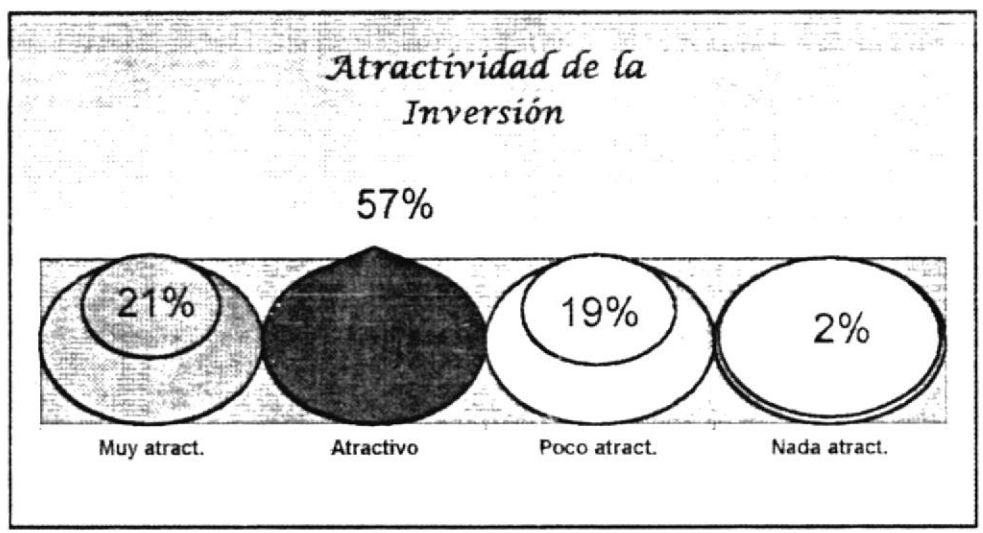
El segmento menos probable a la inversión fue Gestión Empresarial y Administración de Empresas con un 50% y un 46% respectivamente de probabilidad de no invertir a través de B.V.G. Si tuviera las

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades
N° 10

Gráfico 4.282 Nivel de Atractividad a la Inversión

A: Total Estudiantes Universitarios

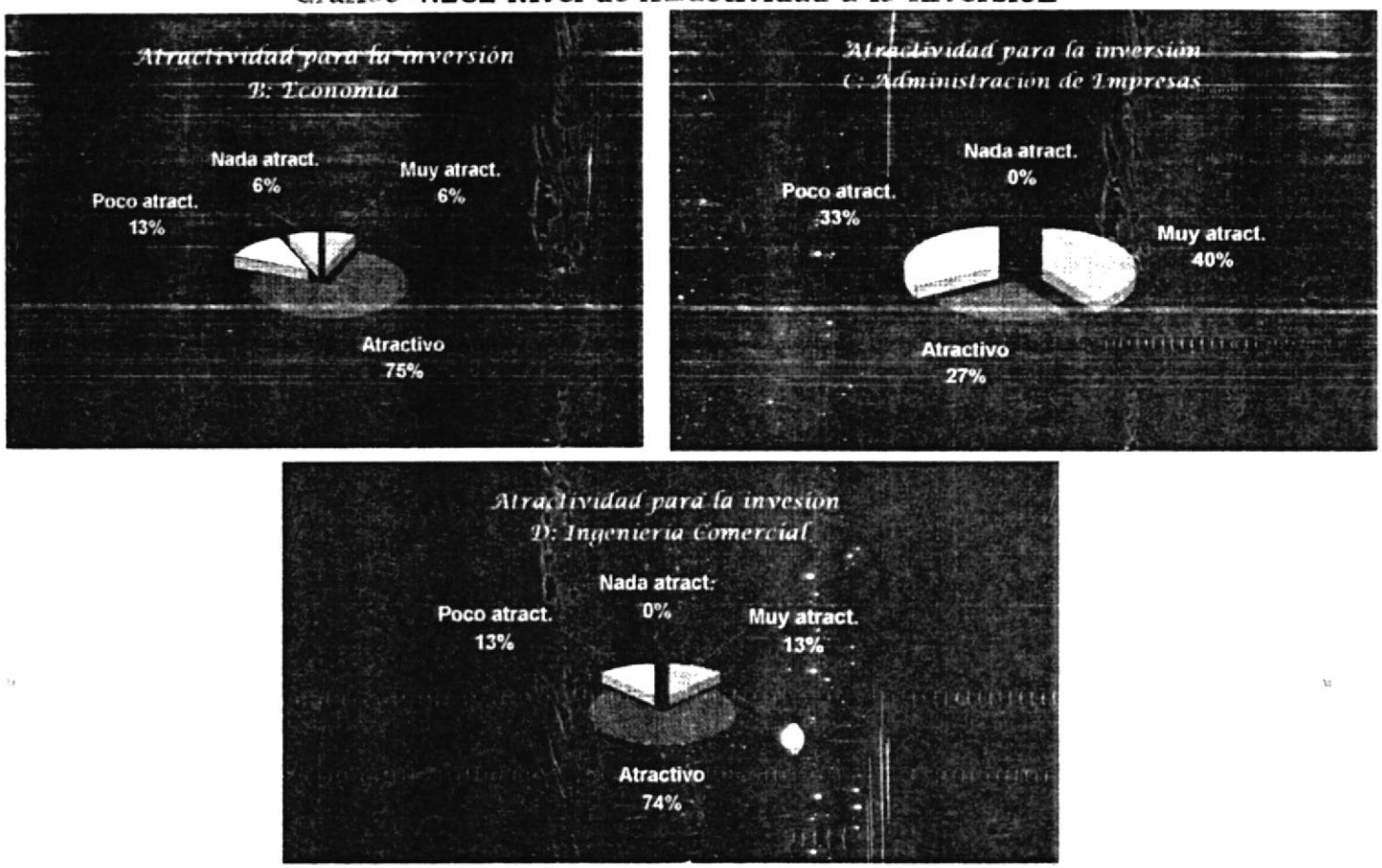


El indice de atractividad para la inversión en este segmento es de 6.87 que está dentro de la escala en un área de muy poca atractividad a la inversión. En los momentos actuales, la incertidumbre pone muy a la defensiva a los clientes y además de las pocas posibilidades de capital para inversión hace muy bajo este índice, y a pesar de que este segmento no es un inversor inmediato, refleja la realidad del país.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades
N° 11

Gráfico **4.282 Nivel de Atractividad a la Inversión**



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

Elaborado por: L.Cisneros

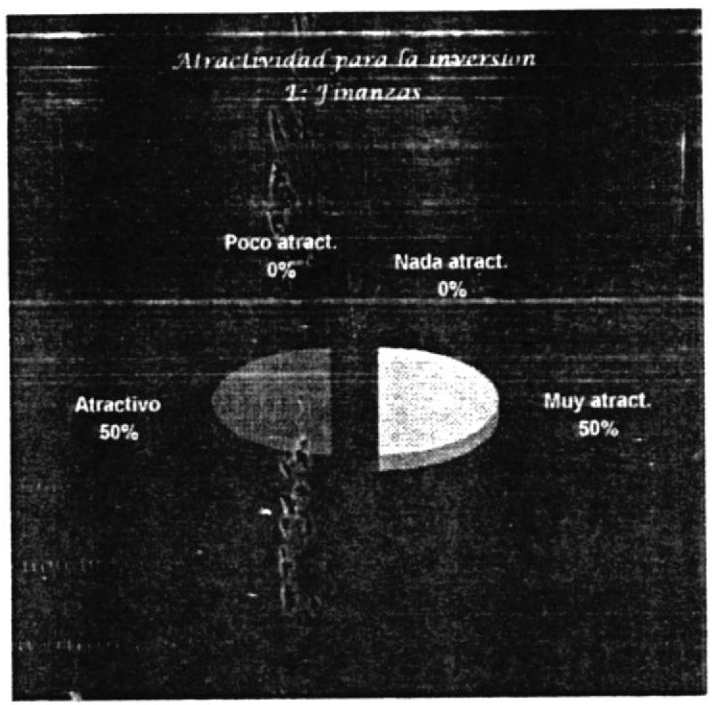
Fecha de Elaboración: Agosto 1999

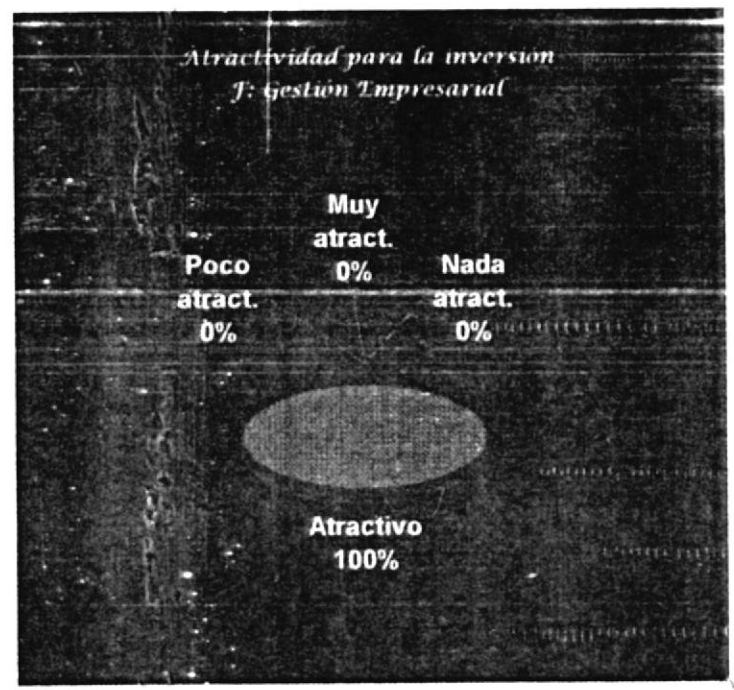
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades

N° 11

Gráfico 4.282 Nivel de Atractividad a la Inversión





Los índices de atractividad a la inversión en cada uno de estos segmentos es:

Economía	6,43
Gestión Empresarial	7
Administración de Empresas	7,21
Finanzas	8,5
Ingeniería Comercial	7

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

Elaborado por: L.Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades

N° 11

Análisis y Cuadro 4.279 Indices de Motivación para la Inversión

Atributos Importantes al Invertir a través de una Bolsa de Valores

Al definir los atributos que eran importantes para motivar a las personas a invertir a través de B.V.G., consideramos necesario hacer esta pregunta a el segmento de los estudiantes universitarios, puesto que se pueden fijar acciones para una difusión de una imágen y beneficios congruentes a lo que las personas están buscando. En este caso los atributos fueron calificados en el siguiente orden de importancia:

Atributos	Indice
Segura y solida	9,2
Rapidos y agiles	9,2
Rendimientos Altos	8,9
Sean amables	8,2
Costos Bajos	8
Servicios variados	8,1
Otra	1,3

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

Elaborado por: L.Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

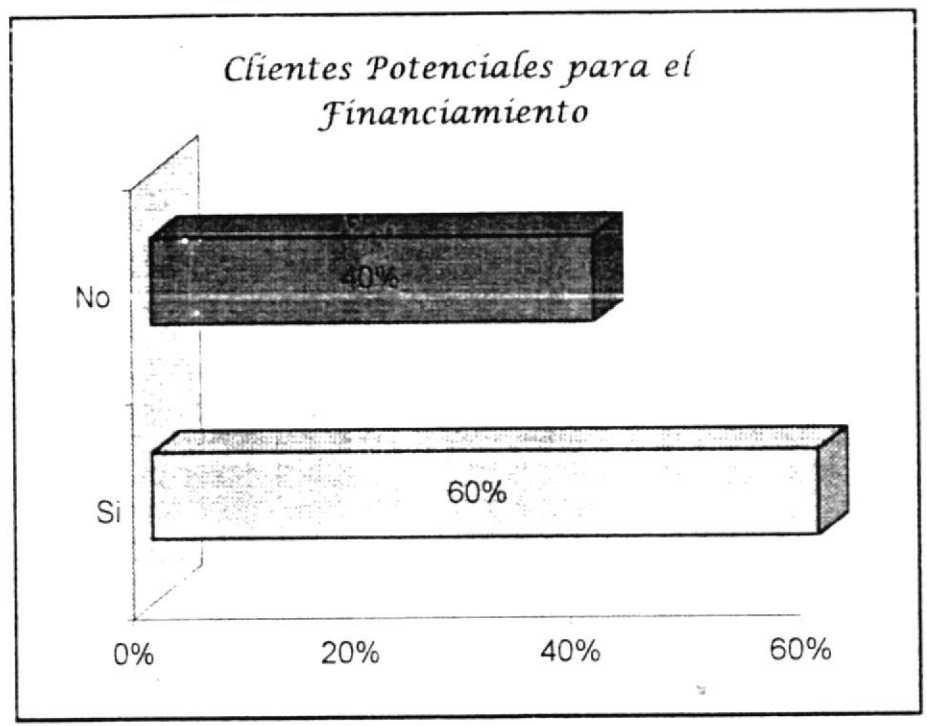
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades

Nº 12

Gráfico 4.284 Clientes Potenciales al Financiamiento

A: Total Estudiantes Universitarios



El 60% de los estudiantes universitarios se financiaria a través de B.V.G. cuando tenga la oportunidad de hacerlo y hallan las facilidades y el conocimiento necesario para realizarlo.

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

Elaborado por: L.Cisneros

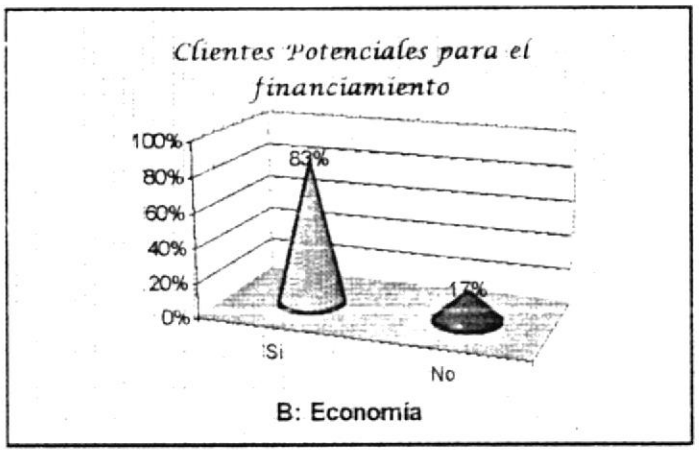
Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades

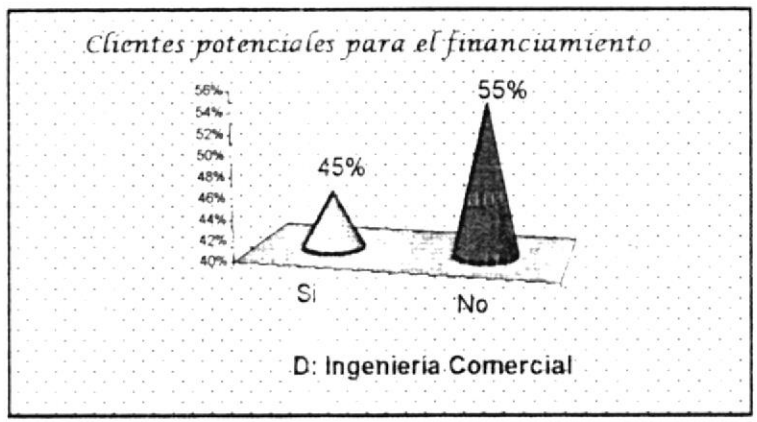
Nº 13

Gráfico 4.284 Clientes Potenciales al Financiamiento



B: Economía

C: Administración de Empresas



D: Ingenieria Comercial

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

Elaborado por: L.Cisneros

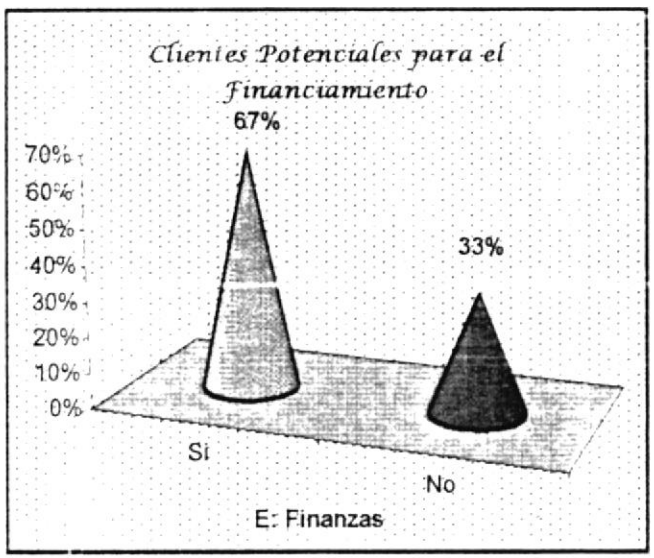
Fecha de Elaboración: Agosto 1999

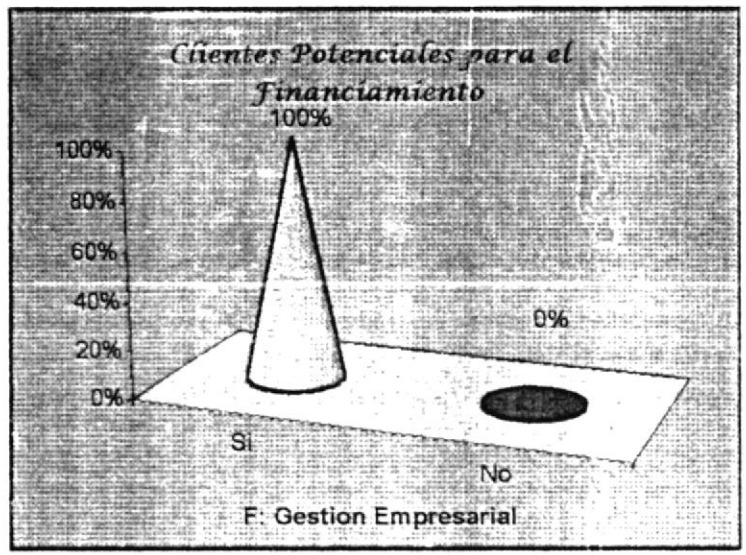
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades

N° 13

Gráfico 4.284 Clientes Potenciales al Financiamiento





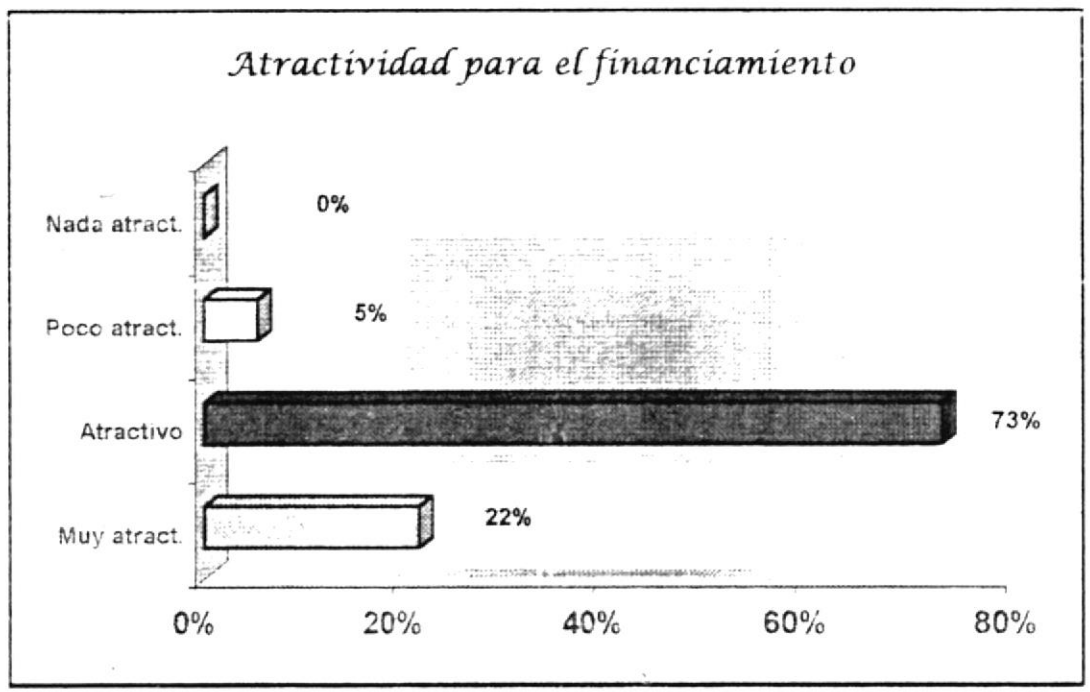
Nuevamente son los estudiantes de las carreras de Administración de Empresas y los de Ingeniería Comercial los que muestran su negativa a financiarse a través de los mecanismos utilizados por la Bolsa de Valores de Guayaquil. El 54% y 55% respectivamente no se financiarían a través de la B.V.G. Mientras el 8[illegible]% de los estudiantes de Economía optarían por un financiamiento a través de la B.V.G.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades
Nº 13

Gráfico 4.285 Nivel de Atractividad al Financiamiento

A: Total Estudiantes Universitarios



El nivel de atractividad para el financiamiento es 7,51 que ubica este índice en un nivel medio. Es decir que las posibilidades de financiamiento, que es lo que en la actualidad los negocios requieren es un poco mayor a la inversión, pero no es suficiente.

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

Elaborado por: L.Cisneros

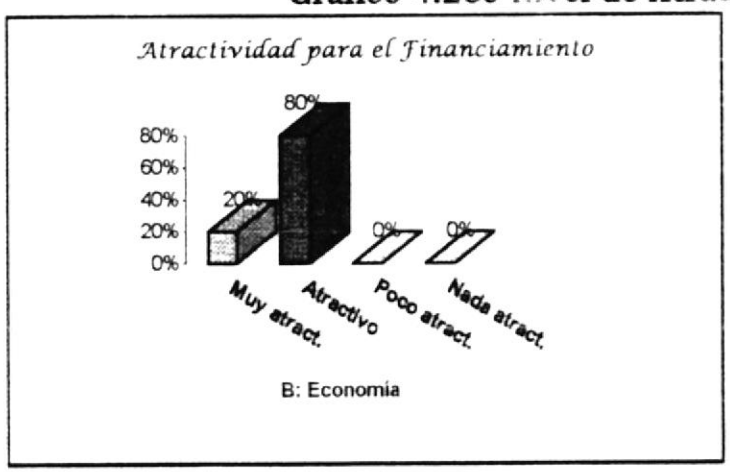
Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

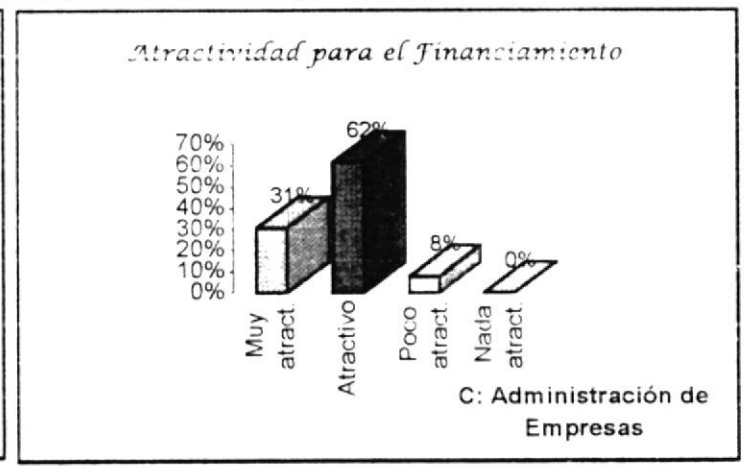
Público en General - Universidades

Nº 14

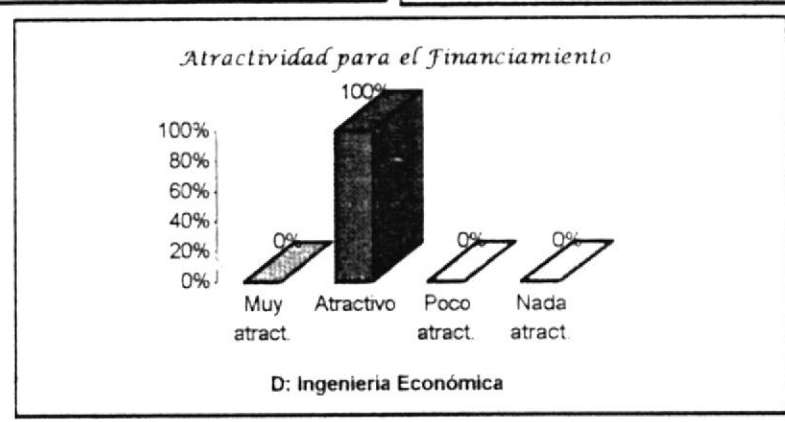
Gráfico 4.285 Nivel de Atractividad al Financiamiento



B: Economía



C: Administración de Empresas



D: Ingenieria Económica

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

Elaborado por: L.Cisneros

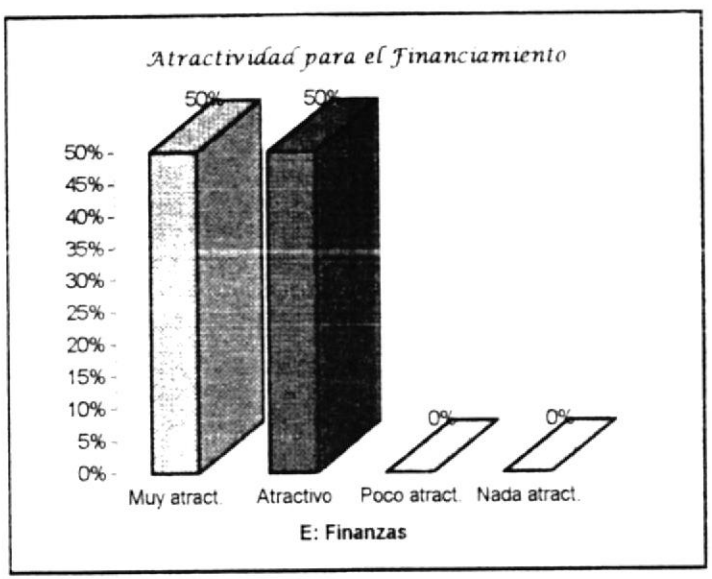
Fecha de Elaboración: Agosto 1999

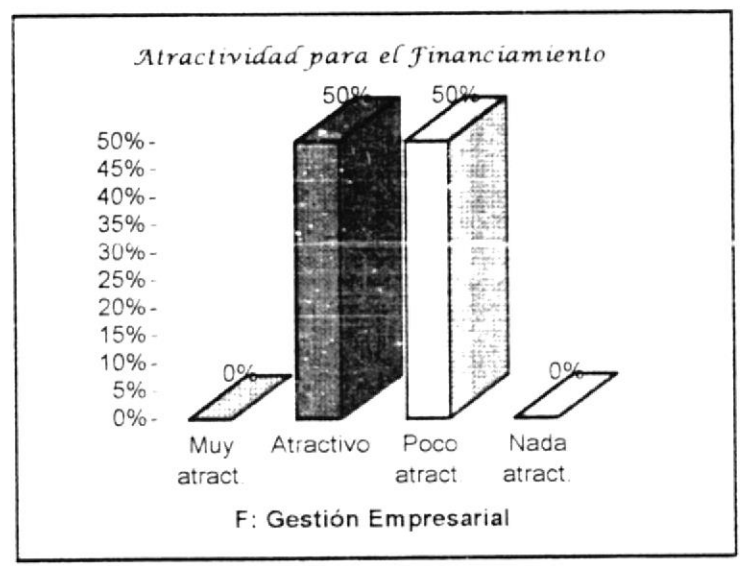
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades

N° 14

Gráfico 4.285 Nivel de Atractividad al Financiamiento





Los indices de atractividad a la inversión para cada uno de los segmentos son los siguientes:

Economia	7.6
Ingeniería Comercial	7.76
Administación de Empresas	7
Finanzas	8.5
Gestión Empresarial	5.5

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

Elaborado por: L.Cisneros

Fecha de Elaboración: Agosto 1999

Lugar: Guayaquil

BIBLIOTECA
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

Análisis y Cuadro 4.286 Indices de Motivación para el financiamiento

Atributos Importantes al Financiarse a través de una Bolsa de Valores

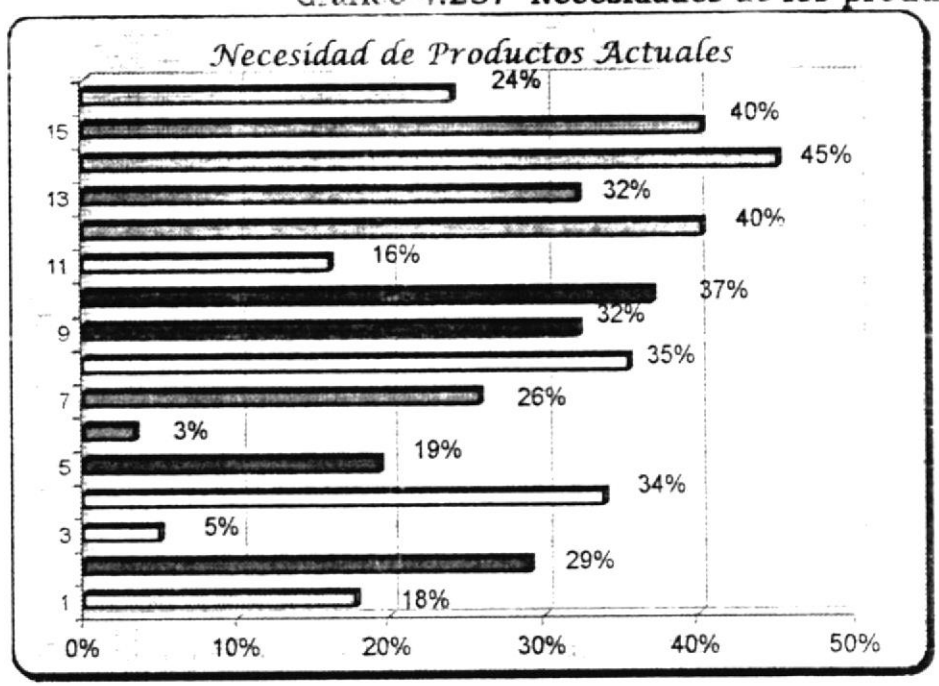
Al definir los atributos que eran importantes para motivar a las personas a financiarse a través de B.V.G.,podemos obtener en orden de importancia lo que esperan las personas de un servicio y luego evaluar como los estamos cumpliendo sea o no frente a la competencia. Servirá de guia para las estrategias a tomar. En este caso los atributos fueron calificados en el siguiente orden de importancia:

Atributos	Indice
Segura y solida	8,8
Rapidos y agiles	8,6
Captar inversión	8,3
Sean amables	8,1
Costos Bajos	8,1
Servicios variados	7,6
Otra	0,6

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades
N° 15

Gráfico 4.287 **Necesidades de los productos y servicios actuales**



Esta pregunta puede darnos un nivel de potencialidad de clientes bastante atractivo para los productos actuales que tiene la B.V.G. Muchos de estos no son muy conocidos por este sector pero luego de saber algo de ellos, dieron muestras de que podian utilizar los mismo para ciertas actividades que realizan. Entre los productos más solicitados tenemos: *Las conferencias y cursos de capacitación, pues se dieron cuenta de la necesidad de aprender a este respecto y de su falta de conocimiento. *Los materiales de consulta como la Página Web de la B.V.G. y el Diccionario Financiero y bursátil son otros de los productos más solicitados.
Entre los menos conocidos y posibles de ser utilizados por este sector, debido precisamente a que no está dirigido para su uso es el DECEVALE. En general la mayoria de productos que están dirigidos a este segmento han sido tomados en cuenta para su utilización, solo se necesita facilidad de acceso a ellos y mayor difusión.

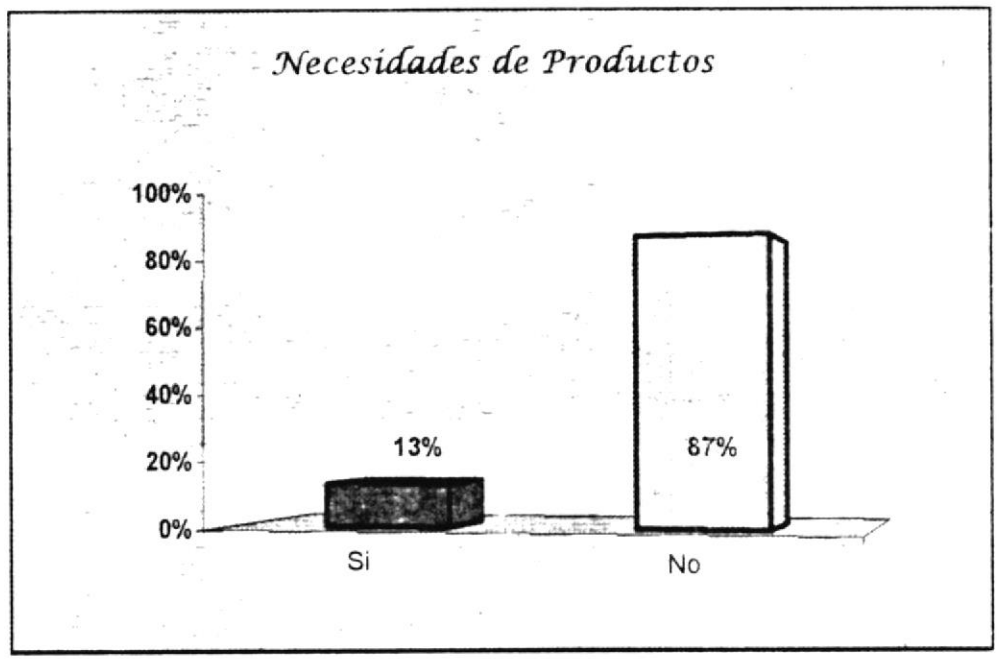
1. Rueda a viva voz
2. Rueda electrónica
3. Compensación de saldos netos
4. Infobursátil
5. Módulo Valorizador
6. DECEVALE
7. Reuters
8. Al Cierre
9. Transparencia
10. Capital
11. Manual de Renta Fija
12. Diccionario Financiero y bursátil
13. Guia Didáctica del Mercado de Valores
14. Conferencia y Cursos de Capacitacion
15. Internet

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades
No. 16

Gráfico 4.288 Necesidades de nuevos productos y servicios

A: Total Estudiantes Universitarios

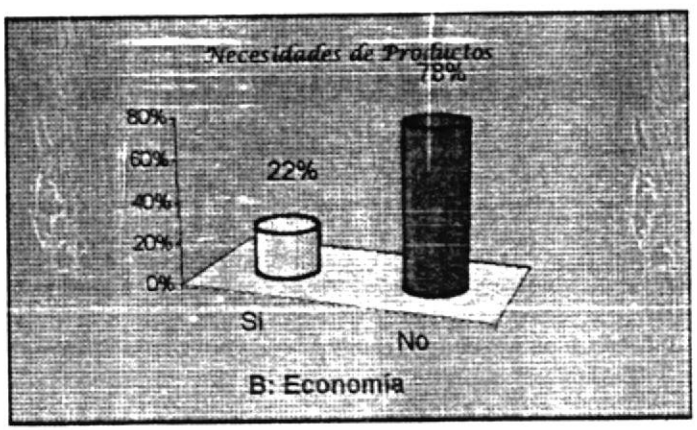


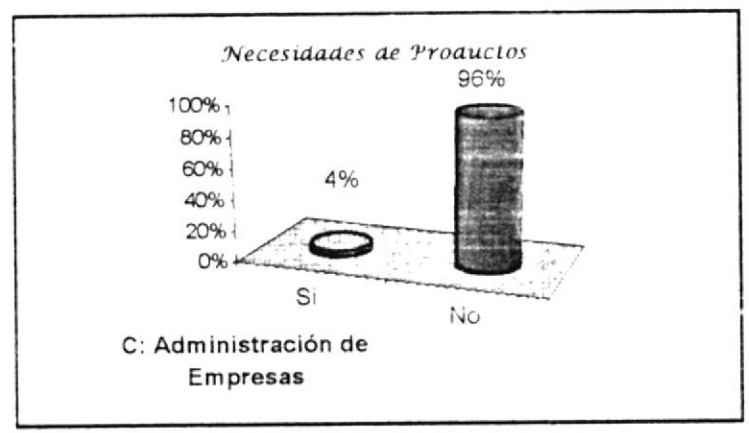
Las necesidades de nuevos productos en este segmento son muy bajas, solo un 13% de todos los estudiantes encuestados definieron una necesidad diferente a los productos que se tienen. Este resultado puede deberse básicamente al poco conocimiento del mercado o a que los productos actuales cubren sus necesidades (que son también bajas).

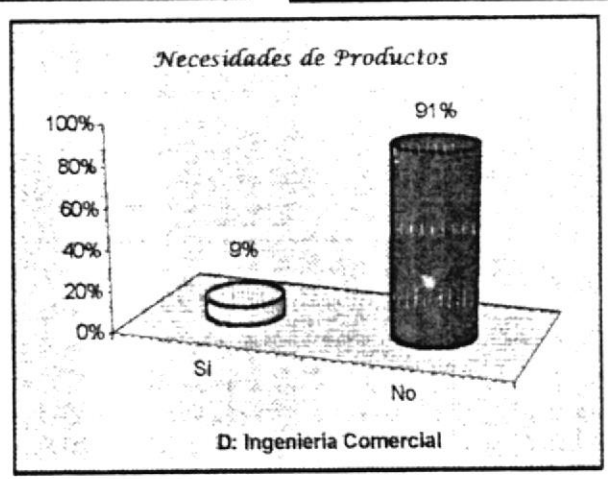
Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades
Nº 17

Gráfico 4.28 Necesidades de nuevos productos y servicios







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

Elaborado por: L.Cisneros

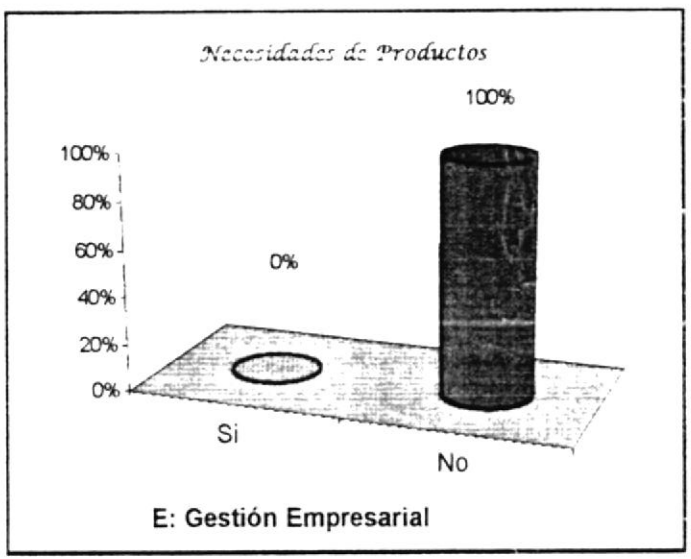
Fecha de Elaboración: Agosto 1999

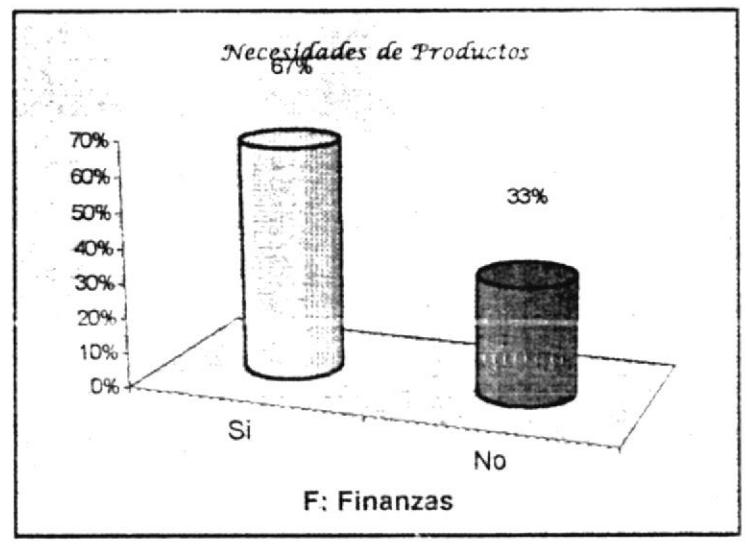
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades

Nº 17

Gráfico 4.288 Necesidades de nuevos productos y servicios





Las necesidades que mostró este grupo son:
*Mayor difusión en universidades
*Seguimiento a cursos y conferencias dictadas
*Programa definido para expandir mercado bursátil
Los estudiantes que mostraron un mayor interés en nuevos productos fueron los de las carreras de Finanzas con un 67% y Economía con un 22%. El resto manifestó sentirse satisfecho con lo que realiza la B.V.G. en productos y servicios, sobre todo tomando en cuenta que no tienen un mayor conocimiento de los beneficios que pueden obtener de la B.V.G.

Fuente: Investigación de mercado para la B.V.G
Elaborado por: L.Cisneros
Fecha de Elaboración: Agosto 1999
Lugar: Guayaquil

Público en General - Universidades
N° 17

4.3 HALLAZGOS CLAVES Y CONCLUSIONES

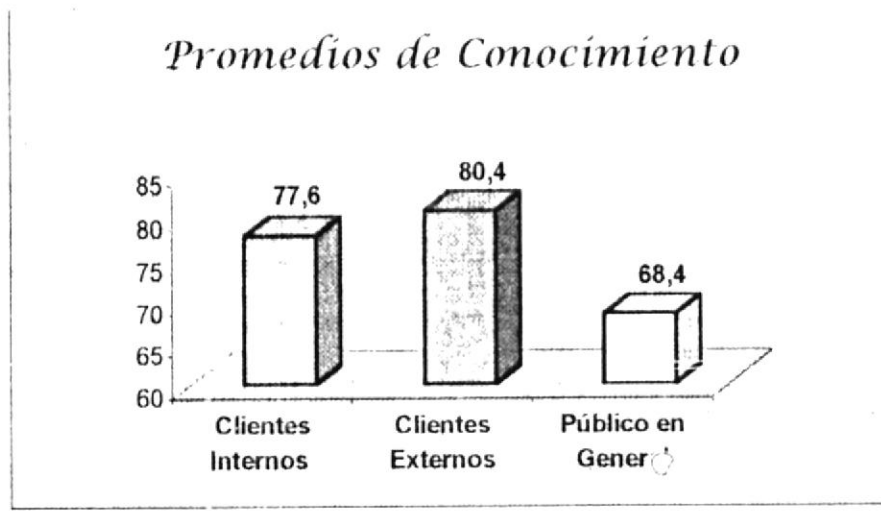


Gráfico 4.299
Fuente: Investigación de Mercado B.V.G.
Elaborado por: P.Barrera
Fecha de Elaboración: Octubre/99
Lugar: Guayaquil

- Como podemos observar en el gráfico 4.299, en el que se puede hallar los promedios de conocimiento del mercado bursátil en general de todos los segmentos a los que se dirigió la investigación, es preocupante que los Clientes Internos, tengan un promedio tan bajo, incluso menor a sus clientes externos, debido a que son ellos quienes en primera instancia tienen el contacto directo con el mercado, y se supone que manejan todos los términos del mismo, y por otra parte, son ellos los encargados de hacer la difusión de los conceptos y beneficios del Mercado Bursátil, actuando de manera directa en los

otros dos segmentos, para crear una cultura bursátil e incrementar el movimiento en Bolsa de Valores.

El promedio de conocimiento en los otros dos segmentos, no deja de ser preocupante, aunque en Clientes Externos, se observa un mayor porcentaje, el cual es bastante aceptable, es importante no descuidar el seguimiento, pero en Público en General, que serían los clientes potenciales de la Bolsa de Valores y en el cual fueron encuestadas personas preparadas, este nivel es bastante bajo, llegando apenas a un 68,4.

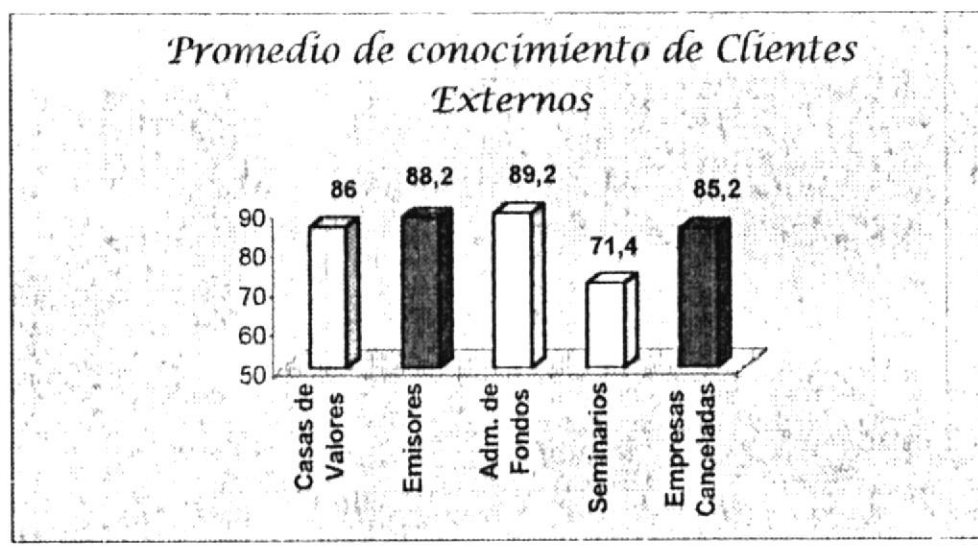


Gráfico 4.300
Fuente: Investigación de Mercado B.V.G.
Elaborado por: P.Barrera
Fecha de Elaboración: Octubre/99
Lugar: Guayaquil

- En general el nivel de conocimiento del mercado bursátil es bastante aceptable, como pudimos apreciar en los gráficos anteriores, pero es importante resaltar que los Emisores y Administradoras de Fondos mantienen un promedio mayor al de los otros segmentos. Los asistentes a seminarios presentan el promedio más bajo de conocimiento, a pesar de ser ellos quienes han recibido de manera directa estos conocimientos, lo cual indica que realmente es el trabajo diario con el mercado el que incide en los otros segmentos para su conocimiento, más que el trabajo de difusión realizado por la B.V.G.

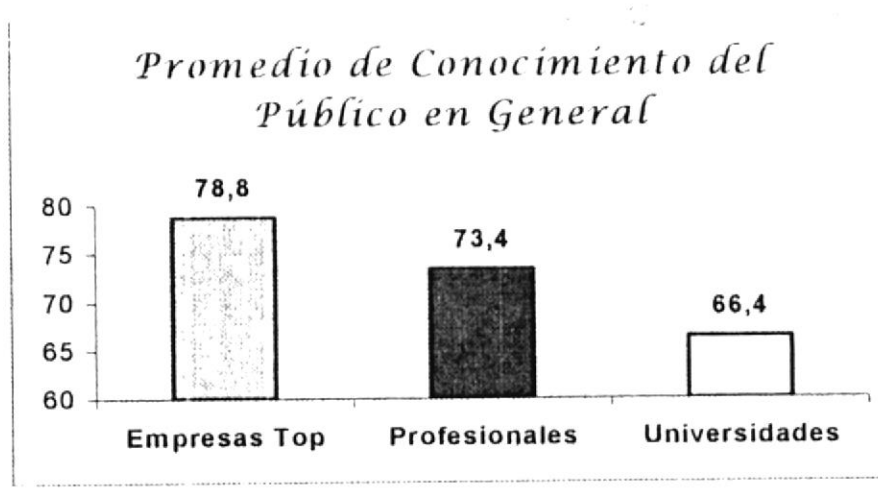


Gráfico 4.301
Fuente: Investigación de Mercado B.V.G.
Elaborado por: P.Barrera
Fecha de Elaboración: Octubre/99
Lugar: Guayaquil

- Como ya mencionamos anteriormente, el promedio de público en general es bajo, considerando que pueden o no haber tenido contacto con el mercado bursátil. Pero el promedio más preocupante es el de los estudiantes universitarios, pues son ellos quienes están preparándose para en corto plazo manejar las directrices de las empresas, y llegado el momento tomar la decisión de participar o no en Bolsa de Valores, por lo que si no se hace una buena difusión de la misma, se tendrán menores oportunidades de lograr su participación. Es preciso resaltar que en los Estudiantes de las Carreras de Administración de Empresas y afines, es en donde encontramos el menor porcentaje de conocimiento del tema, lamentablemente como ya dijimos, son estos quienes serán los futuros líderes empresariales.

- Referente al conocimiento de los clientes internos de los productos y servicios, la media se encuentra en 77%, lo que significa que solo 7 de 10 empleados de la B.V.G., conoce sus productos y servicios, lo cual significa que en los momentos de verdad, en los cuales existe un contacto directo entre el personal de la B.V.G. y algún cliente de la misma institución, 3 de cada 10 empleados no podrán dar la información correcta eliminando la posibilidad de mantener un cliente y lograr la creación de la cultura bursátil en el país, lo cual es

su objetivo. Los productos y servicios que más identifican los clientes internos son: en primer lugar a la Rueda a Viva Voz, Rueda Electrónica y Compensación de Saldos Netos con 94.5% promedio. Respecto a los boletines como Infobursátil y Transparencia con porcentajes más bajos como 42% y 45%, los clientes internos se centraron básicamente en 2 respuestas posibles, con lo cual podemos deducir que este bajo porcentaje se debió más al factor confusión que al factor desconocimiento.

- Es necesario señalar que todos los grupos de interés en general tienen un nivel de conocimiento de los productos y servicios bastante bajo, y en algunos casos hasta desconocen los nombres de los productos. Es bastante preocupante el hecho que las Casas de Valores, como clientes directos tengan niveles tan mínimos de conocimiento.

- A pesar de estar la Rueda a Viva Voz por más de un año sin utilización constante, podemos observar que en la investigación es uno de los productos más utilizados, lo cuál se debe a que el resto de los productos no han sido correctamente difundidos permitiéndole a la rueda a viva voz mantenerse como el producto tradicional de la

BVG. En orden de importancia para los clientes externos, los productos y servicios más utilizados han sido con 19% la Rueda Electrónica y Al Cierre, con 15% la Rueda a viva voz, con 12% el Capital.

- Aún afirmando que se utilizan pocos productos, los clientes no tienen un concepto claro de los que indican ser los productos que dicen utilizar. Así el 34% de los Clientes Externos no tienen una idea clara de las características de estos productos existentes.

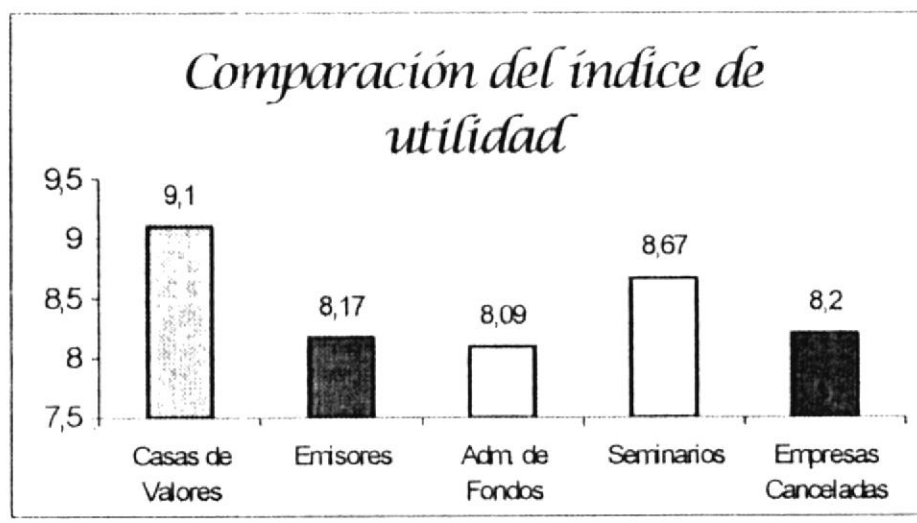
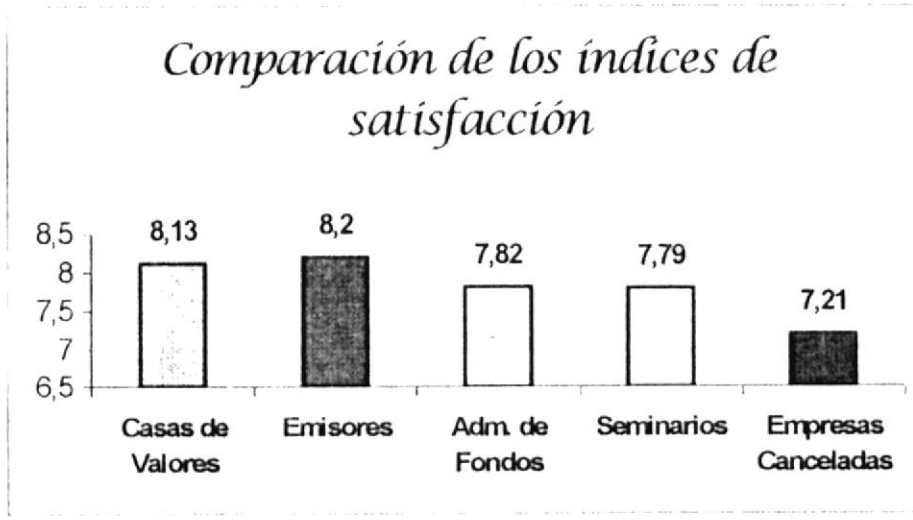


Gráfico 4.302
Fuente: Investigación de Mercado B.V.G.
Elaborado por: P.Barrera
Fecha de Elaboración: Octubre/99
Lugar: Guayaquil

- Entre los clientes externos, el segmento que percibe una mayor utilidad de los productos y servicios, son las Casas de Valores, que además mencionaron como productos más utilizados la Rueda a Viva voz y la Rueda electrónica, lo que justifica esta respuesta, puesto que ambos servicios son utilizados diariamente por la necesidad de



trabajo de las Casas de Valores, pues a través de ellos realizan la mayoría de sus transacciones. En general el índice de utilidad es bastante alto (8.2 en promedio), lo cual corrobora que los productos y servicios de la B.V.G. son necesitados por sus clientes.

Gráfico 4.303
Fuente: Investigación de Mercado B.V.G.
Elaborado por: P.Barrera
Fecha de Elaboración: Octubre/99
Lugar: Guayaquil

ESPOL
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
CIB - ESPOL

- Si bien es cierto los niveles de satisfacción son bajos (7.66%), el índice de utilidad es alto (8.2%), lo que se explica ya que aún cuando la utilidad de la información es notablemente alta, la satisfacción de los clientes no esta cubierta, pues no cumplen en totalidad sus expectativas, pudiendo explotar muchos aspectos no reforzados, tales como mantener un proceso de mejora continua en los productos y servicios ofrecidos, adaptándolos a las necesidades y requerimientos de los clientes.

- Las empresas canceladas muestran el índice más bajo de satisfacción, apenas un 7,21, lo que no nos permite afirmar, pero si sugerir, que una de las razones por las que dejaron de trabajar, pudiera ser la insatisfacción de los productos y servicios de la B.V.G., pues la misma información pudieran obtenerla en otras fuentes que les proporcionen mayor satisfacción.

- Las Administradoras de Fondos en particular, dijeron percibir una falta de transparencia, apertura y falta de control en las intermediaciones que se realizan en la B.V.G., lo que se ve reflejado en su índice de satisfacción.

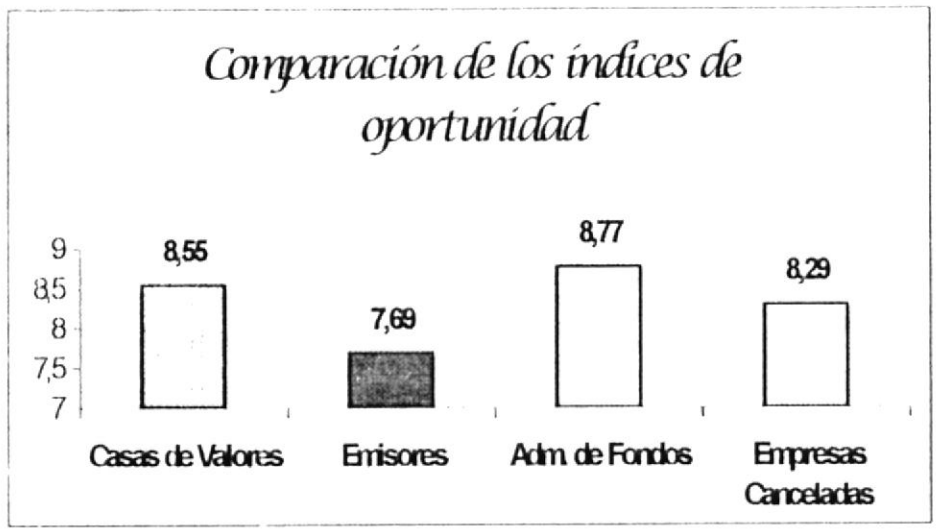


Gráfico 4.304
Fuente: Investigación de Mercado B.V.G.
Elaborado por: P.Barrera
Fecha de Elaboración: Octubre/99
Lugar: Guayaquil

- El Indice de oportunidad en Clientes Externos se encuentra en 8.14% y el índice en Emisores es aún más preocupante, ya que se ubica en 7.69% el cual según los estándares actuales de servicio es bastante bajo. Se hace necesario, poner mayor atención en el momento en el que los clientes requieren los productos y servicios, pues de ello depende mucho también su satisfacción, mucho más directamente con la institución, que con el producto en sí. Si un cliente realiza un requerimiento, es porque lo necesita, por lo tanto no se puede ofrecer el mismo cuando se pueda, si no cuando se lo requiera.

- El 93% de los clientes actuales de la B.V.G. seguirán trabajando con la Bolsa de Valores de Guayaquil, lo cual resulta bastante satisfactorio, pues la actual situación económica de nuestro país ha obligado a muchas de las empresas a cerrar sus puertas, mientras los clientes de la B.V.G. siguen viendo en ella una oportunidad para continuar su desarrollo económico.

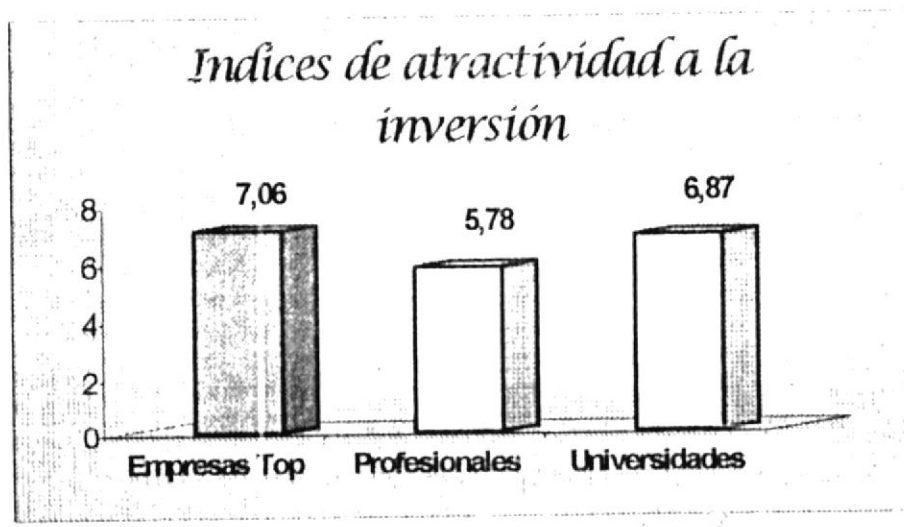


Gráfico 4.305
Fuente: Investigación de Mercado B.V.G.
Elaborado por: P.Barrera
Fecha de Elaboración: Octubre/99
Lugar: Guayaquil

- En cuanto al Publico en General, se midió también los clientes potenciales que podrían trabajar en un futuro con la B.V.G., tanto por el lado de la inversión como de financiamiento. El 73% del Público en General manifestó un interés por participar en la inversión a través

de la B.V.G. Así mismo, como podemos observar en el gráfico 4.305 y 4.306, se midió el nivel de atractividad a la inversión y al financiamiento. El nivel de atractividad a la inversión resultó en 0.61, lo cual refleja la incertidumbre económica actual, pues es un índice bastante bajo. Gran parte del público en general manifestó su interés de invertir a través de bolsa cuando la situación general del país se estabilice, pues hacerlo en estos momentos se convierte en un gran riesgo, temor que refleja además el poco trabajo de difusión de la B.V.G. en los actuales momentos, en los que podrían convertirse en la mejor alternativa del mercado. Esta situación se refleja en todos los segmentos como se puede observar en el gráfico anterior, por lo que se hace necesario un trabajo fuerte, tanto de la B.V.G., como de sus Casas de Valores y de todos los actores del mercado en general para dar a conocer los beneficios del Mercado Bursátil y atraerlos para convertirse también en actores del mercado bursátil.

- El Financiamiento a través de B.V.G. solo tuvo un 61% de interés por parte del Público en general. Su índice de atractividad fue menor aún que el índice de inversión, solo un 5.48.

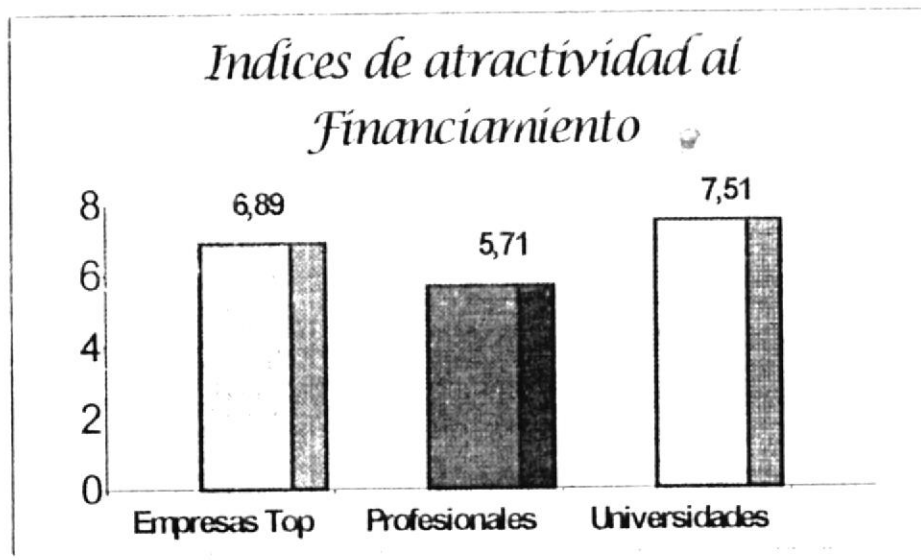


Gráfico 4.305
Fuente: Investigación de Mercado B.V.G.
Elaborado por: P.Barrera
Fecha de Elaboración: Octubre/99
Lugar: Guayaquil

- Como ya mencionamos anteriormente el índice de atractividad al financiamiento es realmente bajo, y como podemos observar en este gráfico, donde se muestran todos los segmentos con su respectivo índice, son los profesionales quienes nuevamente poseen el índice más bajo, lo que refleja que no tienen mayor interés respecto al tema, pues no tienen una empresa a la cual dirigir y por la cual analizar posibilidades de trabajo, tal como sucede con los ejecutivos de las empresas que manejan esta información, y obviamente porque no se ha realizado un trabajo de concientización y difusión del mercado

institución. Los costos son hasta cierto punto indiferentes en ambos casos, pero la importancia que se da al beneficio de orden financiero, representado en la inversión con rendimientos altos, y en el financiamiento con oportunidad de captar inversión difiere mucho, así que se deben plantear estrategias específicas para cada caso. Estos datos servirán para definir la matriz de importancia-resultado, en la cual se califica periódicamente, el cumplimiento de estas expectativas planteadas, medidas desde el punto de vista del cliente.

- En orden de importancia los productos y servicios que podrían ser útiles para el público en general son con un 27% las Conferencias y Cursos de Capacitación y con un 12% la Guía Didáctica y el Internet.

- Cuando cuestionamos a los diferentes segmentos, con respecto a las necesidades no cubiertas por los productos y servicios de la B.V.G., la mayoría de éstas ya existen en la B.V.G., sin embargo no son conocidas pues no se ha realizado una venta y seguimiento personalizado para dar a conocerlas. Las necesidades diferentes a los que la BVG ofrece más nombradas son:
  - Información sobre oportunidades en el extranjero (contactos, convenios, facilidades, etc.)

bursátil, presentando sus opciones y beneficios. La situación del país vuelve a influir en las respuestas a esta pregunta.

Cuadro 4.300 Atributos que motivan a la inversión y al Financiamiento

INVERSION	FINANCIAMIENTO
Seguridad y solidez 7.03	Seguridad y solidez 6.91
Rapidez y agilidad 6.88	Rapidez y agilidad 6.56
Rendimientos altos 6.47	Servicios variados 6.32
Costos bajos 6.33	Costos bajos 6.31
Amabilidad 5.94	Oportunidad altas de captar inversión 6.26
Servicios variados 5.81	Amabilidad 6.06
Otros 1.06	Otros 0.68

- Con el fin de mejorar el proceso de venta de los productos y servicios de la B.V.G., para incorporar clientes que inviertan o se financien a través de esta institución, se definió las motivaciones que llevarían a una persona a trabajar con la B.V.G. tanto en la inversión como en el financiamiento, las cuales pueden observarse en orden de importancia en el cuadro 4.300. Para ambas opciones, las personas buscan la Seguridad y solidez, y la rapidez y agilidad de una

- Seguimiento y actualización para los operadores
- Análisis del entorno por sectores específicos, tales como: Sector financiero, industrial, etc.
- Imprimir liquidaciones de Bolsa desde la Oficina
- Mayor información acerca del mercado extranjero no solo indices sino también información especifica de los emisores, mostrando otras oportunidades de inversión. De igual manera la promoción en el extranjero de los emisores nacionales.
- Informe de portafolios de fondos y montos de papeles negociables mensuales y por empresas
- Informar adjudicaciones, subastas, informes financieros de bancos, tasas de activos y pasivos
- Futuros de títulos y divisas
- Facilidad de financiamiento cualquier negocio
- Facilidad para negociación entre empresas sin negociar títulos valores
- Promover la apertura de capitales
- Informe diario oferta y demanda del mercado
- Mayor información del movimiento en bolsa
- Difusión de los productos

- Actualizar capital
- Ayuda para negociar los CDR
- Papeles de corto plazo
- Generar a través de colaterales
- Realizar folletos educativos más didácticos y con mayor especificación que los actuales.
- Necesitan un sistema de información gerencial estandarizado
- Información actual vía monitores con acceso a los ejecutivos de las empresas.
- Flexibilidad en horario.
- Agilizar los procesos de negociación en la Bolsa.
- Cambiar imagen, entrar más en el medio.
- Sea más asequible al público en general.
- Mayor difusión en universidades
- Seguimiento a cursos y conferencias dictadas
- Programa definido para expandir mercado bursátil

V PLAN DE MARKETING

Basado en el análisis realizado a través de todo el proyecto en el que se estudio la situación del mercado actual, la situación de la B.V.G. en su entorno, la competencia, necesidades de los segmentos, la atractividad el mercado y de sus productos entre otros temas, se procederá a realizar el Plan de Marketing, el mismo que está conformado por el Plan Estratégico y Operacional.

En el Plan Estratégico se definen las metas a cumplir; las ventajas competitivas de la Bolsa y sus productos para trabajar sobre ellas; las principales debilidades; además se define el mercado objetivo actual, sus necesidades, etc.

En el Plan Operacional 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.

5.1 PLAN ESTRATÉGICO

5.1.1 Objetivos del Marketing

Luego de realizar el análisis respectivo de los índices de satisfacción y aceptación de los productos y servicios de la B.V.G. a través de la investigación de mercado, y de realizar un completo análisis situacional, definiendo la importancia de cada segmento para la institución y de la incidencia de la situación del país en la economía de la B.V.G., se hace necesario plantear objetivos de las acciones a tomar en materia de Marketing, que ayudará a la consecución de los objetivos operativos y financieros de la institución y que permitirá hacer un análisis posterior de las metas alcanzadas con este esfuerzo de Marketing, los cuales son:

Aumentar en un 10% el promedio de conocimiento del Mercad Bursátil y de la institución en todos los segmentos: Clientes Internos Clientes Externos y Público en General.

Alcanzar indices de satisfacción y oportunidad de los productos servicios de la B.V.G. mayores a 9.

Aumentar el uso de la Rueda a Viva voz y Rueda Electrónica en un 10%.

Incrementar el número de emisores de otras ciudades en un 15%.

5.1.2 Ventajas Competitivas de la Bolsa y de sus Productos

La principal Ventaja Competitiva de la Bolsa de Valores de Guayaquil y de sus productos y servicios se encuentra en la variedad de los mismos.

Se define esta variedad como una ventaja competitiva puesto que es la tecnología de la B.V.G. la que ha permitido el diseño de los productos y

servicios que ofrece la institución, tangibilizando esta fortaleza. Además la capacidad de reacción de sus ejecutivos, que ha convertido a la B.V.G. en una entidad innovadora, ha colaborado en esta variedad, pues cada uno de los productos y servicios de la B.V.G. satisfacen diversas necesidades del mercado, llegando a ser en estos momentos la mejor alternativa de inversión y financiamiento, pues ofrecen otras oportunidades, no encontradas en la devastada banca nacional.

5.1.3 Principales Debilidades

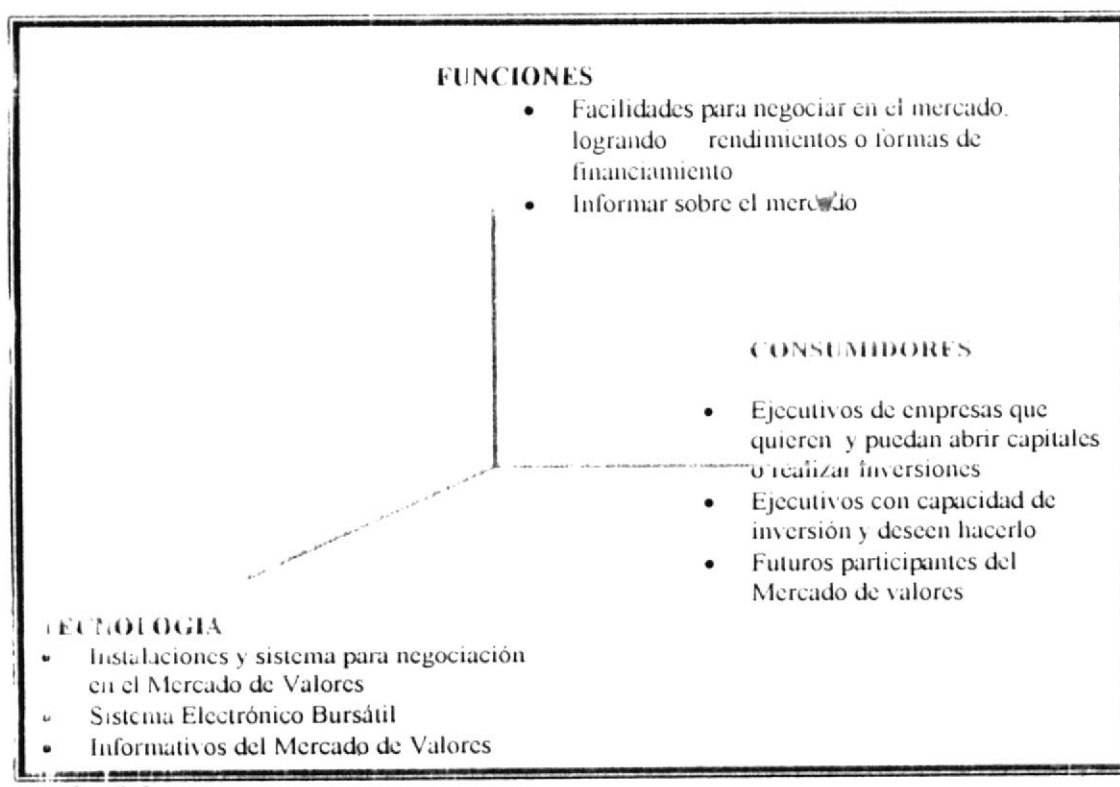
La principal debilidad de la Bolsa de Valores de Guayaquil, es la falta de congruencia de acciones para difundir la Cultura Bursátil en el país e incrementar consecuentemente el movimiento de transacciones a través de bolsa.

A ello se debe en gran parte el poco conocimiento de los productos y servicios de la B.V.G., pues su falta de difusión conlleva a su poca utilización.

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
1958
GUAYAQUIL
BIBLIOTECA

5.1.4 Mercado Objetivo Actual

La potencialidad de clientes fue medida a través de la investigación de mercado, la cual reflejó cuales podían ser los productos y servicios más utilizados si fueran mayormente difundidos, así como los posibles interesados en participar en Bolsa. A continuación se presenta la macro segmentación del mercado de la Bolsa. obtenido en base a las matrices iniciales de análisis (matriz de decisión de compra y de implicación), así como las encuestas realizadas.



Cuadro5.1
Elaborado por: L.Cisneros
Fecha: Noviembre/99

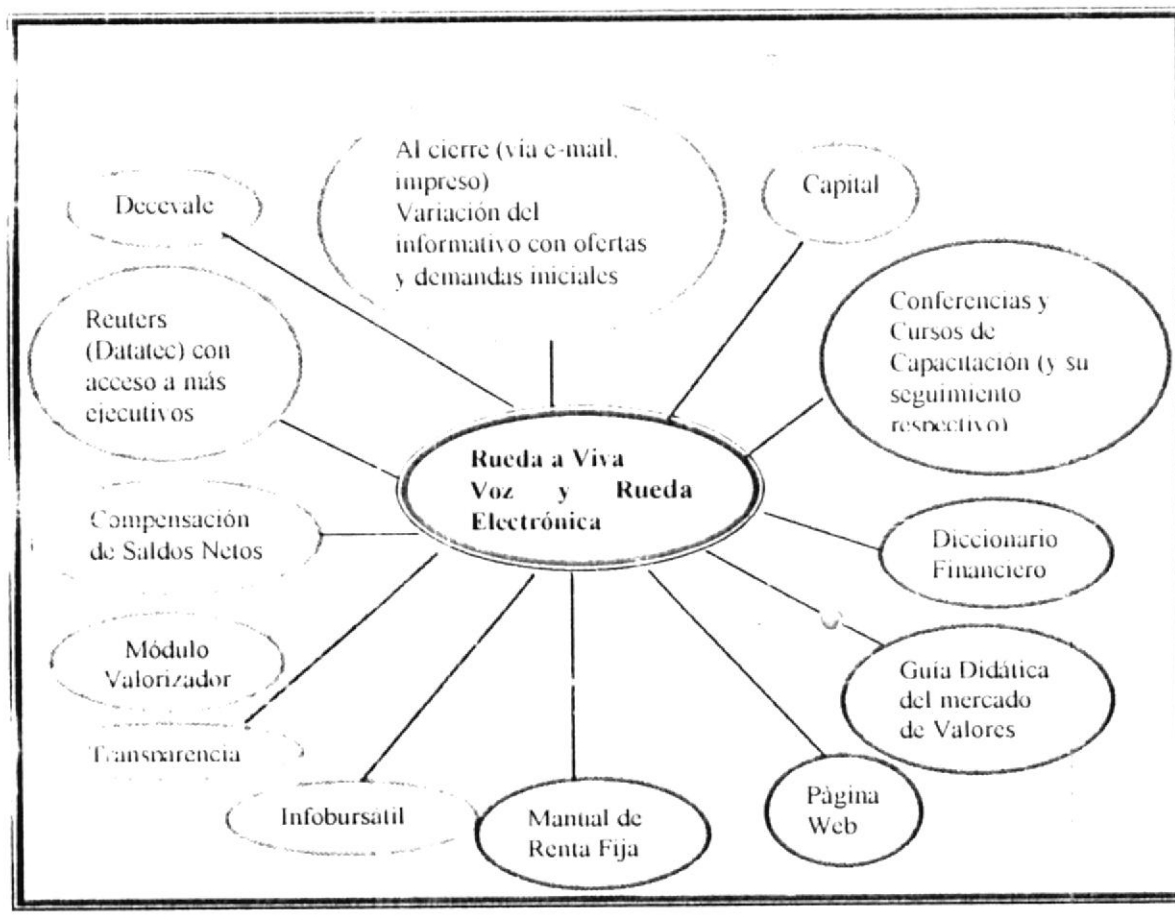
Como se puede ver en el cuadro, la tecnología básica de la Bolsa de Valores de Guayaquil, es proveer de las instalaciones y mecanismos necesarios para que se negocie en el Mercado de Valores, generando para sus participantes beneficios económicos, además del continuo trabajo informativo que debe cumplir para facilitar el desenvolvimiento de las negociaciones.

Sus consumidores actuales serían entonces aquellos ejecutivos de empresas que estén en capacidad de invertir o abrir capitales, y quieran hacerlo, así como profesionales que quieran participar en el mercado que tengan una capacidad de inversión que supere al menos los USD$2.500. Otro grupo lo constituyen las personas que en un futuro pueden formar parte de la B.V.G., para los cuales se debe dirigir principalmente la información.

5.1.5 Posicionamiento

El posicionamiento de la Bolsa de Valores de Guayaquil es la de una entidad bursátil que provee todas las facilidades, tanto tecnológicas como informativas para la negociación en el Mercado de Valores, en un marco de seguridad y confianza.

5.1.6 Desarrollo de productos



Cuadro5.2
Elaborado por: L.Cisneros
Fecha: Noviembre/99

Marco Azul: Educativos
Marco Verde: Informativos, transaccionales

Como se puede observar en el cuadro anterior, el producto principal de la Bolsa de Valores, y el que genera mayores ganancias a la misma es la Rueda a Viva Voz y la Rueda Electrónica. El movimiento que se genera

ESPOL
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
CIB - ESPOL

en ellas, es lo que se llama transacciones bursátiles, y son el resultado del interés de los ejecutivos de las empresas para invertir a través de Bolsa o abrir sus capitales para financiarse, los cuales toman la decisión luego de haberse informado, analizado y comprendido sus ventajas. Si esta decisión fuera tomada por la mayoría de los ejecutivos, entonces se convierte en Cultura Bursátil, que es el objetivo de la Bolsa.

De acuerdo a este análisis, los otros productos y servicios de la Bolsa, sirven para crear la Cultura Bursátil en primera instancia, y luego mantenerla, a través del mejor servicio que se pueda brindar, siendo por lo tanto Valores Agregados para los clientes. La función principal de una Bolsa de Valores es proveer de un lugar para que se lleve a cabo las negociaciones, y lo demás que pueda ofrecer, servirá para que sus clientes tomen la decisión de utilizar una u otra instalación para realizar estas negociaciones. En este caso, la Bolsa de Valores de Guayaquil, tiene productos complementarios, que es necesario distinguirlos al menos en dos grupos:

1. Los productos y servicios que servirán para la formación de una cultura bursátil y la continua capacitación para mantenerla y seguir desarrollándola.

2. Los productos y servicios que servirán para brindar un servicio post-venta, facilitando en gran parte la toma de decisión en las negociaciones y las transacciones en sí.

Los primeros productos pueden ser utilizados por todos los segmentos, es decir, por aquellos que recién están informándose del Mercado Bursátil (Público en General), y por quienes trabajan diariamente en este mercado, principalmente como material de consulta (Clientes internos y externos).

Los segundos productos están dirigidos básicamente a quienes ya trabajan en el Mercado, pues como ya mencionamos, son informativos y transaccionales.

Los productos informativos, deben principalmente reflejar la situación actual del país, no solo general, sino que pueda facilitar información de los diferentes sectores económicos, además de estar disponibles cuando se requieran, facilitando incluso su consulta a través del internet o alguna otra red. Además debe contener opciones internacionales, puesto que sobre todo en la situación actual del país, los inversionistas están interesados en conocer opciones externas, hasta que se estabilice

nuestra economía, tomando en cuenta además que nuestro país tiene que comenzar a figurar internacionalmente en este campo, y la Bolsa de Valores de Guayaquil tiene las posibilidades de hacerlos pues cuenta con convenios firmados con otras Bolsas Internacionales, como la de Lima.

Por otra parte los productos y servicios educativos, deben ser actualizados constantemente, y dados a conocer a todos los segmentos de interés posibles, incluso en otros mercados geográficos que están sin explotar y que necesitan esta información, formando así un conocimiento no solo local (Guayaquil), sino nacional que es lo primordial. Es importante recalcar el seguimiento que se debe mantener en estos conocimientos, puesto que para logra el impacto que se busca, que es el que la persona se familiarice con el Mercado Bursátil, se hace necesario un programa completo anual.

5.1.7 Estrategia

La estrategia a emplear para conseguir los objetivos planteados será una estrategia de penetración, es decir, desarrollar las ventas de los productos actuales de la B.V.G. en sus mercados actuales.

La primera estrategia a desarrollar en el marco definido anteriormente será el desarrollar la demanda primaria, lo que quiere decir que se aumente el uso de los productos y servicios actuales de la B.V.G. aumentando consecuentemente la cuota de mercado. Esto se logrará mejorando los productos actuales, reposicionando la imagen de la institución, y aumentando la distribución y la promoción a través de publicidad en la que se destaque las ventajas, para así defender la posición de mercado frente a la competencia.

Además se debe organizar el mercado, tratando de realizar acciones específicas para el sector frente a las autoridades, tales como la aprobación o puesta en ejecución de la democratización de capitales en la privatización, la modernización del IESS.

5.2 PLAN OPERACIONAL

5.2.1.Cliente

Como se ha establecido la BVG considera como clientes a los siguientes grupos: Clientes Internos, Clientes Externos y Público en General.

Para los clientes internos existen opciones claras para mejorar al menos uno de los momentos de verdad del Ciclo de Servicio, este tiene que ver con la información y ayuda brindada a todos los que requieran de los productos y servicios de la BVG. Se recomienda instruir a todo el personal acerca de los productos y servicios que ellos ofrecen para que tengan la capacidad de que cualquier empleado pueda brindar la atención adecuada, esto se hará mediante un Programa de Inducción el cual en grupos de máximo 20 personas, teniendo representación de cada departamento, se realice un seminario-taller en donde de una manera muy participativa los empleados conozcan los productos y servicios (características, beneficios, atributos, falencias, etc).

Una vez finalizado este programa de inducción es importante que se realicen cursos de actualización, los cuales pueden ser realizados semestralmente, debido a la necesidad de conocimiento de nuevos productos creados por la institución.

Para incrementar el conocimiento de los clientes externos se implementará el Programa INFOMAIL (Información vía mail), el cual consiste en paquetes de información que serán distribuidos semanalmente en todas las direcciones a las personas que tengan

contacto con la BVG tales como Operadores de Casas de Valores, Directivos de empresas Emisoras, Administradoras de Fondos y Empresas Canceladas. De esta manera la comunicación será compacta, completa, didáctica, llamativa y personalizada. Semanalmente se escogerá un producto o servicio para difundir, el cual por ejemplo se llamará dentro del Programa la semana del Infobursátil, en donde se enviará por e-mail, las respectivas comunicaciones que informen y atraigan a estas personas hacia el producto.

Se enseñará el manejo de la información y los beneficios que pueden obtener de cada uno de los productos y servicios de la B.V.G. para incentivar a su utilización, lo cual se puede hacer a través de:

- Conferencias y cursos dirigidos a Casas de Valores, Emisores, Gerentes Financieros (personas definidas como mercado objetivo) explicando las características y maneras de trabajar con él. Se puede agregar valor a los cursos incluyendo cada producto como herramienta de ayuda y haciendo un seguimiento a la información antes proporcionada, mejorando el índice bajo de conocimiento del mercado, para la toma de decisiones y que estas sean los temas de los seminarios.

Por otro lado para los Asistentes a Seminarios se recomienda realizar un seguimiento a largo plazo, es decir que se realice bases de datos con los nombres, direcciones, e-mail, etc, con miras a que ellos puedan participar en futuros cursos de actualización que les permitan profundizar sus conocimientos y a la vez crear una cultura bursátil.

Debido a que dentro del análisis de atractividad a la inversión y al financiamiento las empresas Top mostraron una mayor disposición a trabajar a través de la BVG, se implementará el Programa VD (Visita Directa), con el fin de buscar un mayor acercamiento de ellas con la BVG.

La BVG debe fomentar el acercamiento con sus Clientes, tanto actuales como potenciales, invitando a los directivos para que conozcan el proceso de negociación en Bolsa de manera que esto genere la confianza y apertura para entablar relaciones ó haya una mejor predisposición de los actuales clientes.

5.2.2.Comunicación

Dentro del Análisis realizado sobre la Satisfacción que tienen los asistentes a Seminarios, se puede observar que es baja, para contrarrestar esto se debe mejorar la calidad de los mismos, manteniendo una interacción mucho mayor con los seminaristas, de manera que se pueda conocer las necesidades y buscar las herramientas necesarias para satisfacerlos según sea el caso.

Para el Público en General se deben dirigir las charlas y conferencias a aquellas personas que tendrán incidencia directa en el futuro comercial y empresarial de la ciudad, tales como estudiantes universitarios de carreras Económicas y Administrativas, con lo que se obtendría un mejor nivel de conocimiento de estos segmentos.

Las revistas y periódicos financieros se convierten en un medio de investigación y consulta de gran importancia en la época de estudio llegando a convertirse en una necesidad su utilización en el futuro. Por ello la B.V.G. debe buscar mayores espacios de difusión en estos segmentos, no solo como proveedor de información tales como índices y montos negociados, sino también como editorialistas, pues cuentan con

personal capaz de hacerlo, con lo que ayudarían a asentar su imagen y la de sus funcionarios, mejorando sus niveles de confianza.

La Bolsa de Valores de Guayaquil debería aprovechar de mejor manera la publicidad no pagada que le ofrecen los medios de comunicación y los clientes de la misma. De esta manera se puede difundir con mayor eficiencia la imagen de desean proyectar, haciendo énfasis en los premios otorgados y convenios que se han realizado.

5.2.3.Costo

Para la realización de los programas a desarrollarse en el presente Plan Operacional se tendrán los siguientes costos:

- Programa de Inducción .- Los clientes internos incurrirán en costos tales como la incomodidad de asistir un día más al trabajo para acudir al programa. Sin embargo el beneficio recibido por su asistencia será de mucha ayuda tanto para la institución como para él, incrementando su potencialidad en el trabajo. Para la realización del programa se incurrirán en gastos de alimentación y logística.

- Programa INFOMAIL (Información Vía Mail) .- Los clientes externos no incurrirán en costo alguno. La Bolsa de Valores incurrirá en gastos de Diseño del Bosquejo de la Información a enviar.

- Programa VD (Venta Directa).- Las Casas de Valores, Administradoras de Fondos, Empresas Canceladas y Top no incurrirán en costo alguno. La BVG incurrirá en gastos de movilización y logística los cuales forman parte del presupuesto establecido para el departamento de comercialización.

5.2.4.Conveniencia

Dentro de los clientes externos específicamente a las Casas de Valores, empresas Emisoras y Administradoras de Fondos, se aconseja implementar el Plan VD (Visita Directa), en donde personalmente se les expondrá los beneficios de invertir o financiarse a través de la BVG.

Se recomienda establecer un mayor contacto directo con otros mercados tales como Cuenca, brindándoles una mayor apertura hacia la B.V.G. Entre los productos y servicios que más se utilizan en Cuenca fueron

nombradas las Capacitaciones, pero por el contrario, fue precisamente este segmento los que tuvieron el menor porcentaje de conocimiento del mercado bursátil, así que sería una buena oportunidad de ampliar mercado y generar una cultura bursátil en el país el realizar cursos en otras ciudades.

La BVG debe presentarse como una opción atractiva para las empresas Top que requieren de opciones para diversificar sus capitales en estos momentos de crisis, en donde esta puede ser una de las opciones para impulsar su empresa o en algunos casos salvarla.

BIBLIOGRAFÍA

1. BOLSA DE VALORES DE GUAYAQUIL. *Diccionario de Economía y Finanzas*, Ecuador, 1998
2. BOLSA DE VALORES DE GUAYAQUIL. *Folleto Promocional B.V.G.*, Ecuador, 1998
3. BOLSA DE VALORES DE GUAYAQUIL. *Guía didáctica del mercado de valores*, Ecuador, 1998 pags. 11, 12, 14
4. BOLSA DE VALORES DE GUAYAQUIL. *Informe de Financiero B.V.G.*, Basado en los Estados Financieros Oficiales mensuales entregados a la Superintendencia de Compañías, Ecuador, Junio 1999
5. KOTLER, Phillip. *Dirección de Mercadotécnia* , Prentice Hall, Octava Edición, México. 1996
6. JANY, José Nicolás. *Investigación Integral de Mercados.*, 1era Edición m, MC. Graw Hill, capitulo 3, página 50, 68,69.

ANEXOS

ANEXO 1

Volumen de operaciones negociado en la BVG

Valor efectivo en sucres

Mayo - Octubre de 1998

	May-98	Jun-98	Jul-98	Ago-98	Sep-98	Oct-98	TOTALES
Renta Variable	19933557636	27.541.527.348	29411047157	60210505602	78463897971	26898547344	2,42459E+11
Crecimiento		38%	7%	105%	30%	-66%	92%
Renta Fija	7,68304E+11	744.077.737.200	7,01167E+11	7,44786E+11	1,13648E+12	1,15737E+12	5,25218E+12
Crecimiento		-3%	-6%	6%	53%	2%	85%
Total	7,88237E+11	771.619.264.548	7,30578E+11	8,04996E+11	1,21494E+12	1,18427E+12	5,49464E+12
Crecimiento		-2%	-5%	10%	51%	-3%	86%

Noviembre - Abril de 1999

	Nov-98	Dic-98	Ene-99	Feb-99	Mar-99	Abr-99	TOTALES
Renta Variable	14061059311	6176582721	2285234208	487146570	1882572475	32415096694	2,99767E+11
Crecimiento	-48%	-56%	-63%	-79%	286%	1622%	39%
Renta Fija	1,02698E+12	1,5711E+12	1,02383E+12	1,46349E+12	6,92528E+11	5,09607E+11	1,15397E+13
Crecimiento	-11%	53%	-35%	43%	-53%	-26%	-51%
Total	1,04105E+12	1,57728E+12	1,02611E+12	1,46398E+12	6,94411E+11	5,42022E+11	1,18395E+13
Crecimiento	-12%	52%	-35%	43%	-53%	-22%	-45%

ANEXO 2

Volumen de operaciones negociado en la BVQ

Valor efectivo en sucres

Mayo - Octubre de 1998

	May-98	Jun-98	Jul-98	Ago-98	Sep-98	Oct-98	TOTALES
Renta Variable	6597215966	11490072308	18735274153	67542336978	16693270269	4405139862	1,25463E+11
Crecimiento		74%	63%	261%	-75%	-74%	95%
Renta Fija	9,68808E+11	9,51174E+11	8,14047E+11	5,97584E+11	6,3658E+11	1,06118E+12	5,02937E+12
Crecimiento		-2%	-14%	-27%	7%	67%	81%
Total	9,75406E+11	9,62664E+11	8,32782E+11	6,65126E+11	6,53273E+11	1,06558E+12	5,15483E+12
Crecimiento		-1%	-13%	-20%	-2%	63%	81%

Noviembre - Abril de 1999

	Nov-98	Dic-98	Ene-99	Feb-99	Mar-99	Abr-99	TOTALES
Renta Variable	4867522124	64150117292	6667891072	843840181	3085277501	4208139090	2,09286E+11
Crecimiento	0,104964264	1218%	-90%	-87%	266%	36%	-57%
Renta Fija	2,15606E+12	1,7124E+12	1,89336E+12	1,65823E+12	1,37408E+12	2,66948E+12	1,6493E+13
Crecimiento	1,031766745	-21%	11%	-12%	-17%	94%	64%
Total	2,16093E+12	1,77655E+12	1,90003E+12	1,65907E+12	1,37716E+12	2,67369E+12	1,67023E+13
Crecimiento	1,027935322	-18%	7%	-13%	-17%	94%	64%

ANEXO 3

Participación de la BVG

Valor efectivo en sucres

Mayo - Octubre de 1998

	May-98	Jun-98	Jul-98	Ago-98	Sep-98	Oct-98	TOTALES
Renta Variable	19933557636	27541527348	29411047157	60210505602	78463897971	26898547344	2,42459E+11
Participacion	0,751337218	71%	61%	47%	82%	86%	66%
Renta Fija	7,68304E+11	7,44078E+11	7,01167E+11	7,44786E+11	1,13648E+12	1,15737E+12	5,25218E+12
Participacion	0,44228797	44%	46%	55%	64%	52%	51%
Total	7,88237E+11	7,71619E+11	7,30578E+11	8,04996E+11	1,21494E+12	1,18427E+12	5,49464E+12
Participacion	0,44693705	44%	47%	55%	65%	53%	52%

Noviembre - Abril de 1999

	Nov-98	Dic-98	Ene-99	Feb-99	Mar-99	Abr-99	TOTALES
Renta Variable	14061059311	6176583721	2285234208	487146570	1882572475	32415096694	2,99767E+11
Participacion	0,742848024	9%	26%	37%	38%	89%	59%
Renta Fija	1,02698E+12	1,5711E+12	1,02383E+12	1,46349E+12	6,92528E+11	5,09607E+11	1,15397E+13
Participacion	0,322641817	48%	35%	47%	34%	16%	41%
Total	1,04105E+12	1,57728E+12	1,02611E+12	1,46398E+12	6,94411E+11	5,42022E+11	1,18395E+13
Participacion	0,325125879	47%	35%	47%	34%	17%	41%

ANEXO 4

Participación de la BVQ

Valor efectivo en sucres

Mayo - Octubre de 1998

	May-98	Jun-98	Jul-98	Ago-98	Sep-98	Oct-98	TOTALES
Renta Variable	6597215966	11490072308	18735274153	67542336978	16693270269	4405139862	1,25463E+11
Participacion	0,248662782	29%	39%	53%	18%	14%	34%
Renta Fija	9,68808E+11	9,51174E+11	8,14047E+11	5,97584E+11	6,3658E+11	1,06118E+12	5,02937E+12
Participacion	0,55771203	56%	54%	45%	36%	48%	49%
Total	9,75406E+11	9,62664E+11	8,32782E+11	6,65126E+11	6,53273E+11	1,06558E+12	5,15483E+12
Participacion	0,55306295	56%	53%	45%	35%	47%	48%

Noviembre - Abril de 1999

	Nov-98	Dic-98	Ene-99	Feb-99	Mar-99	Abr-99	TOTALES
Renta Variable	4867[illegible]2124	64150117292	6667891072	843840181	3085277501	4208139090	2,09286E+11
Participacion	0,257151976	91%	74%	63%	62%	11%	41%
Renta Fija	2,15606E+12	1,7124E+12	1,89336E+12	1,65823E+12	1,37408E+12	2,66948E+12	1,6493E+13
Participacion	0,677358183	52%	65%	53%	66%	84%	59%
Total	2,16093E+12	1,77655E+12	1,90003E+12	1,65907E+12	1,37716E+12	2,67369E+12	1,67023E+13
Participacion	0,674874121	53%	65%	53%	66%	83%	59%

ANEXO 5

Volumen de operaciones negociado en la BVG

Valor efectivo ajustado en sucres

Mayo - Octubre de 1998

	May-98	Jun-98	Jul-98	Ago-98	Sep-98	Oct-98	TOTALES
Renta Variable	19933557636	27541527348	29411047157	60210505602	78463897971	26898547344	2,42459E+11
Crecimiento		38%	7%	105%	30%	-66%	92%
Renta Fija	4,43E+11	4,22821E+11	4,18218E+11	4,0016E+11	3,42737E+11	2,34831E+11	2,26177E+12
Crecimiento		-5%	-1%	-4%	-14%	-31%	80%
Total	4,62933E+11	4,50363E+11	4,47629E+11	4,60371E+11	4,21201E+11	2,61729E+11	2,50423E+12
Crecimiento		-3%	-1%	3%	-9%	-38%	82%

Noviembre - Abril de 1999

	Nov-98	Dic-98	Ene-99	Feb-99	Mar-99	Abr-99	TOTALES
Renta Variable	14061059311	6176583721	2285234208	487146570	1882572475	32415096694	2,99767E+11
Crecimiento	-0,477255811	-56%	-63%	79%	286%	1622%	93%
Renta Fija	2,4482E+11	6,82276E+11	2,00288E+11	2,58928E+11	2,31654E+11	2,02446E+11	4,08218E+12
Crecimiento	0,042539215	179%	-71%	29%	-11%	-13%	89%
Total	2,58881E+11	6,88452E+11	2,02573E+11	2,59415E+11	2,33536E+11	2,34862E+11	4,38195E+12
Crecimiento	-0,010881352	166%	-71%	28%	-10%	1%	89%

CIB - ESPOL

ANEXO 6

Volumen de operaciones negociado en la BVQ

Valor efectivo ajustado en sucres

Mayo - Octubre de 1998

	May-98	Jun-98	Jul-98	Ago-98	Sep-98	Oct-98	TOTALES
Renta Variable	6597215966	11490072308	18735274153	67542336978	16693270269	4405139862	1,25463E+11
Crecimiento		74%	63%	261%	-75%	-74%	95%
Renta Fija	4,51712E+11	5,96772E+11	4,2006E+11	3,18432E+11	2,55309E+11	1,69808E+11	2,21209E+12
Crecimiento		32%	-30%	-24%	-20%	-33%	80%
Total	4,58309E+11	6,08262E+11	4,38795E+11	3,85974E+11	2,72002E+11	1,74213E+11	2,33755E+12
Crecimiento		33%	-28%	-12%	-30%	-36%	80%

Noviembre - Abril de 1999

	Nov-98	Dic-98	Ene-99	Feb-99	Mar-99	Abr-99	TOTALES
Renta Variable	4867522124	64150117292	6667891072	843840181	3085277501	4208139090	2,50927E+11
Crecimiento	0,104964264	1218%	-90%	-87%	266%	36%	97%
Renta Fija	4,02904E+11	5,73567E+11	1,93188E+11	2,89463E+11	3,07505E+11	4,6894E+11	4,42418E+12
Crecimiento	1,372706967	42%	-66%	50%	6%	52%	90%
Total	4,07772E+11	6,37717E+11	1,99856E+11	2,90307E+11	3,10591E+11	4,73148E+11	4,67511E+12
Crecimiento	1,34065089	56%	-69%	45%	7%	52%	90%

ACEPTACIÓN DE LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES DE LA BVQ

ANEXO 7

Participación de la BVG

Valor efectivo ajustado en sucres

Mayo - Octubre de 1998

	May-98	Jun-98	Jul-98	Ago-98	Sep-98	Oct-98	TOTALES
Renta Variable	19933557636	27541527348	29411047157	60210505602	78463897971	26898547344	2,42459E+11
Participacion	0,751337218	71%	61%	47%	82%	86%	66%
Renta Fija	4,43E+11	4,22821E+11	4,18218E+11	4,0016E+11	3,42737E+11	2,34831E+11	2,26177E+12
Participacion	0,495131505	41%	50%	56%	57%	58%	51%
Total	4,62933E+11	4,50363E+11	4,47629E+11	4,60371E+11	4,21201E+11	2,61729E+11	2,50423E+12
Participacion	0,502509951	43%	50%	54%	61%	60%	52%

Noviembre - Abril de 1999

	Nov-98	Dic-98	Ene-99	Feb-99	Mar-99	Abr-99	TOTALES
Renta Variable	14061059311	6176583721	2285234208	487146570	1882572475	32415096694	4,84918E+11
Participacion	0,742848024	9%	26%	37%	38%	89%	66%
Renta Fija	2,4482E+11	6,82276E+11	2,00288E+11	2,58928E+11	2,31654E+11	2,02446E+11	4,52353E+12
Participacion	0,37796984	54%	51%	47%	43%	30%	51%
Total	2,58881E+11	6,88452E+11	2,02573E+11	2,59415E+11	2,33536E+11	2,34862E+11	5,00845E+12
Participacion	0,388329991	52%	50%	47%	43%	33%	52%

ANEXO 8

Participación de la BVQ

Valor efectivo ajustado en sucres

Mayo - Octubre de 1998

	May-98	Jun-98	Jul-98	Ago-98	Sep-98	Oct-98	TOTALES
Renta Variable	6597215966	11490072308	18735274153	67542336978	16693270269	4405139862	1,25463E+11
Participacion	0,248662782	29%	39%	53%	18%	14%	34%
Renta Fija	4,51712E+11	5,96772E+11	4,2006E+11	3,18432E+11	2,55309E+11	1,69808E+11	2,21209E+12
Participacion	0,504868495	59%	50%	44%	43%	42%	49%
Total	4,58309E+11	6,08262E+11	4,38795E+11	3,85974E+11	2,72002E+11	1,74213E+11	2,33755E+12
Participacion	0,497490049	57%	50%	46%	39%	40%	48%

Noviembre - Abril de 1999

	Nov-98	Dic-98	Ene-99	Feb-99	Mar-99	Abr-99	TOTALES
Renta Variable	4867522124	64150117292	6667891072	843840181	3085277501	4208139090	2,50927E+11
Participacion	0,257151976	91%	74%	63%	62%	11%	34%
Renta Fija	4,02904E+11	5,73567E+11	1,93188E+11	2,89463E+11	3,07505E+11	4,6894E+11	4,42418E+12
Participacion	0,62203016	46%	49%	53%	57%	70%	49%
Total	4,07772E+11	6,37717E+11	1,99856E+11	2,90307E+11	3,10591E+11	4,73148E+11	4,67511E+12
Participacion	0,611670009	48%	50%	53%	57%	67%	48%

ANEXO 9

Totales Nacionales

Valor efectivo en sucres

Mayo - Octubre de 1998

	May-98	Jun-98	Jul-98	Ago-98	Sep-98	Oct-98	TOTALES
Renta Variable	26530773602	39031599656	48146321310	1,27753E+11	95157168240	31303687206	3,67922E+11
Crecimiento		47%	23%	165%	-26%	-67%	93%
Renta Fija	1,73711E+12	1,69525E+12	1,51521E+12	1,34237E+12	1,77306E+12	2,21855E+12	1,02816E+13
Crecimiento		-2%	-11%	-11%	32%	25%	83%
Total	1,76364E+12	1,73428E+12	1,56336E+12	1,47012E+12	1,86821E+12	2,24985E+12	1,06495E+13
Crecimiento		-2%	-10%	-6%	27%	20%	83%

Noviembre - Abril de 1999

	Nov-98	Dic-98	Ene-99	Feb-99	Mar-99	Abr-99	TOTALES
Renta Variable	18928581435	70326701013	8953125280	1330986751	4967849976	36623235784	5,09053E+11
Crecimiento	-0,395324221	272%	-87%	-85%	273%	637%	95%
Renta Fija	3,18305E+12	3,2835E+12	2,91719E+12	3,12172E+12	2,06661E+12	3,17909E+12	2,80327E+13
Crecimiento	0,434743139	3%	-11%	7%	-34%	54%	94%
Total	3,20198E+12	3,35382E+12	2,92614E+12	3,12305E+12	2,07157E+12	3,21571E+12	2,85417E+13
Crecimiento	0,423193862	5%	-13%	7%	-34%	55%	94%

ANEXO 10

Totales Nacionales

Valor efectivo ajustado en sucres

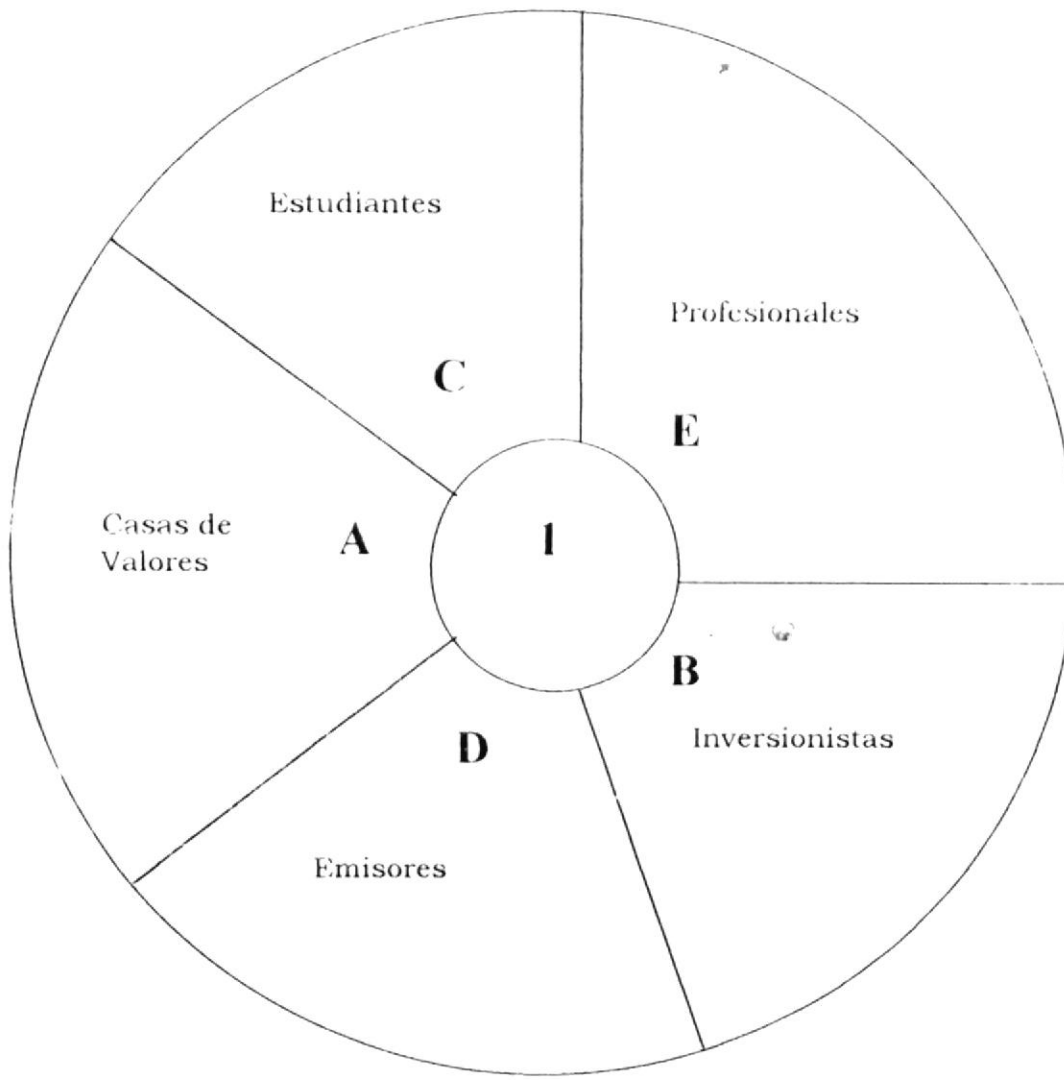
Mayo - Octubre de 1998

	May-98	Jun-98	Jul-98	Ago-98	Sep-98	Oct-98	TOTALES
Renta Variable	26530773602	39031599656	48146321310	1,27753E+11	95157168240	31303687206	3,67922E+11
Crecimiento		47%	23%	165%	-26%	-67%	93%
Renta Fija	8,94711E+11	1,01959E+12	8,38278E+11	7,18592E+11	5,98046E+11	4,04639E+11	4,47386E+12
Crecimiento		14%	-18%	-14%	-17%	-32%	80%
Total	9,21242E+11	1,05862E+12	8,86424E+11	8,46345E+11	6,93203E+11	4,35942E+11	4,84178E+12
Crecimiento		15%	-16%	-5%	-18%	-37%	81%

Noviembre - Abril de 1999

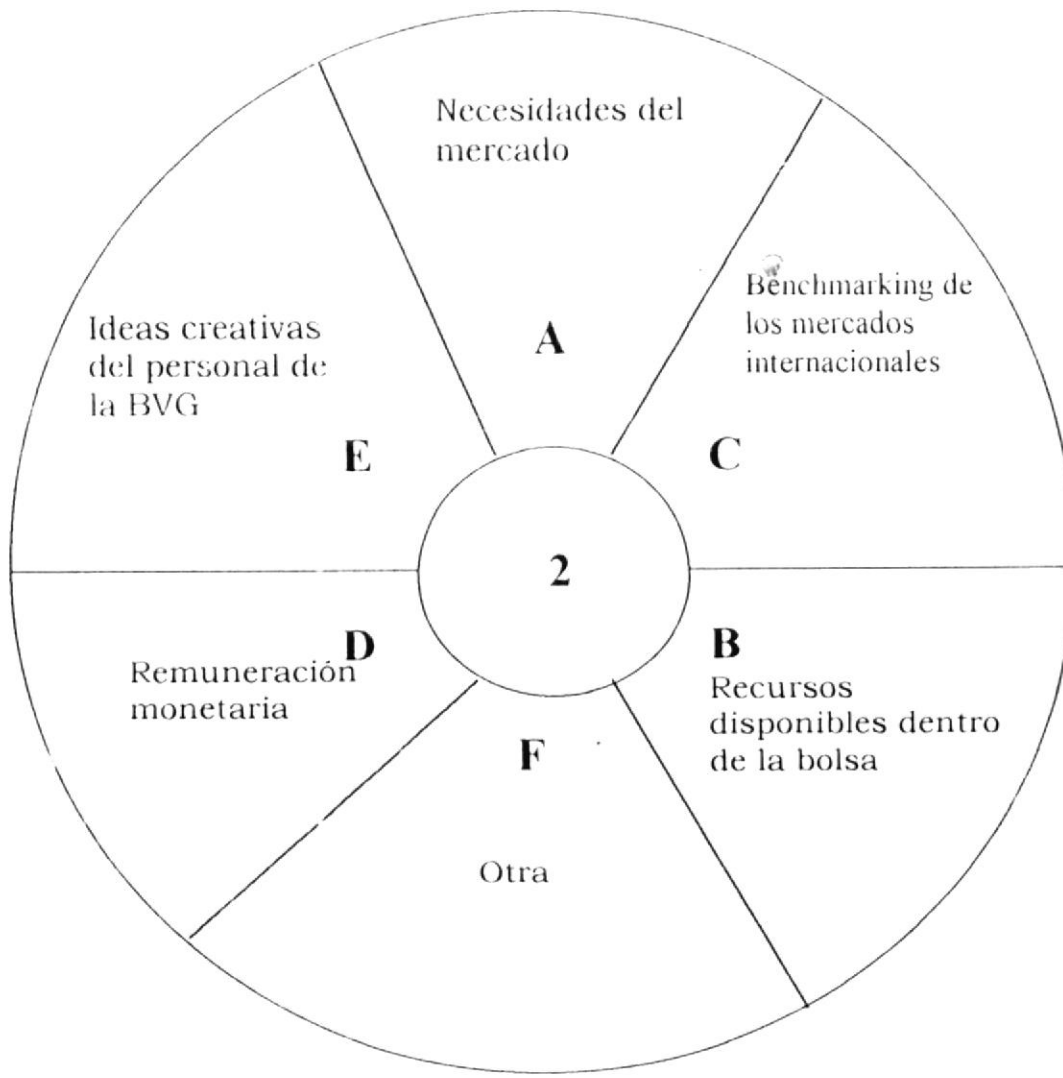
	Nov-98	Dic-98	Ene-99	Feb-99	Mar-99	Abr-99	TOTALES
Renta Variable	18928581435	70326701013	8953125280	1330986751	4967849976	36623235784	7,35845E+11
Crecimiento	-0,395324221	272%	-87%	-85%	273%	637%	96%
Renta Fija	6,47725E+11	1,25584E+12	3,93477E+11	5,48391E+11	5,39159E+11	6,71387E+11	8,94772E+12
Crecimiento	0,600748103	94%	-69%	39%	-2%	25%	90%
Total	6,66653E+11	1,32617E+12	4,0243E+11	5,49722E+11	5,44127E+11	7,0801E+11	9,68356E+12
Crecimiento	0,529223191	99%	-70%	37%	-1%	30%	90%

ANEXO 11



PLANTILLA CLIENTES INTERNOS
PREGUNTA No.1

ANEXO 12



PLANTILLA CLIENTES INTERNOS
PREGUNTA No.2

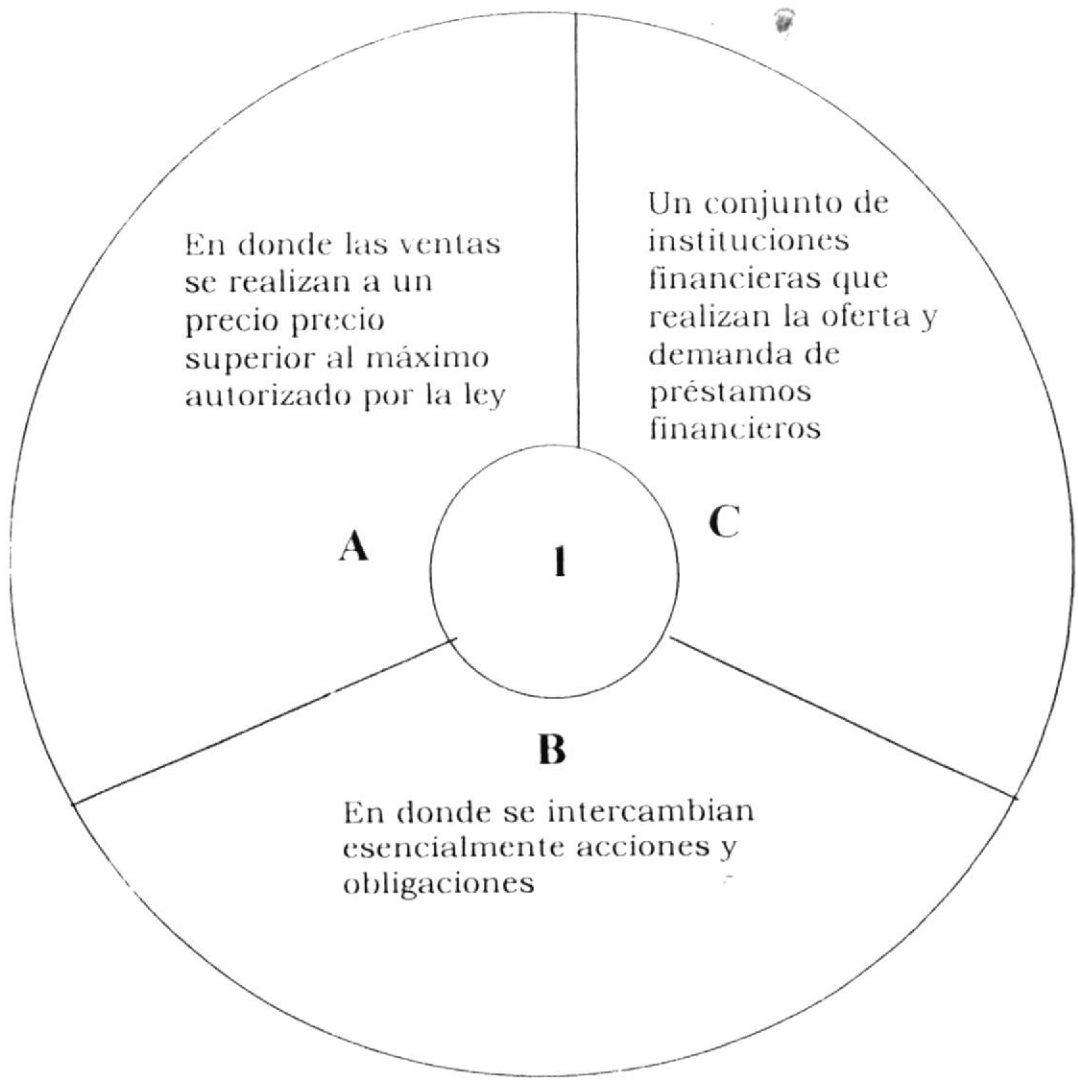
ANEXO 13

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 tosa 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

PLANTILLA CLIENTES INTERNOS

PREGUNTA No 3

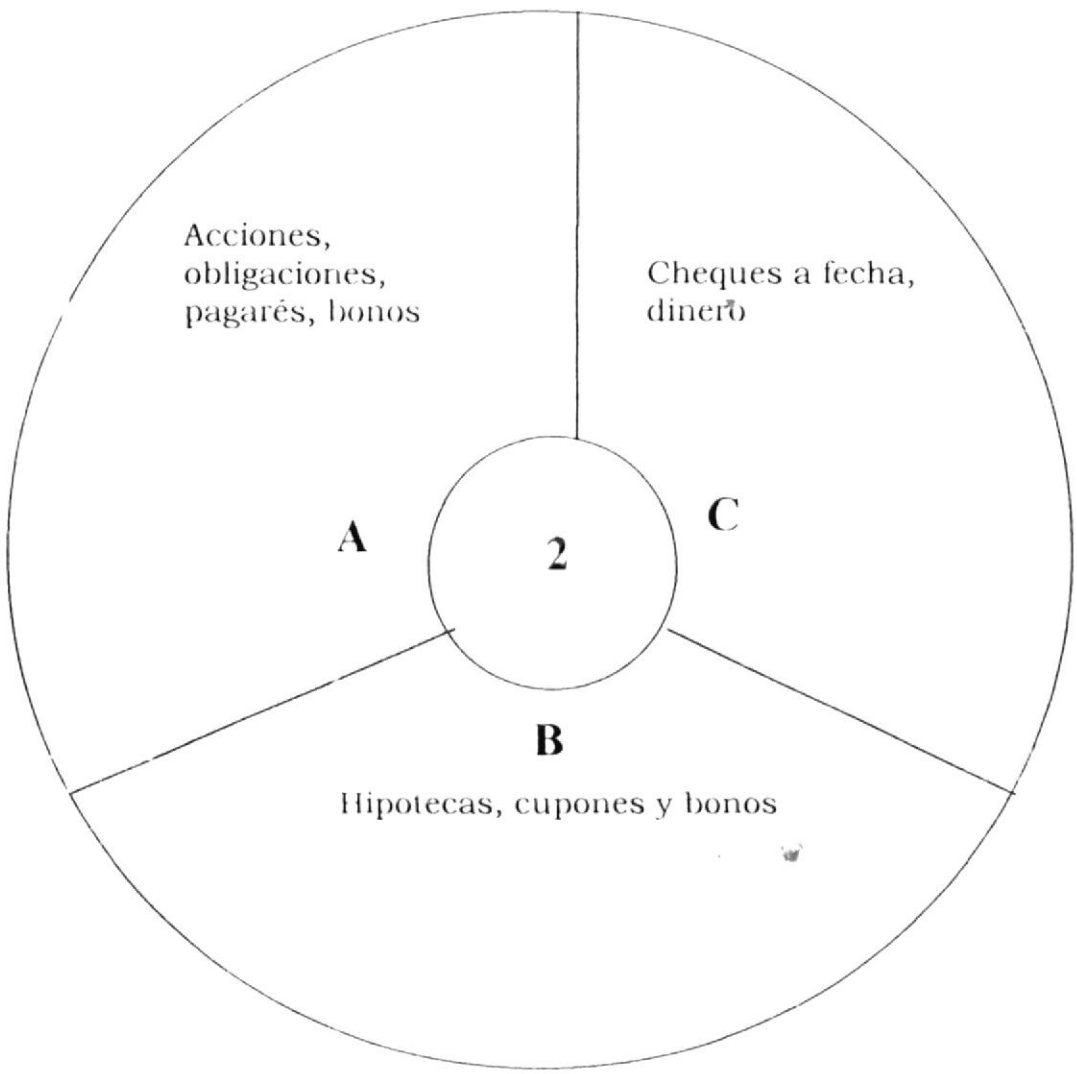
ANEXO 14



PLANTILLA CLIENTES EXTERNOS

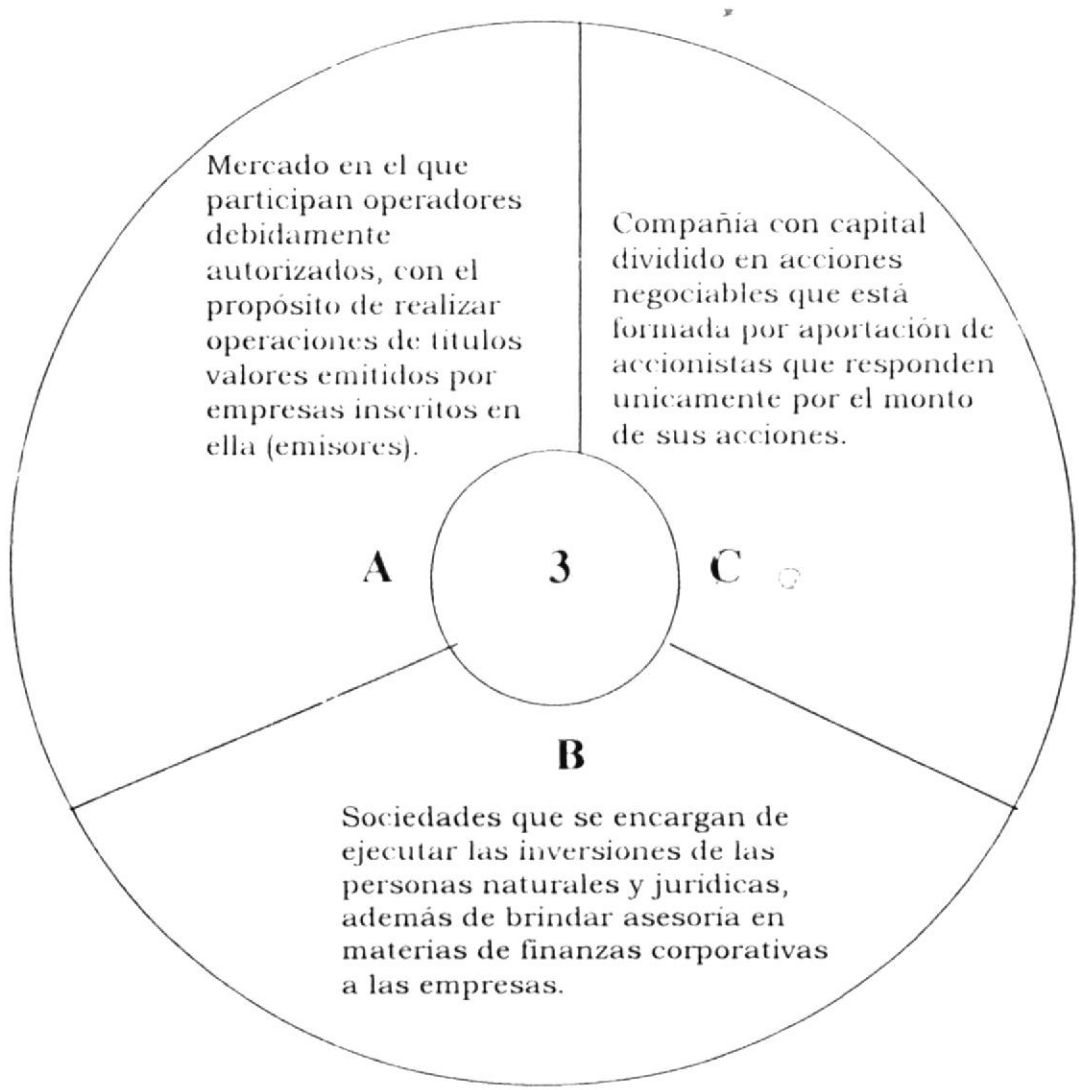
PREGUNTA No.1

ANEXO 15



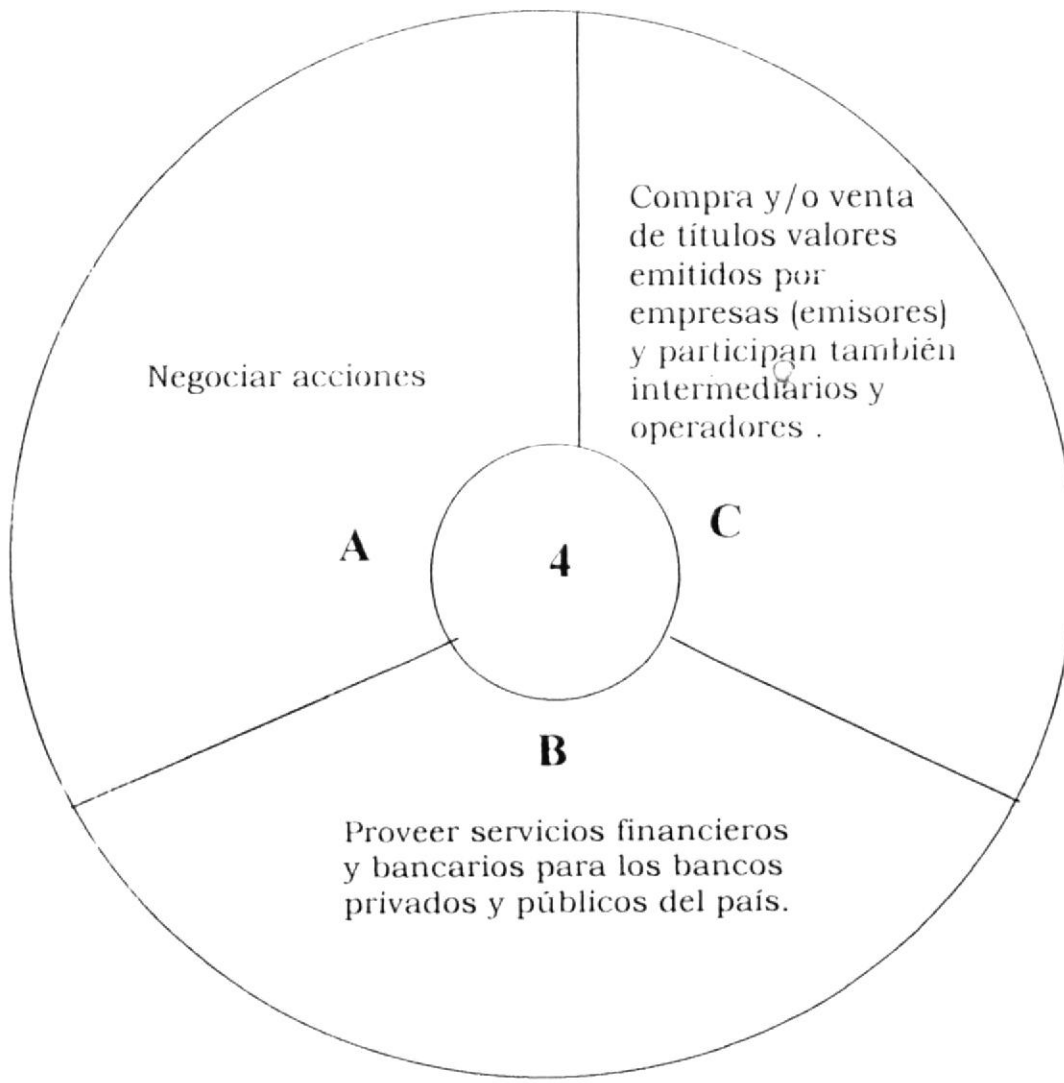
PLANTILLA CLIENTES EXTERNOS
PREGUNTA No. 2

ANEXO 16



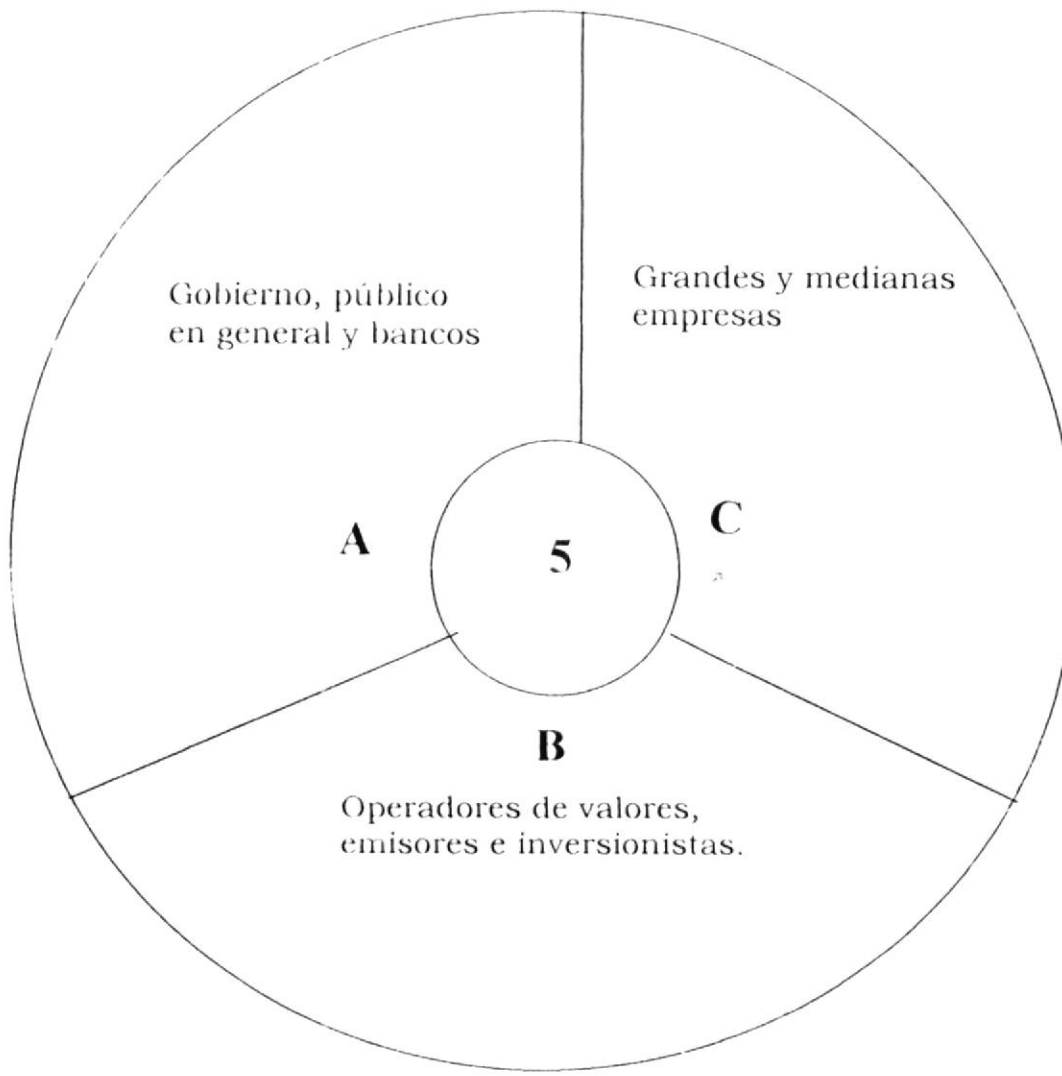
PLANTILLA CLIENTES EXTERNOS
PREGUNTA No.3

ANEXO 17



PLANTILLA CLIENTES EXTERNOS
PREGUNTA No.4

ANEXO 18



PLANTILLA CLIENTES EXTERNOS
PREGUNTA No.5

ANEXO 19

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
14. Conferencias y Cursos de Capacitación
15. Internet

PLANTILLA CLIENTES EXTERNOS
PREGUNTA No.8

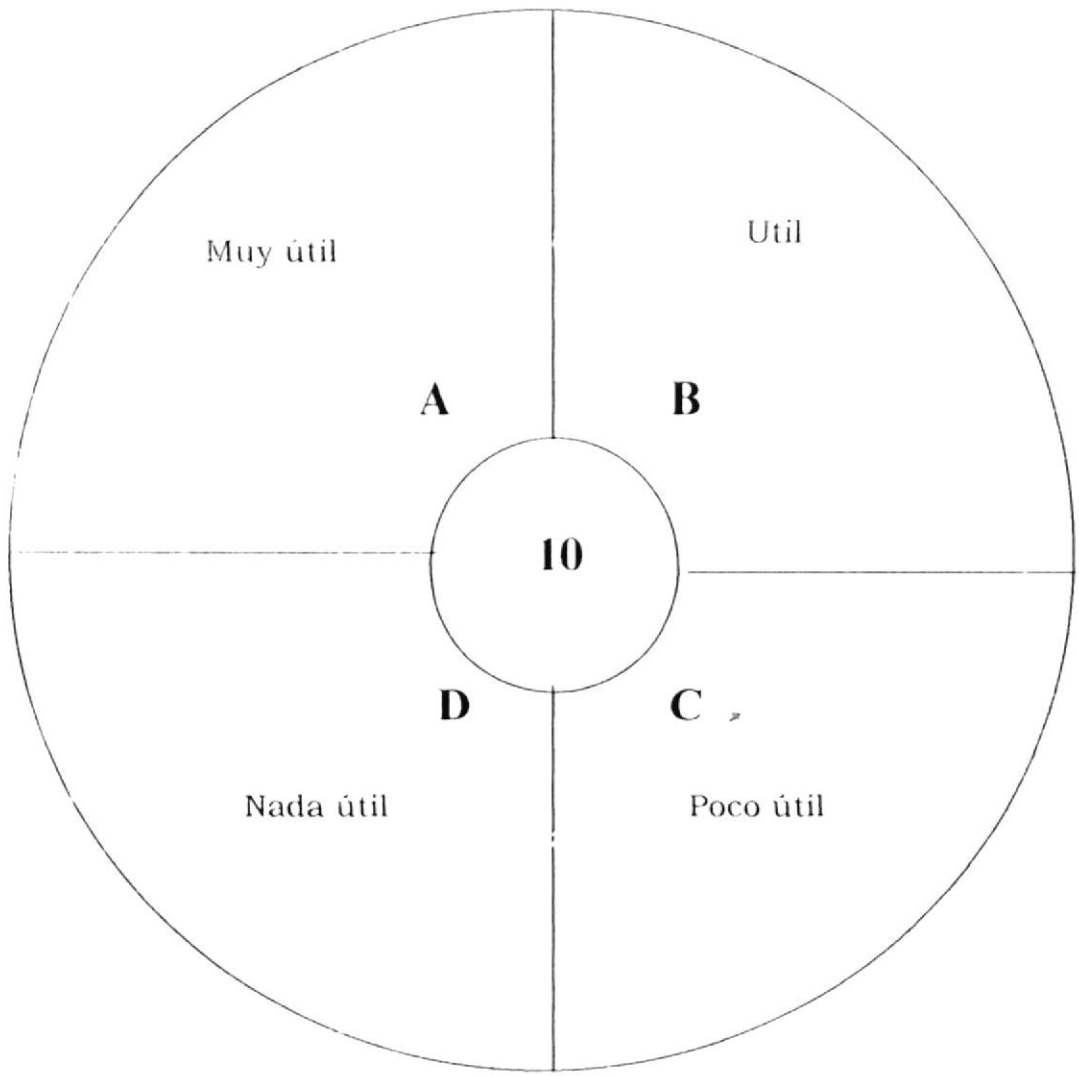
ANEXO 20

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 tosa 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

PLANTILLA CLIENTES EXTERNOS

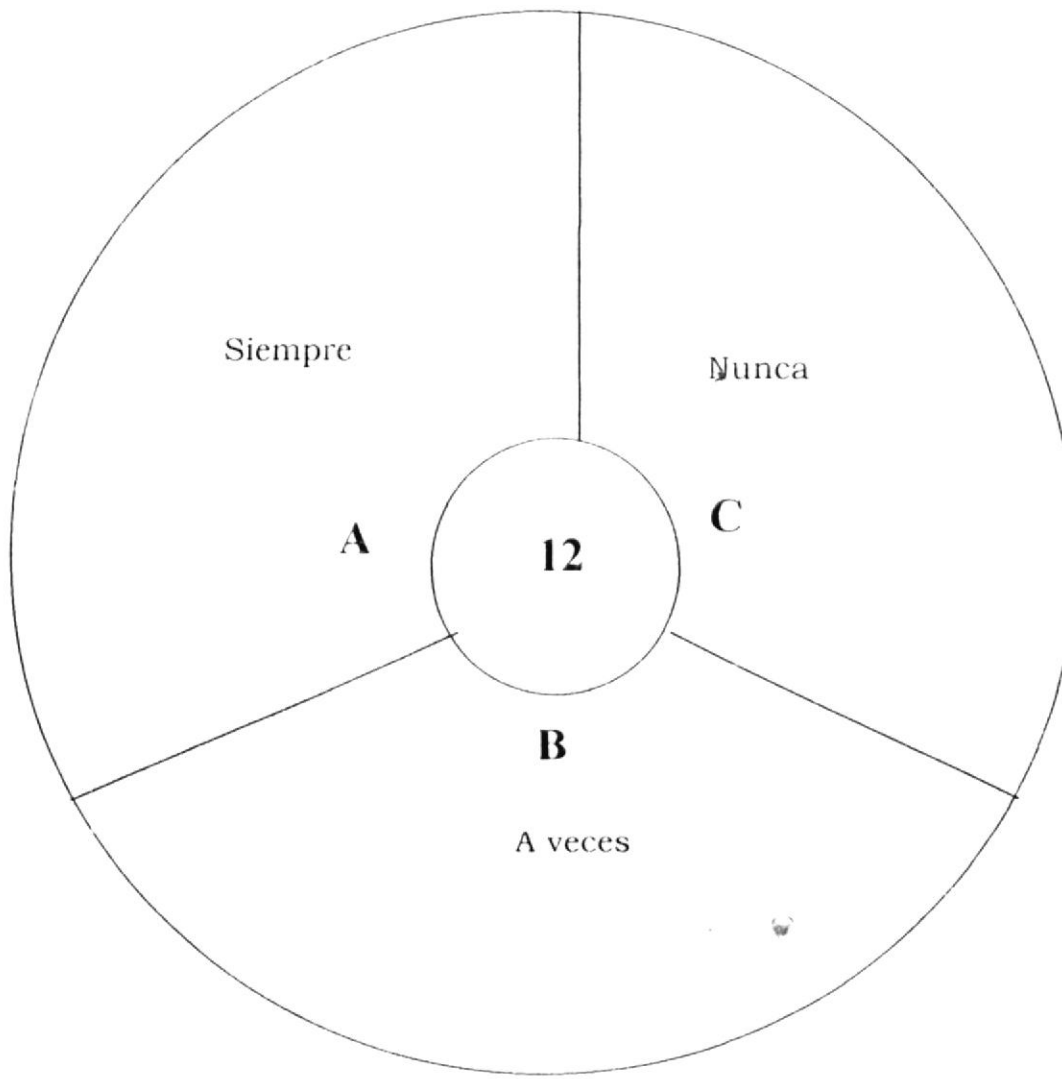
PREGUNTA No.9

ANEXO 21



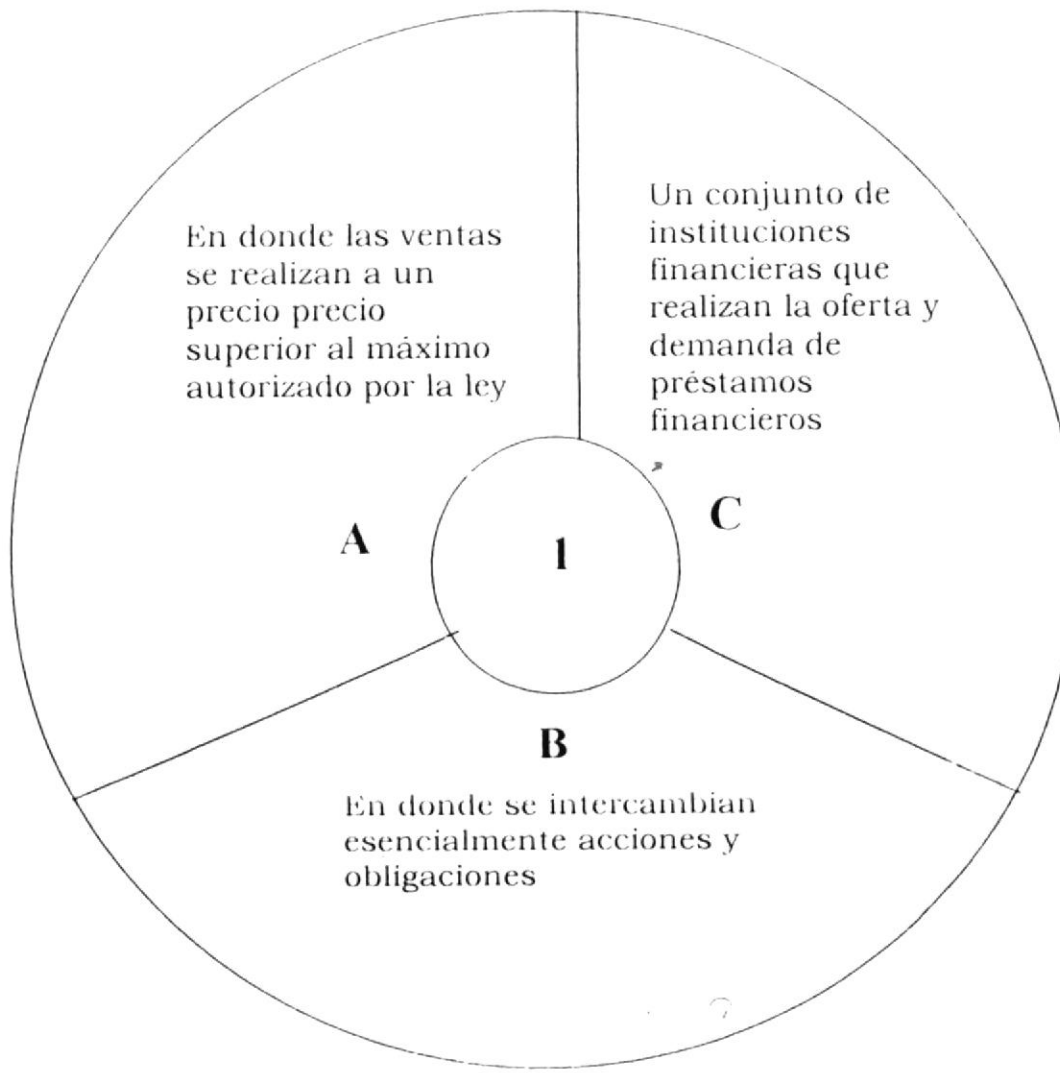
PLANTILLA CLIENTES EXTERNOS
PREGUNTA No.10

ANEXO 22



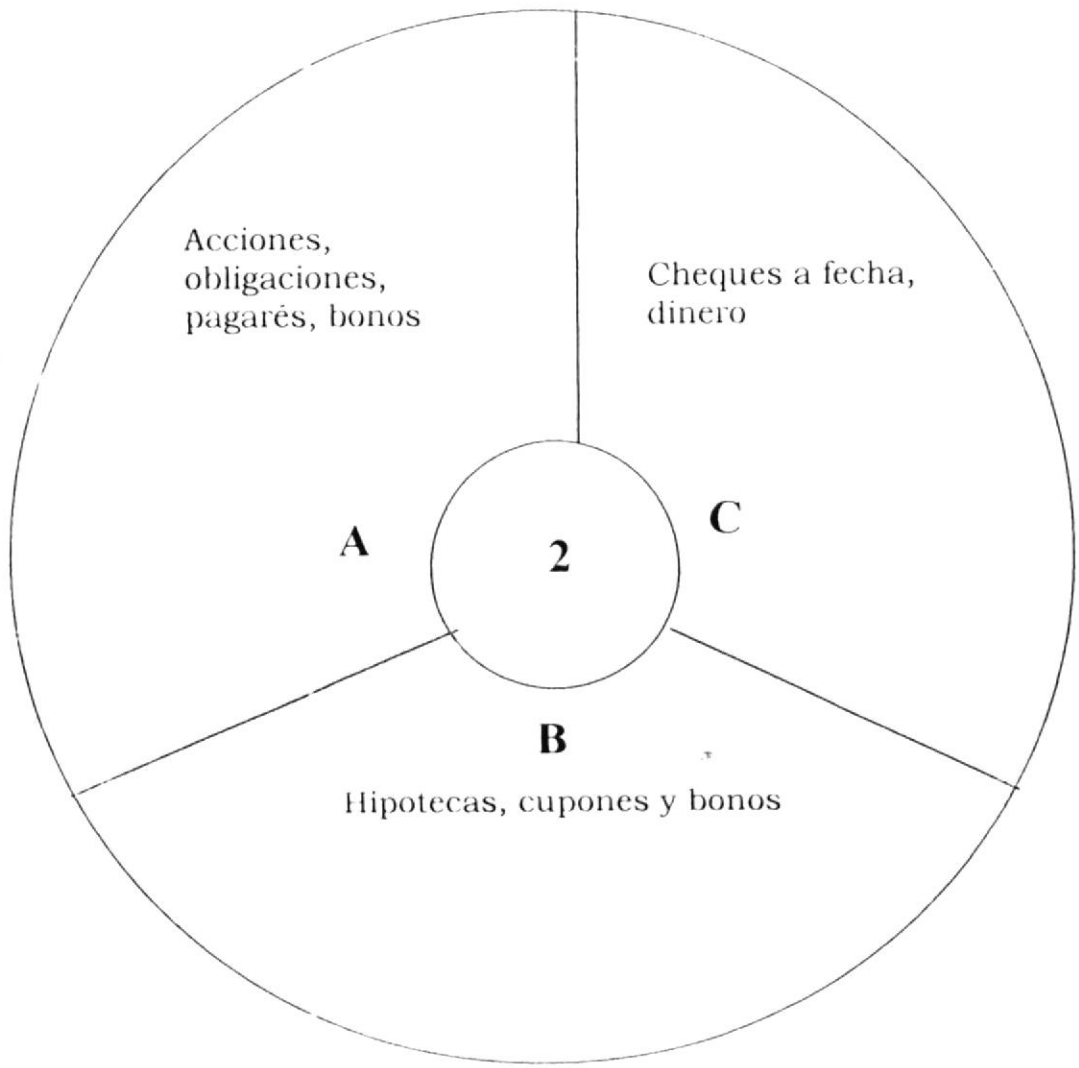
PLANTILLA CLIENTES EXTERNOS
PREGUNTA No.12

ANEXO 23



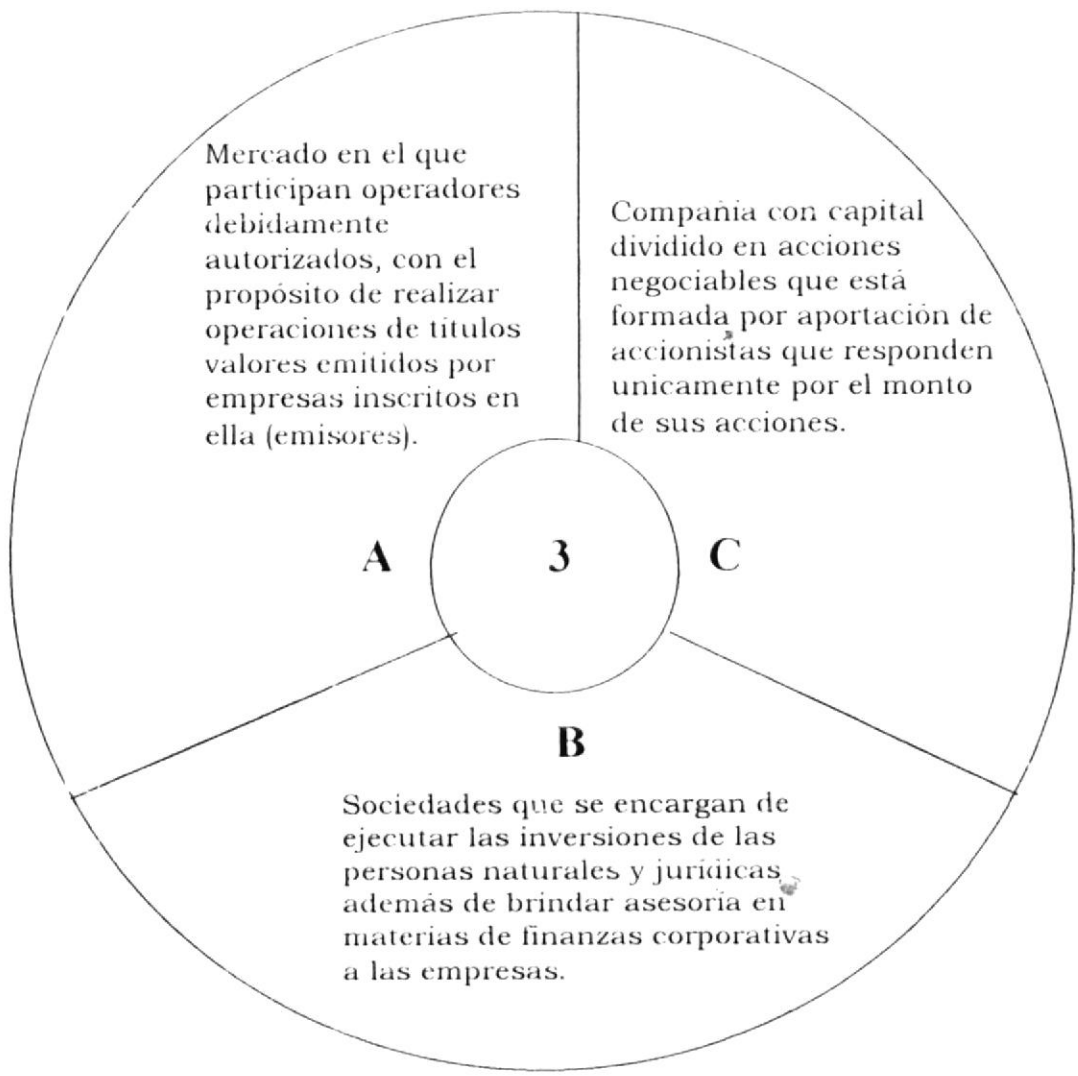
PLANTILLA SEMINARIOS
PREGUNTA No.1

ANEXO 24



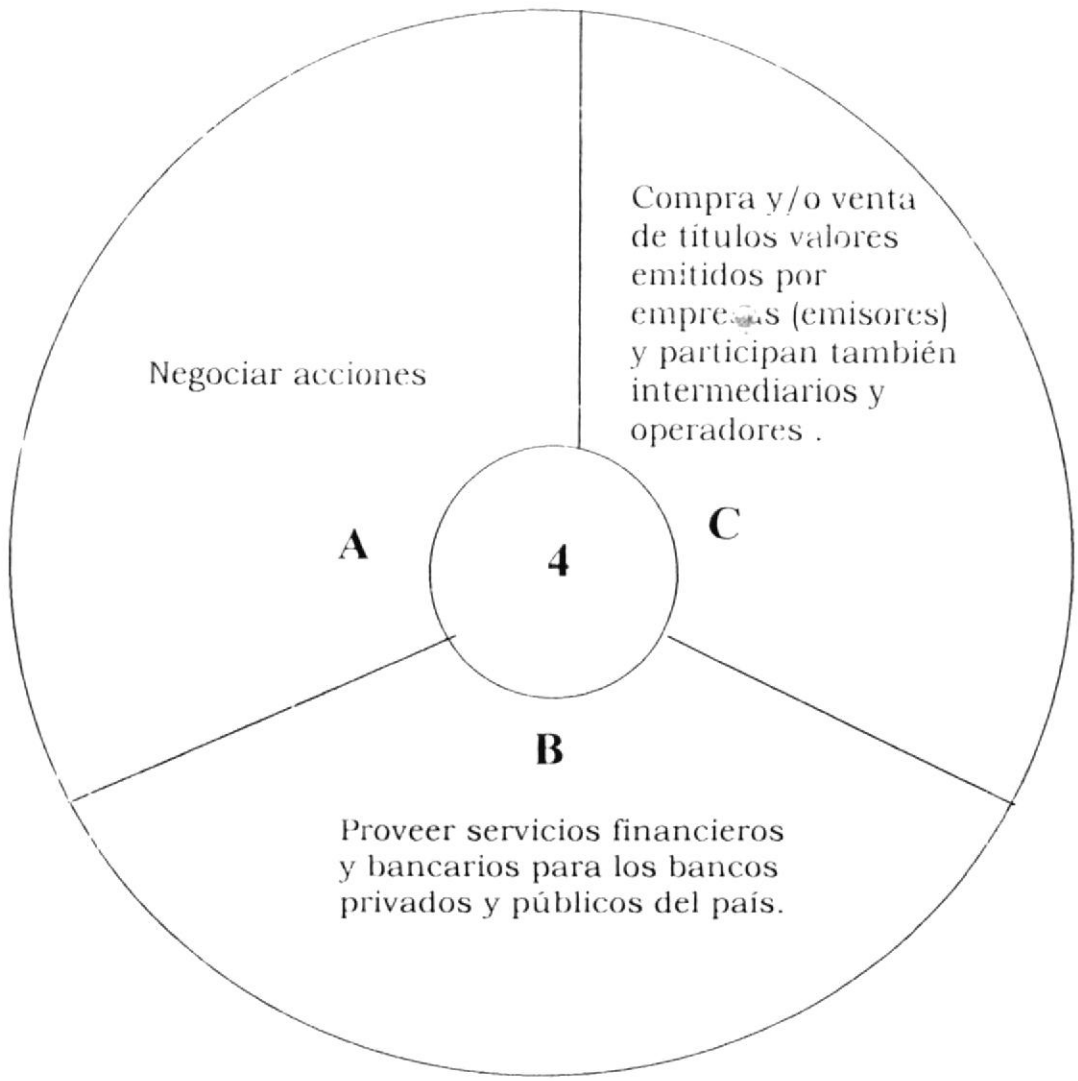
PLANTILLA SEMINARIOS
PREGUNTA No. 2

ANEXO 25



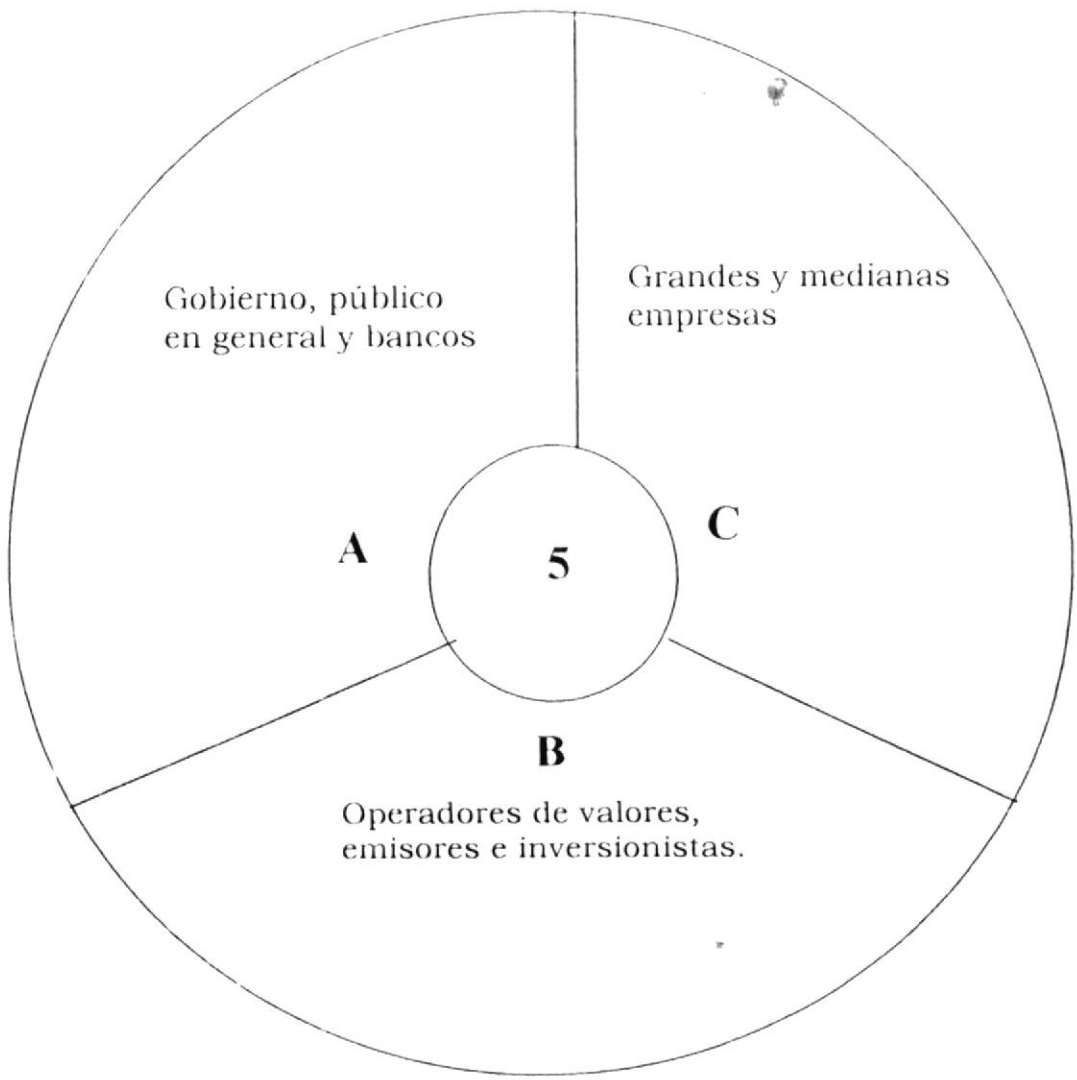
PLANTILLA SEMINARIOS
PREGUNTA No.3

ANEXO 26



PLANTILLA SEMINARIOS
PREGUNTA No.4

ANEXO 27



PLANTILLA SEMINARIOS
PREGUNTA No.5

ANEXO 28

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
14. Conferencias y Cursos de Capacitación
15. Internet

PLANTILLA SEMINARIOS
PREGUNTA No.7

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
1958
GUAYAQUIL
BIBLIOTECA

ANEXO 29

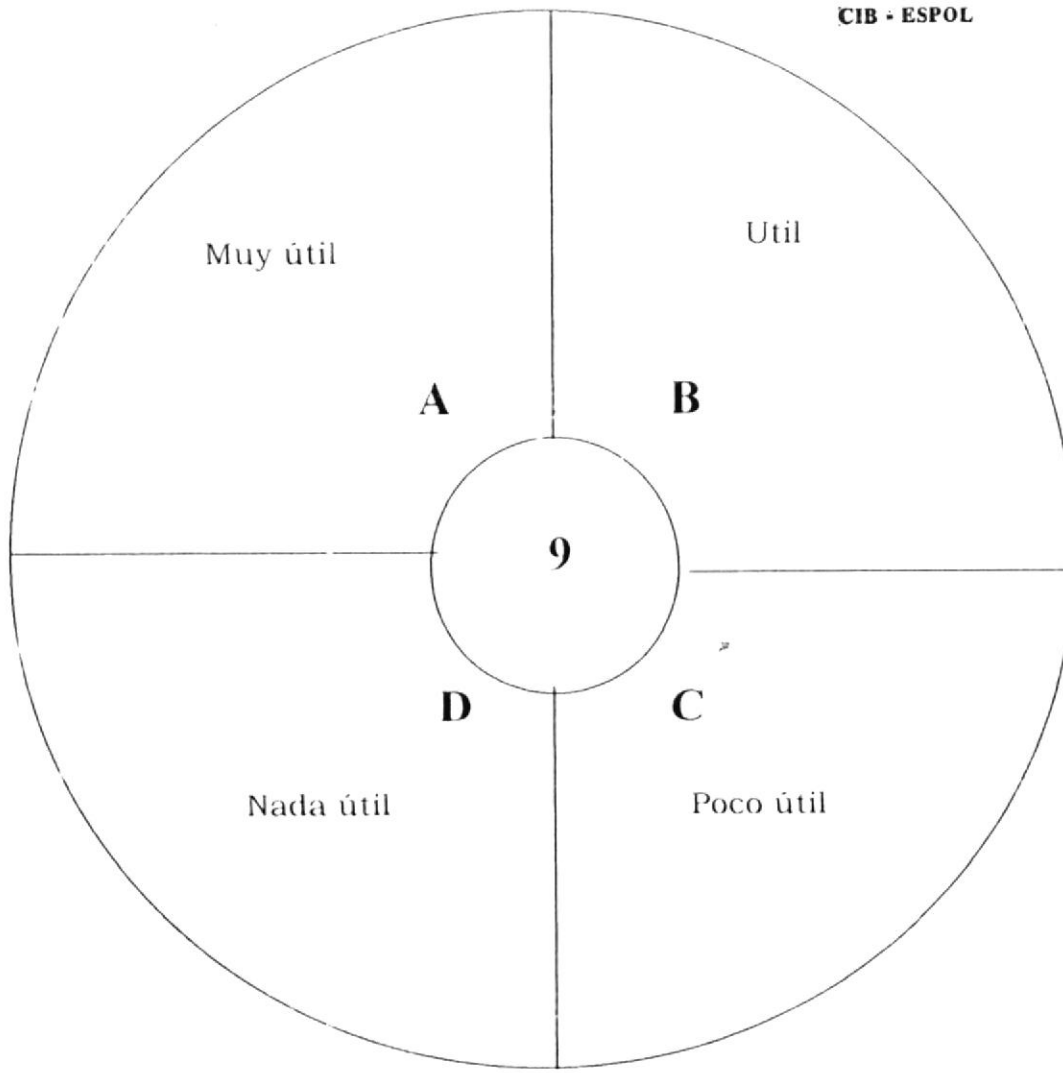
1.	Rueda a Viva voz	Recoge los principales conceptos, metodología y fórmulas de valorización para las inversiones en títulos de renta fija
2.	Rueda Electrónica	Es una alternativa de publicidad y permite la posibilidad de realizar operaciones
3.	Compensación de Saldos Netos	Requiere de la presencia física 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 tosa 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

PLANTILLA SEMINARIOS

PREGUNTA No.8

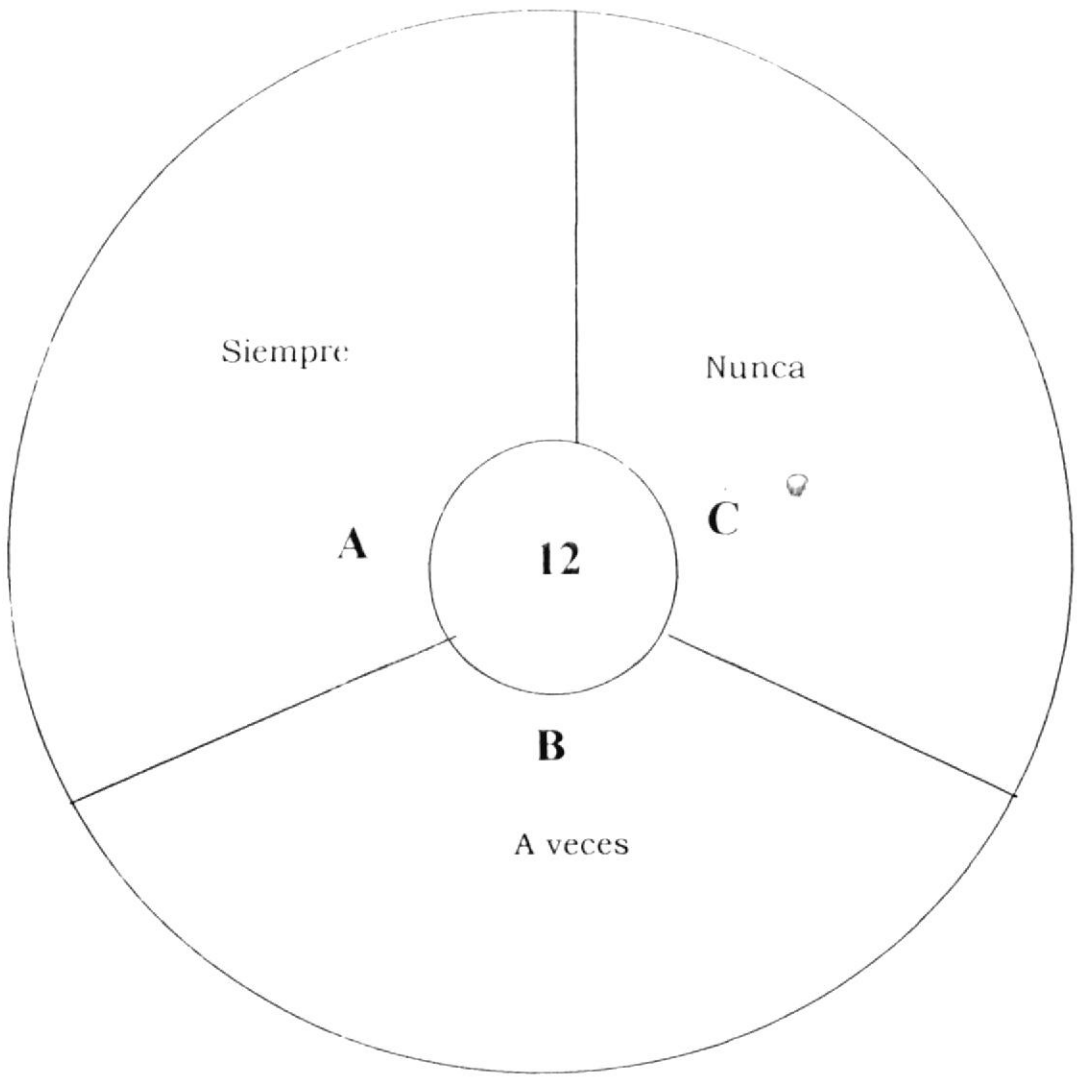
ANEXO 30

ESPOL
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
CIB - ESPOL



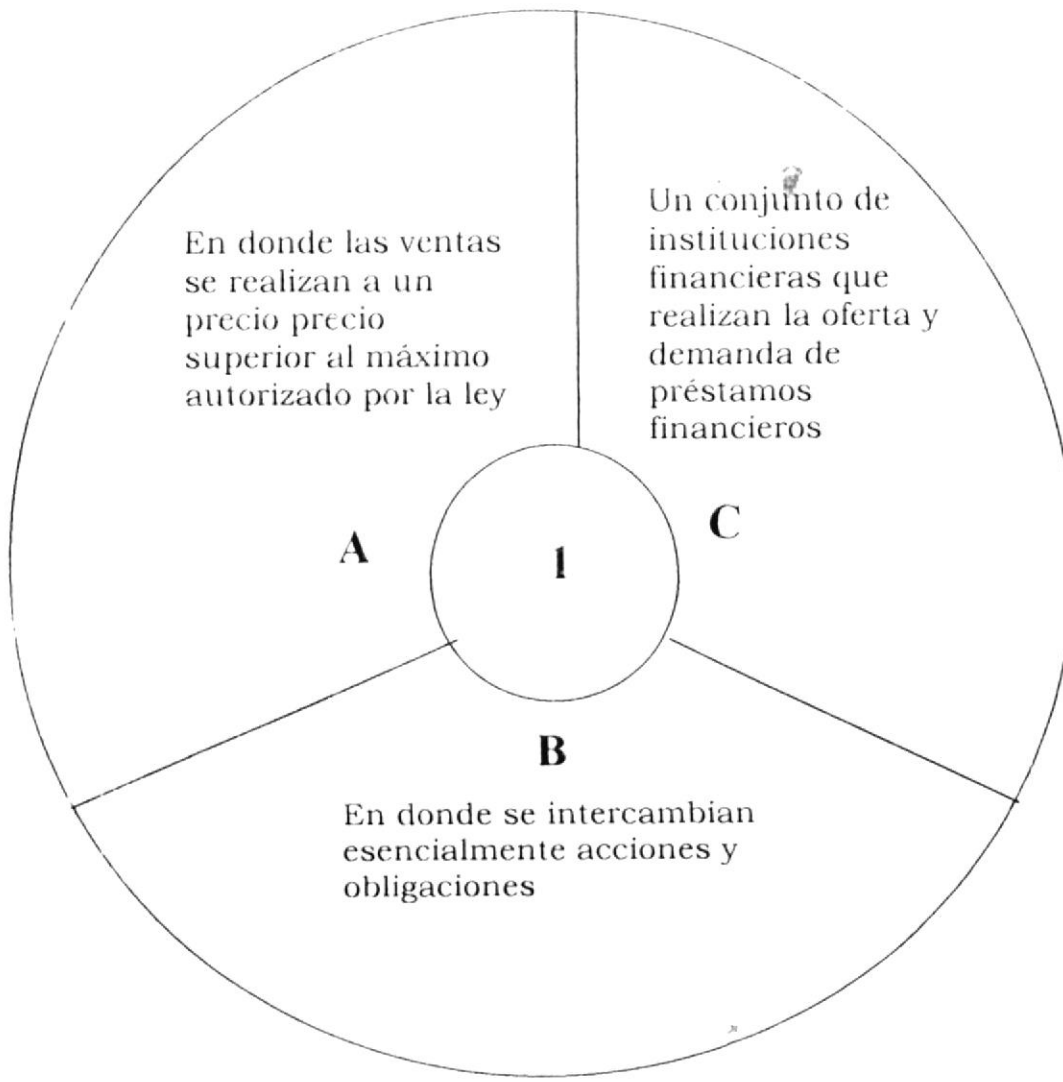
PLANTILLA SEMINARIOS
PREGUNTA No.9

ANEXO 31



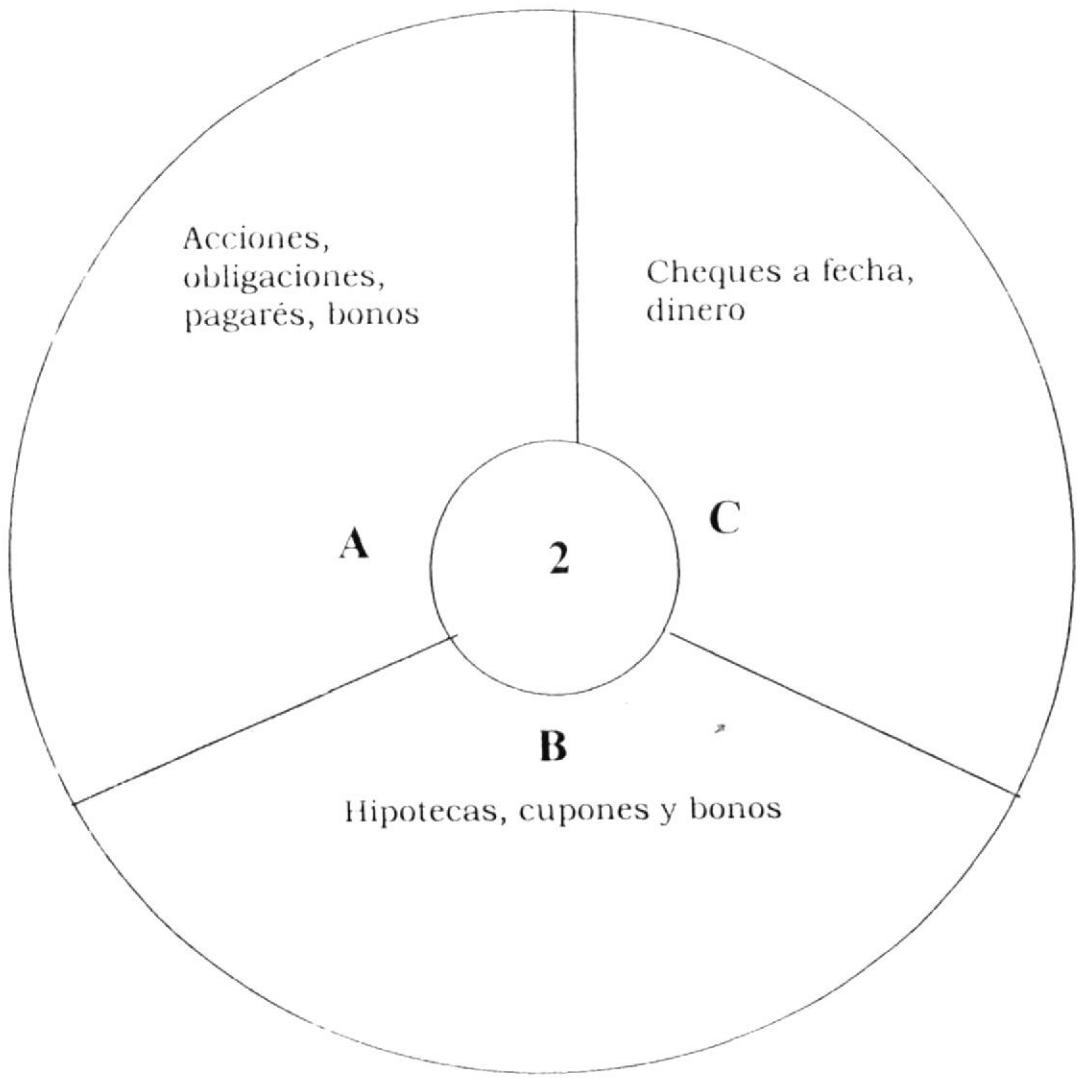
PLANTILLA CLIENTES EXTERNOS
PREGUNTA No.12

ANEXO 32



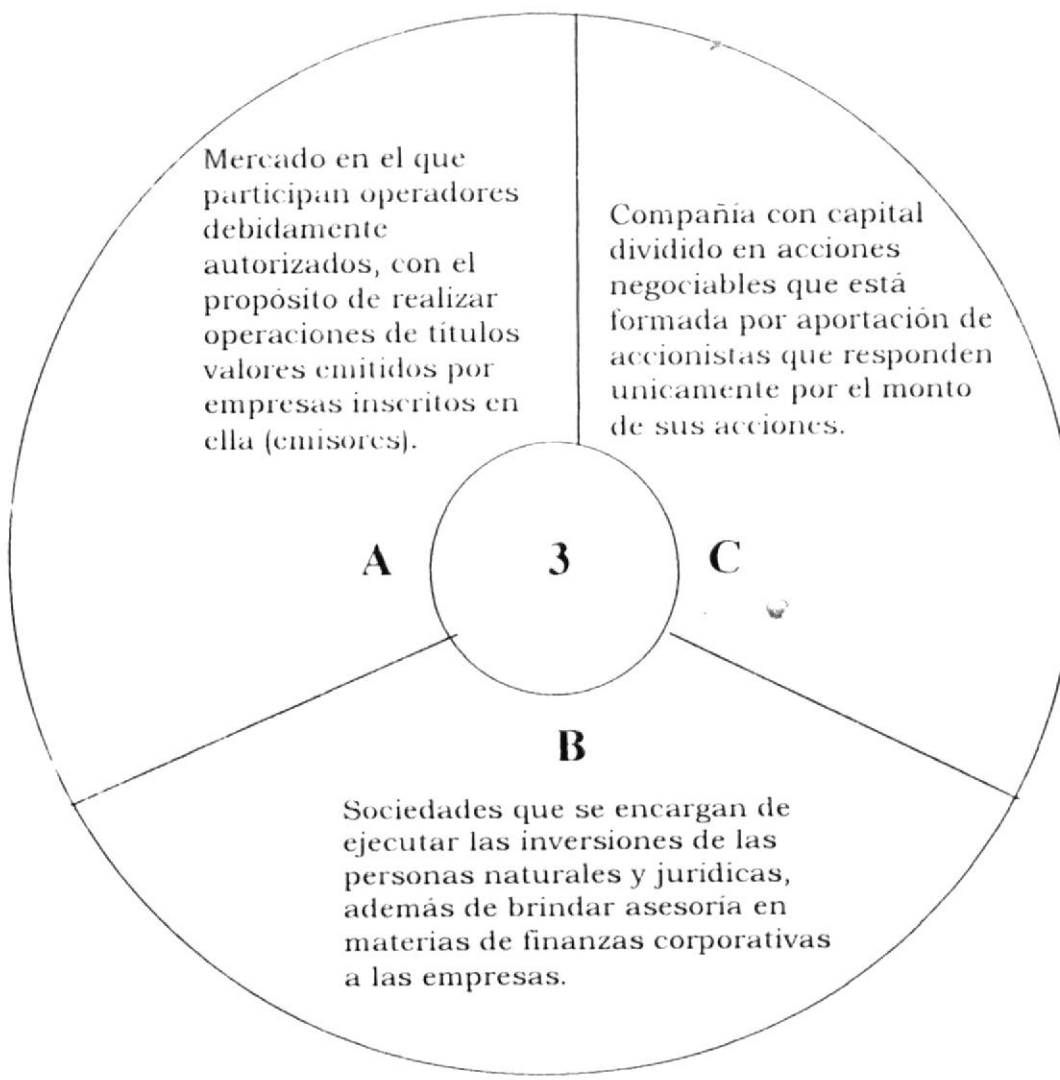
PLANTILLA PUBLICO EN GENERAL
PREGUNTA No. 1

ANEXO 33



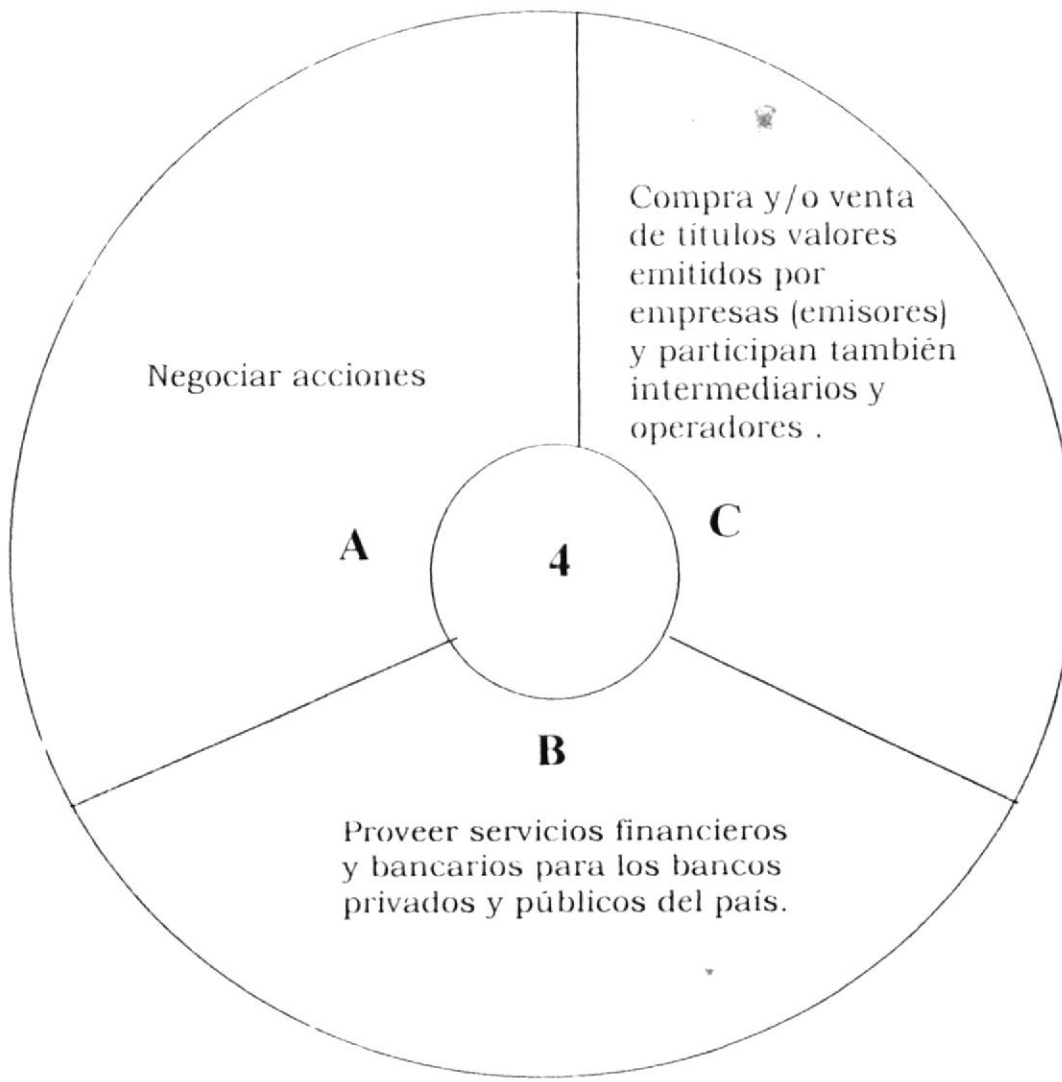
PLANTILLA PUBLICO EN GENERAL
PREGUNTA No. 2

ANEXO 34



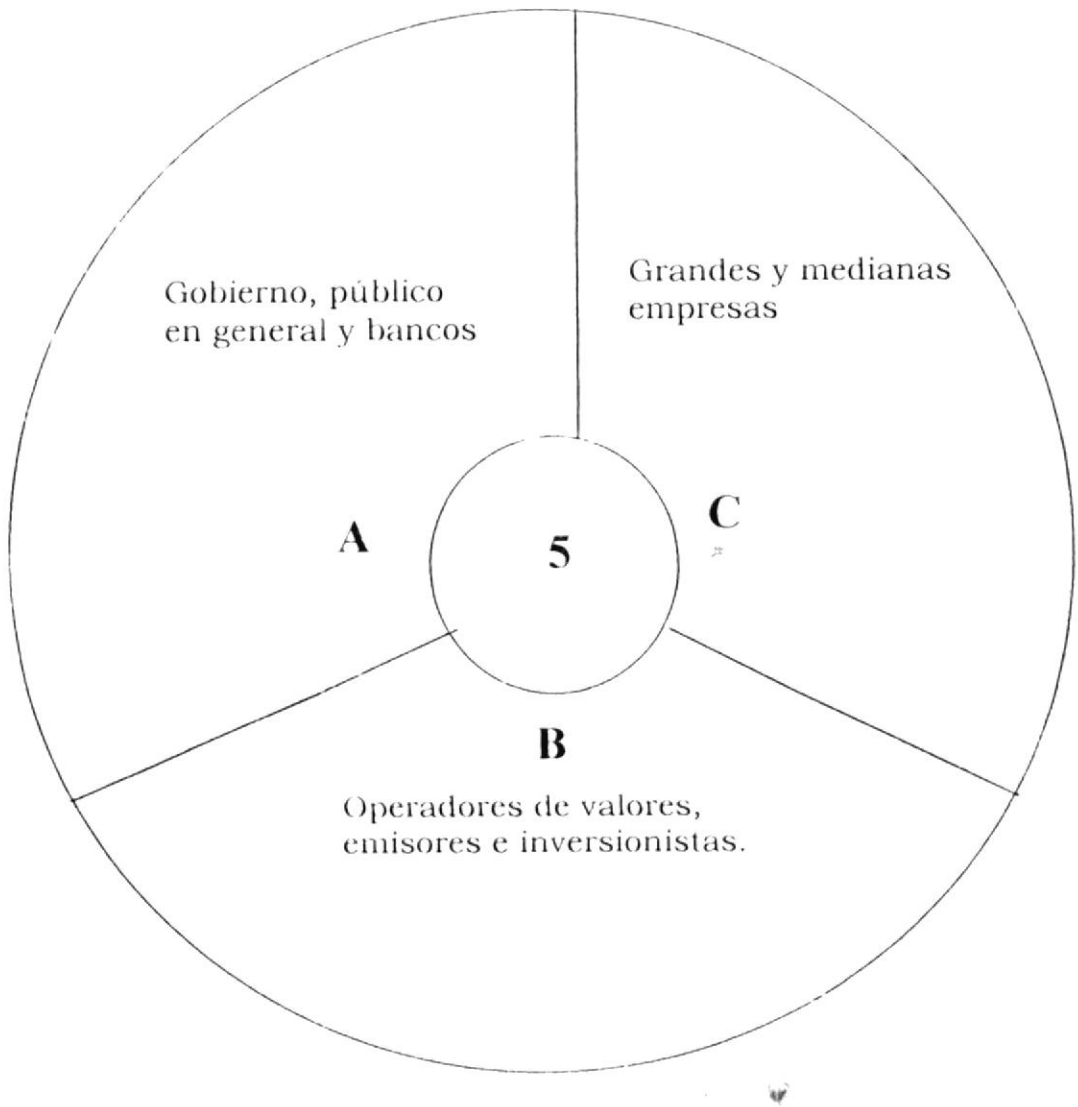
PLANTILLA PUBLICO EN GENERAL
PREGUNTA No.3

ANEXO 35



PLANTILLA PUBLICO EN GENERAL
PREGUNTA No.4

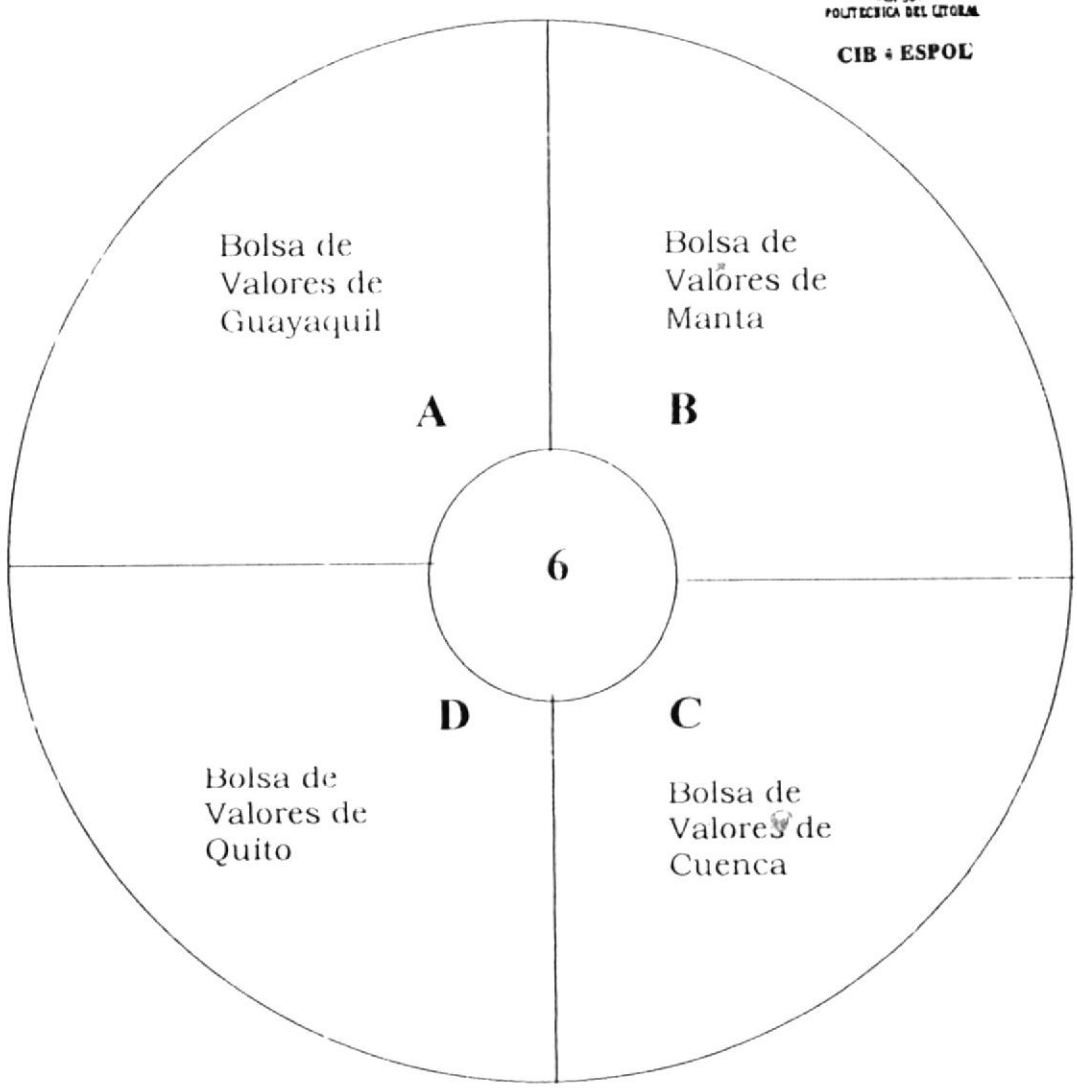
ANEXO 36



PLANTILLA PUBLICO EN GENERAL
PREGUNTA No.5

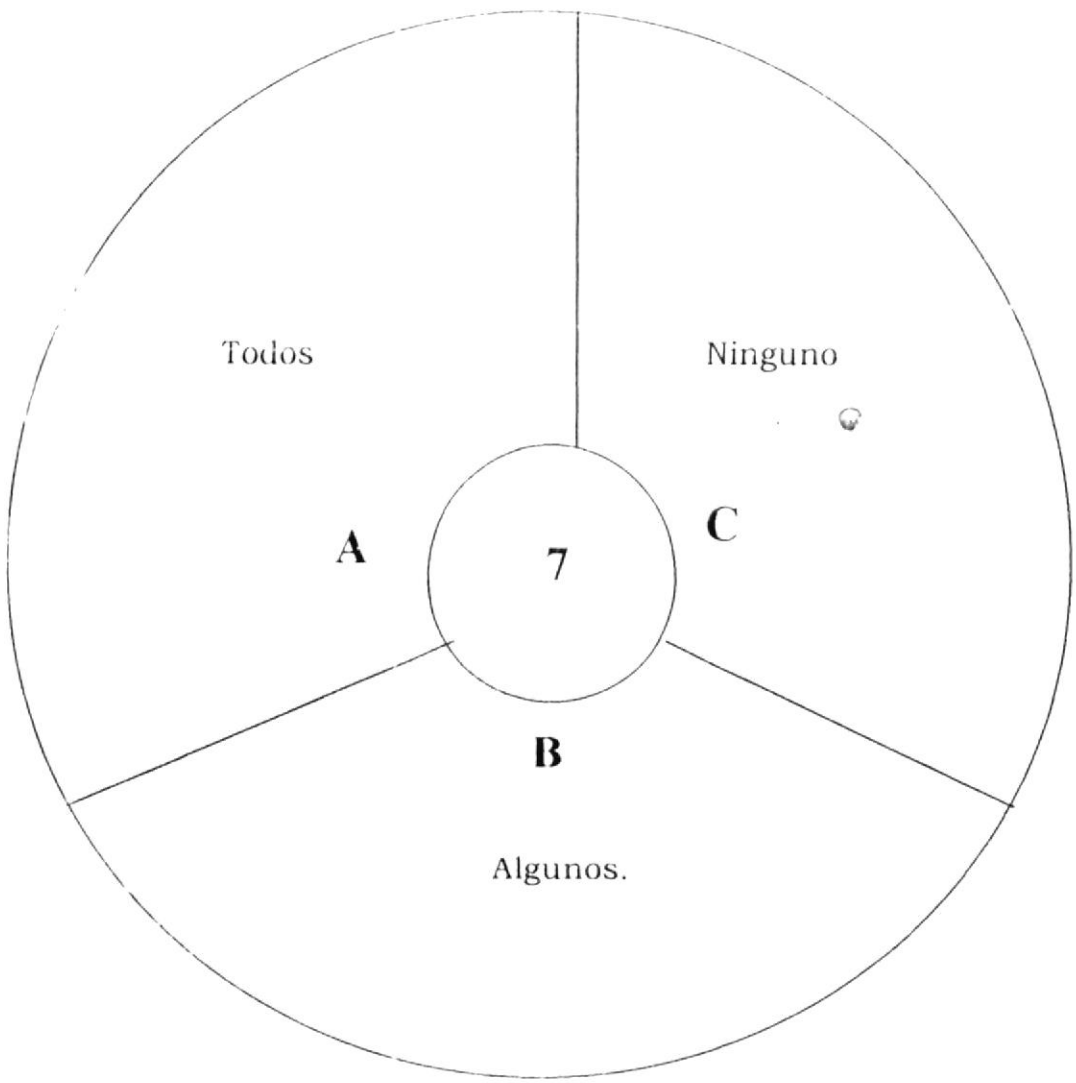
ANEXO 37

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
CIB - ESPOL



PLANTILLA PUBLICO EN GENERAL
PREGUNTA No.6

ANEXO 38



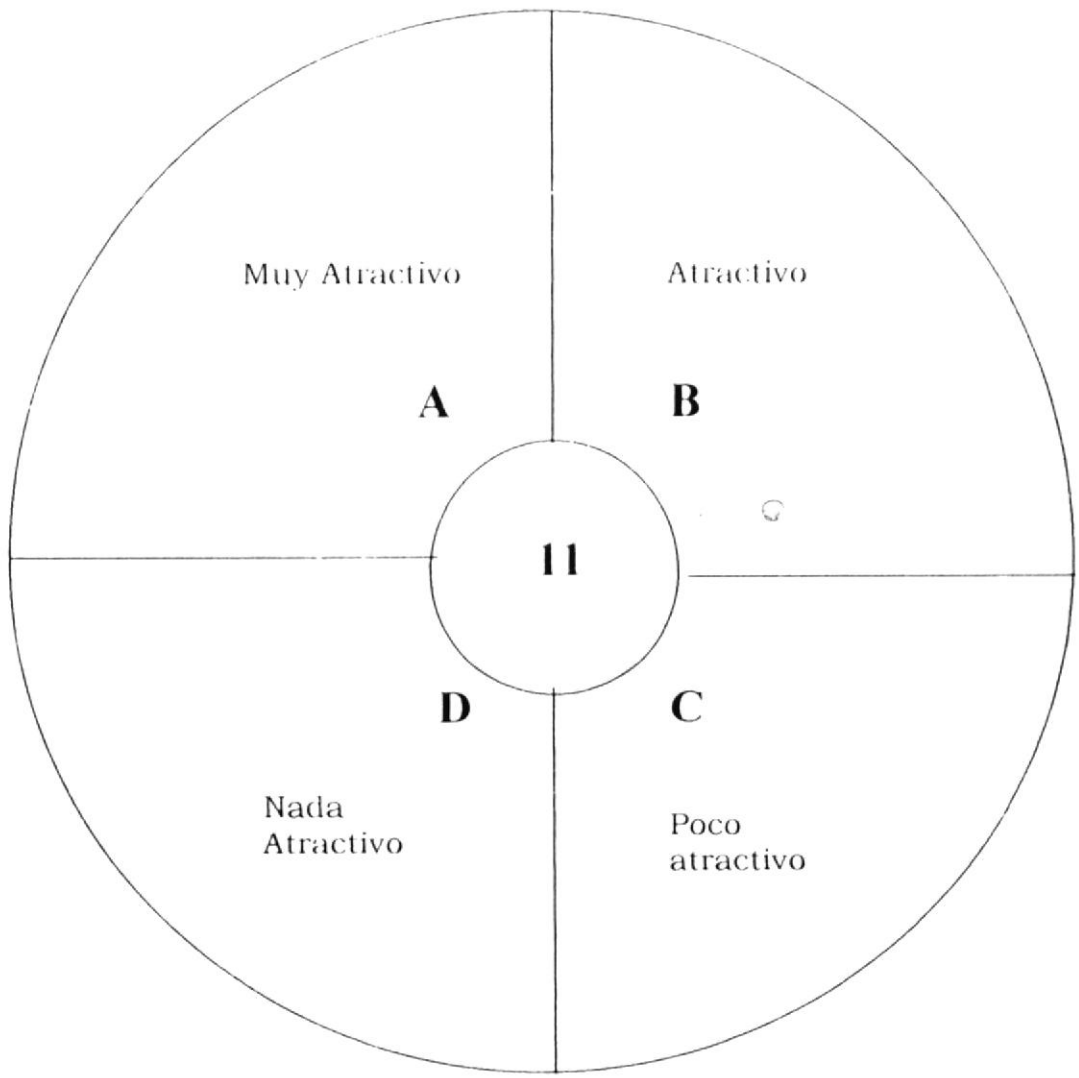
ENCUESTA PUBLICO EN GENERAL
PREGUNTA No.7

ANEXO 39

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
14. Conferencias y Cursos de Capacitación
15. Internet

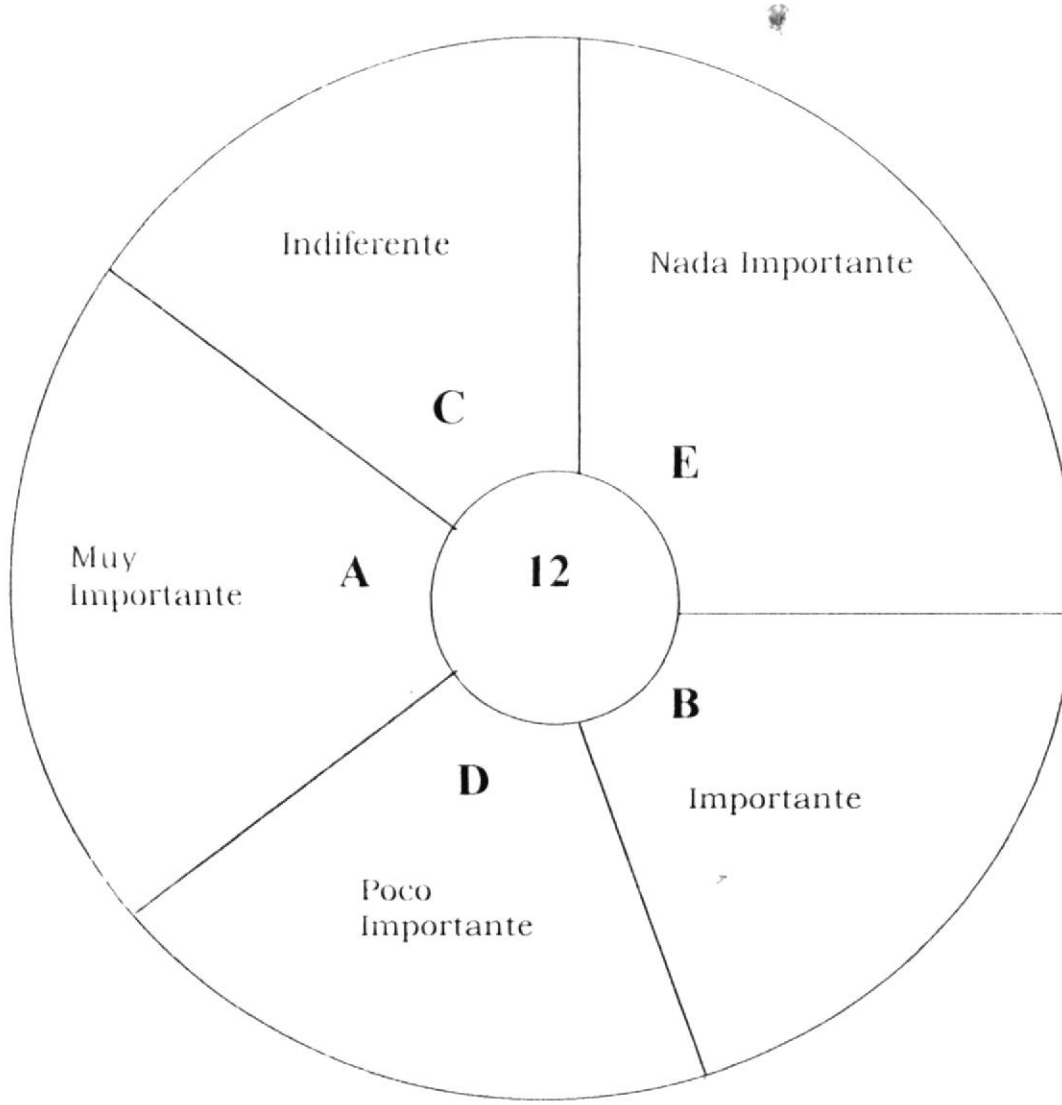
PLANTILLA PUBLICO EN GENERAL
PREGUNTA No 8

ANEXO 40



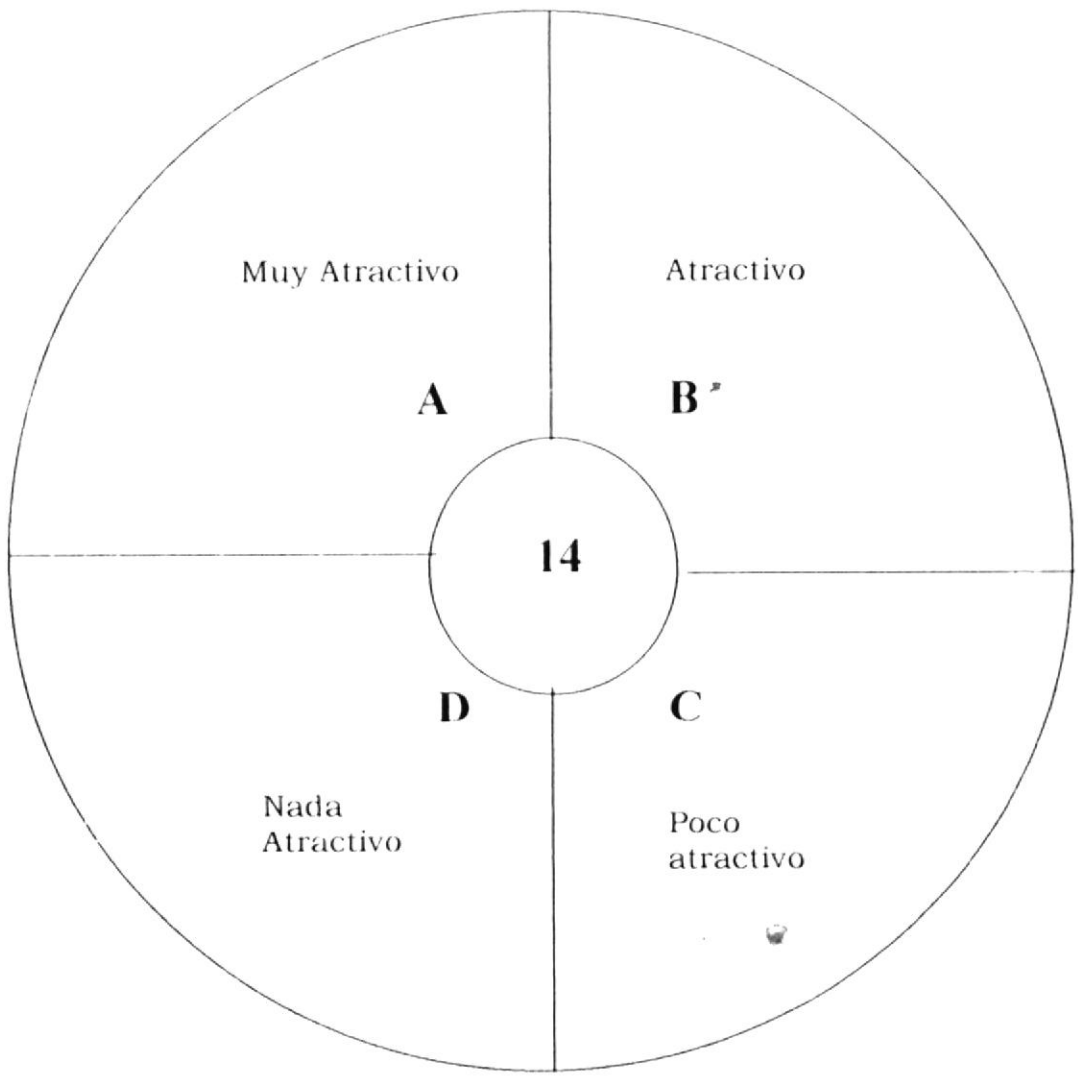
PLANTILLA PUBLICO EN GENERAL
PREGUNTA No.11

ANEXO 41



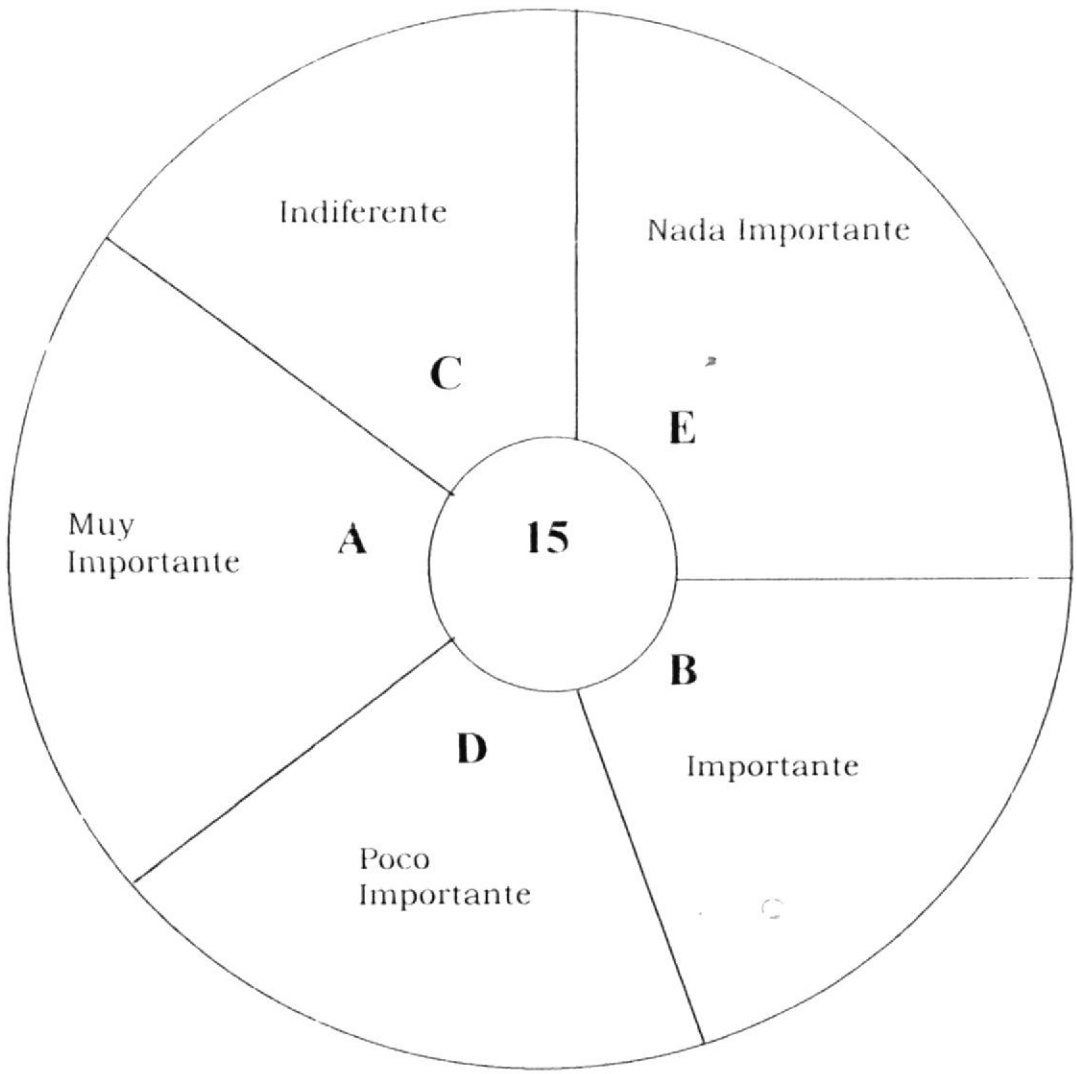
PLANTILLA PUBLICO EN GENERAL
PREGUNTA No.12

ANEXO 42



PLANTILLA PUBLICO EN GENERAL
PREGUNTA No.14

ANEXO 43



PLANTILLA PUBLICO EN GENERAL
PREGUNTA No.15

ANEXO 44

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 tosa 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

PLANTILLA PUBLICO EN GENERAL
PREGUNTA No. 16

INDICE DE CUADROS

2.2. **ANALISIS GENERAL INTERNO DE LA BVG**

Cuadro 2.2 Matriz de Decisión de Compra 72

Cuadro 2.3 Propósitos para cada Segmento de Interés 8

3.9.1 SELECCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Cuadro 3.1 Segmentación de Estudiantes Universitarios 110

3.10 DISEÑO DEL CUESTIONARIO

Cuadro 3.2 Proceso de la Investigación. 111

4.1.1 TABLAS DE CLIENTES INTERNOS

Cuadro 4.1 Grado de conocimiento del target del servicio Rueda a Viva Voz 127

Cuadro 4.2 Grado de conocimiento del target del servicio Rueda Electrónica 128

Cuadro 4.3 Grado de conocimiento del target del servicio Compensación Electrónica 129

Cuadro 4.4 Grado de conocimiento del target del producto Infobursátil 130

Cuadro 4.5 Grado de conocimiento del target del producto Manual de Renta Fija 131

Cuadro 4.6	Grado de conocimiento del target del servicio DECEVALE	132
Cuadro 4.7	Grado de conocimiento del target del servicio Reuters (Datatec)	133
Cuadro 4.8	Grado de conocimiento del target del producto Al Cierre	134
Cuadro 4.9	Grado de conocimiento del target del servicio Módulo Valorizador	135
Cuadro 4.10	Grado de conocimiento del target del producto Transparencia	136
Cuadro 4.11	Grado de conocimiento del target del producto Capital	137
Cuadro 4.12	Grado de conocimiento del target del producto Diccionario Financiero y Bursátil	138
Cuadro 4.13	Grado de conocimiento del target del producto Guía Didáctica del Mercado	139
Cuadro 4.14	Grado de conocimiento del target del servicio Conferencia y Cursos de Capacitación	140
Cuadro 4.15	Grado de conocimiento del target del servicio Página WEB	141
Cuadro 4.16	Grado de conocimiento de las razones principales para desarrollar productos dentro de la BVG	142

Cuadro 4.17 Nivel de conocimiento de las características de los productos y servicios de la BVG 143

4.1.2 TABLAS DE CLIENTES EXTERNOS

4.1.2.1 TABLAS CLIENTES EXTERNOS TOTALES

Cuadro 4.18 Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil 144

Cuadro 4.19 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil 145

Cuadro 4.20 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores 145

Cuadro 4.21 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores 146

Cuadro 4.22 Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores 146

Cuadro 4.23 Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G. 147

Cuadro 4.24 Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G 147

Cuadro 4.25 Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios 148

Cuadro 4.26 Productos y servicios más utilizados 149

Cuadro 4.27 Nivel de conocimiento de los productos y servicios 150

Cuadro 4.28	Medición de la utilidad de la información	150
Cuadro 4.29	Satisfacción del precio de los productos y Servicios	151
Cuadro 4.30	Satisfacción de los productos y servicios	151
Cuadro 4.31	Oportunidad de los productos	152
Cuadro 4.32	Facilidad de comunicación	152
Cuadro 4.33	Necesidad de productos diferentes a los que ofrece la BVG	153
4.1.2.2	**TABLAS CASAS DE VALORES**	
Cuadro 4.34	Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil	154
Cuadro 4.35	Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil	155
Cuadro 4.36	Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores	155
Cuadro 4.37	Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores	156
Cuadro 4.38	Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores	156
Cuadro 4.39	Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G.	157
Cuadro 4.40	Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G	157

Cuadro 4.41 Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios 158

Cuadro 4.42 Productos y servicios más utilizados 159

Cuadro 4.43 Nivel de conocimiento de los productos y servicios 160

Cuadro 4.44 Medición de la utilidad de la información 160

Cuadro 4.45 Satisfacción del precio de los productos y servicios 161

Cuadro 4.46 Satisfacción de los productos y servicios 161

Cuadro 4.47 Oportunidad de los productos 162

Cuadro 4.48 Facilidad de comunicación 162

Cuadro 4.49 Necesidad de productos diferentes 163

4.1.2.3 TABLAS DE EMISORES

4.1.2.3.1 TABLAS DE EMISORES TOTALES

Cuadro 4.50 Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil 164

Cuadro 4.51 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil 165

Cuadro 4.52 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores 165

Cuadro 4.53 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores 166

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
1958
GUAYAQUIL
BIBLIOTECA

Cuadro 4.54 Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores 166

Cuadro 4.55 Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G. 167

Cuadro 4.56 Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G 167

Cuadro 4.57 Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios 168

Cuadro 4.58 Productos y servicios más utilizados 169

Cuadro 4.59 Nivel de conocimiento de los productos y servicios 170

Cuadro 4.60 Medición de la utilidad de la información 170

Cuadro 4.61 Satisfacción del precio de los productos y servicios 170

Cuadro 4.62 Satisfacción de los productos y servicios 171

Cuadro 4.63 Oportunidad de los productos 171

Cuadro 4.64 Facilidad de comunicación 171

Cuadro 4.65 Necesidad de productos diferentes a los que ofrece la BVG 172

4.1.2.3.2 TABLAS DE EMISORES DE GUAYAQUIL

Cuadro 4.66	Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil	173
Cuadro 4.67	Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil	174
Cuadro 4.68	Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores	174
Cuadro 4.69	Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores	175
Cuadro 4.70	Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores	175
Cuadro 4.71	Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G.	176
Cuadro 4.72	Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G	176
Cuadro 4.73	Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios	177
Cuadro 4.74	Productos y servicios más utilizados	178
Cuadro 4.75	Nivel de conocimiento de los productos y servicios	179
Cuadro 4.76	Medición de la utilidad de la información	179
Cuadro 4.77	Satisfacción del precio de los productos y servicios	180
Cuadro 4.78	Satisfacción de los productos y servicios	180

Cuadro 4.79 Oportunidad de los productos 181

Cuadro 4.80 Facilidad de comunicación 181

Cuadro 4.81 Necesidad de productos diferentes a los que ofrece la BVG 181

4.1.2.3.3 TABLAS DE EMISORES DE QUITO

Cuadro 4.82 Conocimiento del Mercado Bursátil 183

Cuadro 4.83 Conocimiento del mercado bursátill 184

Cuadro 4.84 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores 184

Cuadro 4.85 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores 185

Cuadro 4.86 Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores 185

Cuadro 4.87 Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G. 186

Cuadro 4.88 Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G 186

Cuadro 4.89 Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios 187

Cuadro 4.90 Productos y servicios más utilizados 188

Cuadro 4.91 Nivel de conocimiento de los productos y servicios 189

Cuadro 4.92	Medición de la utilidad de la información	189
Cuadro 4.93	Satisfacción del precio de los productos y servicios	189
Cuadro 4.94	Satisfacción de los productos y servicios	190
Cuadro 4.95	Oportunidad de los productos	190
Cuadro 4.96	Facilidad de comunicación	190
Cuadro 4.97	Necesidad de productos en los clientes	191

4.1.2.3.4 TABLAS DE EMISORES DE CUENCA

Cuadro 4.98	Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil	192
Cuadro 4.99	Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil	193
Cuadro 4.100	Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores	193
Cuadro 4.101	Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores	194
Cuadro 4.102	Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores	194
Cuadro 4.103	Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G.	195
Cuadro 4.104	Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G	195
Cuadro 4.105	Nivel de posicionamiento de nombres de los	

	productos y servicios	196
Cuadro 4.106	Productos y servicios más utilizados	197
Cuadro 4.107	Nivel de conocimiento de los productos y servicios	198
Cuadro 4.108	Medición de la utilidad de la información	198
Cuadro 4.109	Satisfacción del precio de los productos y servicios	198
Cuadro 4.110	Satisfacción de los productos y servicios	199
Cuadro 4.111	Oportunidad de los productos	199
Cuadro 4.112	Facilidad de comunicación	199
Cuadro 4.113	Necesidad de productos en los clientes	200
4.1.2.4	**TABLAS DE ADMINISTRADORAS DE FONDOS**	
Cuadro 4.114	Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil	201
Cuadro 4.115	Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil	202
Cuadro 4.116	Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores	203
Cuadro 4.117	Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores	204
Cuadro 4.118	Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores	204

Cuadro 4.119	Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G.	205
Cuadro 4.120	Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G	205
Cuadro 4.121	Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios	206
Cuadro 4.122	Productos y servicios más utilizados	207
Cuadro 4.123	Nivel de conocimiento de los productos y servicios	208
Cuadro 4.124	Medición de la utilidad de la información	208
Cuadro 4.125	Satisfacción del precio de los productos y servicios	209
Cuadro 4.126	Satisfacción de los productos y servicios	209
Cuadro 4.127	Oportunidad de los productos	210
Cuadro 4.128	Facilidad de comunicación	210
Cuadro 4.129	Necesidad de productos diferentes	211
4.1.2.5	**TABLAS DE ASISTENTES A SEMINARIOS**	
Cuadro 4.130	Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil	212
Cuadro 4.131	Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil	212

Cuadro 4.132	Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores	213
Cuadro 4.133	Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores	213
Cuadro 4.134	Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores	214
Cuadro 4.135	Clientes Potenciales cautivos	214
Cuadro 4.136	Nivel de posicionamiento de nombres de productos y/o servicios	215
Cuadro 4.137	Medición de la Utilidad de la Información	216
Cuadro 4.138	Satisfacción del precio de los productos y servicios	216
Cuadro 4.139	Satisfacción productos y servicios de la BVG	217
Cuadro 4.140	Necesidad de productos diferentes	217
4.1.2.6	**TABLAS DE EMPRESAS CANCELADAS**	
Cuadro 4.141	Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil	218
Cuadro 4.142	Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil	219
Cuadro 4.143	Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores	219
Cuadro 4.144	Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores	220

Cuadro 4.145 Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores 220

Cuadro 4.146 Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G. 221

Cuadro 4.147 Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G 221

Cuadro 4.148 Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios 222

Cuadro 4.149 Productos y servicios más utilizados 223

Cuadro 4.150 Nivel de conocimiento de los productos y servicios 224

Cuadro 4.151 Medición de la utilidad de la información 224

Cuadro 4.152 Satisfacción del precio de los productos y servicios 225

Cuadro 4.153 Satisfacción de los productos y servicios 225

Cuadro 4.154 Oportunidad de los productos 226

Cuadro 4.155 Facilidad de comunicación 226

Cuadro 4.156 Necesidad de productos en los clientes 227

4.1.3 TABLAS DE PÚBLICO EN GENERAL

4.1.3.1 TABLAS DE PÚBLICO EN GENERAL TOTALES

Cuadro 4.157 Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil 228

Cuadro 4.158	Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil	229
Cuadro 4.159	Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores	229
Cuadro 4.160	Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores	230
Cuadro 4.161	Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores	230
Cuadro 4.162	Nivel de conocimiento del mercado bursátil en Ecuador	231
Cuadro 4.163	Conocimiento de productos y servicios de la BVG	231
Cuadro 4.164	Nivel de conocimiento de productos y servicios	232
Cuadro 4.165	Conocimiento de las caracteristicas de los productos y servicios	233
Cuadro 4.166	Clientes Potenciales a la Inversión	233
Cuadro 4.167	Nivel de Atractividad a la Inversión	234
Cuadro 4.168	Motivaciones para la inversión	235
Cuadro 4.169	Clientes Potenciales al financiamiento	234
Cuadro 4.170	Nivel de Atractividad al financiamiento	236
Cuadro 4.171	Motivaciones para el financiamiento	237

Cuadro 4.172 Utilidad de los productos y servicios 238

Cuadro 4.173 Necesidad de nuevos productos y servicios 239

4.1.3.2 TABLAS DE EMPRESAS TOP DEL ECUADOR

4.1.3.2.1 TABLAS DE EMPRESAS TOP TOTALES

Cuadro 4.174 Cargos de los ejecutivos encuestados de empresas Top Totales 240

Cuadro 4.175 Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil 241

Cuadro 4.176 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil 241

Cuadro 4.177 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores 242

Cuadro 4.178 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores 242

Cuadro 4.179 Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores 243

Cuadro 4.180 Nivel de conocimiento del mercado bursátil en Ecuador 243

Cuadro 4.181 Nivel de conocimiento de productos y servicios de la BVG 244

Cuadro 4.182 Nivel de conocimiento de productos y servicios 245

Cuadro 4.183 Conocimiento de las características de los productos y servicios 246

Cuadro 4.184 Clientes Potenciales a la Inversión 246

Cuadro 4.185 Nivel de Atractividad a la Inversión 247

Cuadro 4.186 Motivaciones para la inversión 248

Cuadro 4.187 Clientes Potenciales al financiamiento 249

Cuadro 4.188 Nivel de Atractividad al financiamiento 249

Cuadro 4.189 Motivaciones para el financiamiento 250

Cuadro 4.190 Necesidades de los productos y servicios actuales 251

Cuadro 4.191 Necesidad de nuevos productos y servicios 252

4.1.3.2.2 TABLAS DE EMPRESAS TOP GUAYAQUIL

Cuadro 4.192 Cargos de los ejecutivos encuestados de empresas Top Guayaquil 253

Cuadro 4.193 Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil 254

Cuadro 4.194 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil 254

Cuadro 4.195 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores 255

Cuadro 4.196 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores 255

Cuadro 4.197 Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores 256

Cuadro 4.198 Nivel de conocimiento del mercado bursátil en Ecuador 256

Cuadro 4.199 Conocimiento de productos y servicios de la BVG 257

Cuadro 4.200 Nivel de conocimiento de productos y servicios 258

Cuadro 4.201 Conocimiento de las características de los productos y servicios 259

Cuadro 4.202 Clientes Potenciales a la Inversión 259

Cuadro 4.203 Nivel de Atractividad a la Inversión 260

Cuadro 4.204 Motivaciones para la inversión 261

Cuadro 4.205 Clientes Potenciales al financiamiento 262

Cuadro 4.206 Nivel de Atractividad al financiamiento 262

Cuadro 4.207 Motivaciones para el financiamiento 263

Cuadro 4.208 Utilidad de los productos y servicios 264

Cuadro 4.209 Necesidad de nuevos productos y servicios 265

4.1.3.1.3 TABLAS DE EMPRESAS TOP QUITO

Cuadro 4.210 Cargos de los ejecutivos encuestados de empresas Top Quito 266

Cuadro 4.211 Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil 267

POLITECNICA DEL LITORAL
CIB - ESPOL
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
BIBLIOTECA

Cuadro 4.212	Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil	267
Cuadro 4.213	Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores	268
Cuadro 4.214	Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores	268
Cuadro 4.215	Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores	269
Cuadro 4.216	Nivel de conocimiento del mercado bursátil en Ecuador	269
Cuadro 4.217	Conocimiento de productos y servicios de la BVG	270
Cuadro 4.218	Nivel de conocimiento de productos y servicios	271
Cuadro 4.219	Conocimiento de las caracteristicas de los productos y servicios	272
Cuadro 4.220	Clientes Potenciales a la Inversión	272
Cuadro 4.221.	Nivel de Atractividad a la Inversión	273
Cuadro 4.222.	Motivaciones para la inversión	274
Cuadro 4.223.	Clientes Potenciales al financiamiento	275
Cuadro 4.224.	Nivel de Atractividad al financiamiento	275
Cuadro 4.225.	Motivaciones para el financiamiento	276

Cuadro 4.226. Necesidad de los productos y servicios actuales 277

Cuadro 4.227. Necesidad de nuevos productos y servicios 278

4.1.3.2.4 TABLAS DE EMPRESAS TOP CUENCA

Cuadro 4.228. Cargos de los ejecutivos encuestados de empresas Top Cuenca 279

Cuadro 4.229. Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil 280

Cuadro 4.230. Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil 280

Cuadro 4.231. Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores 281

Cuadro 4.232. Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores 281

Cuadro 4.233. Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores 282

Cuadro 4.234. Nivel de conocimiento del mercado bursátil en Ecuador 282

Cuadro 4.235. Conocimiento de productos y servicios de la BVG 283

Cuadro 4.236. Nivel de conocimiento de productos y servicios 284

Cuadro 4.237.	Conocimiento de las características de los productos y servicios	285
Cuadro 4.238.	Clientes Potenciales a la Inversión	285
Cuadro 4.239.	Nivel de Atractividad a la Inversión	286
Cuadro 4.240.	Motivaciones para la inversión	287
Cuadro 4.241.	Clientes Potenciales al financiamiento	288
Cuadro 4.242.	Nivel de Atractividad al financiamiento	288
Cuadro 4.243.	Motivaciones para el financiamiento	289
Cuadro 4.244.	Utilidad de los productos y servicios	290
Cuadro 4.245.	Necesidad de nuevos productos y servicios	291
4.1.3.3	**TABLAS DE PROFESIONALES**	
Cuadro 4.246.	Cargos de los profesionales encuestados	292
Cuadro 4.247.	Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil	292
Cuadro 4.248.	Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil	293
Cuadro 4.249.	Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores	293
Cuadro 4.250.	Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores	294
Cuadro 4.251.	Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores	294

Cuadro 4.252. Nivel de conocimiento del mercado bursátil en Ecuador 295

Cuadro 4.253. Conocimiento de productos y servicios de la BVG 295

Cuadro 4.254. Nivel de conocimiento de productos y servicios 296

Cuadro 4.255. Conocimiento de las características de los productos y servicios 297

Cuadro 4.256. Clientes Potenciales a la Inversión 297

Cuadro 4.257. Nivel de Atractividad a la Inversión 298

Cuadro 4.258. Motivaciones para la inversión 299

Cuadro 4.259. Clientes Potenciales al financiamiento 300

Cuadro 4.260. Nivel de Atractividad al financiamiento 300

Cuadro 4.261. Motivaciones para el financiamiento 301

Cuadro 4.262. Necesidad de los productos y servicios actuales 302

Cuadro 4.263. Necesidad de nuevos productos y servicios 303

4.1.3.4. TABLAS DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

Cuadro 4.264. Carreras de los estudiantes universitarios encuestados 304

Cuadro 4.265. Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil 305
A: Por universidades
B: Por carreras

Cuadro 4.266. Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil 306
A: Por universidades
B: Por carreras

Cuadro 4.267. Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores 307
A: Por universidades
B: Por carreras

Cuadro 4.268. Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores 308
A: Por universidades
B: Por carreras

Cuadro 4.269. Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores 309
A: Por universidades
B: Por carreras

Cuadro 4.270. Nivel de conocimiento del mercado bursátil en Ecuador 310
A: Por universidades

B: Por carreras

Cuadro 4.271. Conocimiento de productos y servicios de la BVG 311

A: Por universidades

B: Por carreras

Cuadro 4.272. Nivel de conocimiento de productos y servicios

A: Por universidades 312

B: Por carreras 315

Cuadro 4.273. Conocimiento de las características de los productos y servicios 314

A: Por universidades

B: Por carreras

Cuadro 4.274. Clientes Potenciales a la Inversión 313

A: Por universidades

B: Por carreras

Cuadro 4.275. Nivel de Atractividad a la Inversión 316

A: Por universidades

B: Por carreras

Cuadro 4.276. Motivaciones para la inversión 317

Cuadro 4.277. Clientes Potenciales al financiamiento 318

A: Por universidades

B: Por carreras

Cuadro 4.278. Nivel de Atractividad al financiamiento 319

A: Por universidades

B: Por carreras

Cuadro 4.279. Motivaciones para el financiamiento 320

Cuadro 4.280. Necesidades de los productos y servicios Actuales

A: Por universidades 321

B: Por carreras 322

Cuadro 4.281. Necesidad de nuevos productos y servicios 323

A: Por universidades

B: Por carreras

4.3.1.1. GRÁFICOS Y ANÁLISIS DE CLIENTES EXTERNOS TOTALES

Cuadro 4.282 Indices de Clientes Externos Totales 346

Cuadro 4.283 Indices de Casas de Valores 366

Cuadro 4.284 Indices de Emisores Totales 386

Cuadro 4.285 Indices de Administradoras de Fondos 464

Cuadro 4.286 Indices de Seminarios 486

Cuadro 4.287 Indices de Empresas Canceladas 502

Cuadro 4.288 Indices de Público en General 526

Cuadro 4.289 Indices de Empresas Top 550

Cuadro 4.290 Indices de Profesionales 627

Cuadro 4.291 Indices de Estudiantes Universitarios 654

Cuadro 4.292 Atributos que motivan a la Inversión o al Financiamiento 713

V **PLAN DE MARKETING**

Cuadro 5.1 Macrosegmentación de la B.V.G. Mercado Objetivo 721

Cuadro 5.2 Desarrollo de Producto. Principal y agregados 723

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL 1958 GUAYAQUIL
BIBLIOTECA

INDICE DE GRAFICOS

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

Ilustración 1.1 Panorámica de la Rueda de Piso de la Bolsa de Valores de Guayaquil. Fondo: Fachada Bolsa de Valores de Guayaquil. 27

1.2.1.Análisis Bursátil

Gráfico 2.1 Operaciones en B.V.G. 1998 según tipo de papel 51

2.2. ANALISIS GENERAL INTERNO DE LA BVG

Gráfico 2.2 Análisis de Porter 64

Gráfico 2.3 Matriz Importancia Resultado 70

Gráfico 2.4. Matriz BCG, Análisis Renta Variable Valores Efectivos negociados B.V.G.- B.V.Q. 74

Gráfico 2.5 Matriz BCG, Análisis Renta Variable Valores Ajustados B.V.G.- B.V.Q. 75

Gráfico 2.6 Matriz BCG, Análisis Renta Fija
Valores Efectivos en sucres B.V.G.- B.V.Q. 76

Gráfico 2.7 Matriz BCG, Análisis Renta Fija
Valores Ajustado efectivo en sucres
B.V.G.- B.V.Q. 77

Gráfico 2.8 Matriz BCG, Análisis Total negociado
Valores efectivos en sucres B.V.G.- B.V.Q. 78

Gráfico 2.9 Matriz BCG, Análisis Total negociado
Valores Ajustados efectivos en sucres
B.V.G.- B.V.Q. 80

4.3.1. GRAFICOS Y ANALISIS DE CLIENTES INTERNOS

Gráfico 4.1 Grado de conocimiento del target del servicio
Rueda a Viva Voz 326

Gráfico 4.2 Grado de conocimiento del target del servicio
Rueda Electrónica 327

Gráfico 4.3 Grado de conocimiento del target del servicio
Compensación Electrónica 328

Gráfico 4.4 Grado de conocimiento del target del
producto Infobursátil 329

Gráfico 4.5 Grado de conocimiento del target del
producto Manual de Renta Fija 330

Gráfico 4.6 Grado de conocimiento del target del

servicio DECEVALE 331

Gráfico 4.7 Grado de conocimiento del target del servicio Reuters (Datatec) 332

Gráfico 4.8 Grado de conocimiento del target del producto Al Cierre 333

Gráfico 4.9 Grado de conocimiento del target del servicio Módulo Valorizador 334

Gráfico 4.10 Grado de conocimiento del target del Producto Transparencia 335

Gráfico 4.11 Grado de conocimiento del target del producto Capital 336

Gráfico 4.12 Grado de conocimiento del target del Producto Diccionario Financiero y Bursátil 337

Gráfico 4.13 Grado de conocimiento del target del producto Guia Didáctica del Mercado 338

Gráfico 4.14 Grado de conocimiento del target del servicio Conferencia y Cursos de Capacitación 339

Gráfico 4.15 Grado de conocimiento del target del servicio Página WEB 340

Gráfico 4.16 Grado de conocimiento de las razones Principales para desarrollar productos dentro de la BVG 341

Gráfico 4.17 Nivel de conocimiento de las características de los productos y servicios de la BVG 342

4.3.2. GRÀFICOS Y ANÀLISIS DE CLIENTES EXTERNOS

4.3.2.1. GRÀFICOS Y ANÀLISIS DE CLIENTES EXTERNOS TOTALES

Gráfico 4.18 Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil 348

Gráfico 4.19 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil 349

Gráfico 4.20 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores 350

Gráfico 4.21 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores 351

Gráfico 4.22 Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores 352

Gráfico 4.23 Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G. 353

Gráfico 4.24 Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G 354

Gráfico 4.25 Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios 355

Gráfico 4.26 Importancia de utilización de productos y servicios para clientes 356

Gráfico 4.27 Nivel de conocimiento de los productos y servicios 357

Gráfico 4.28 Medición de la utilidad de la información 358

Gráfico 4.29 Satisfacción del precio de los productos y servicios 359

Gráfico 4.30 Satisfacción de los productos y servicios 360

Gráfico 4.31 Oportunidad de los productos 361

Gráfico 4.32 Facilidad de comunicación 362

Gráfico 4.33 Necesidad de productos diferentes a los que ofrece la BVG 363

4.3.2.2. GRÀFICOS Y ANÀLISIS DE CASAS DE VALORES

Gráfico 4.34 Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil 368

Gráfico 4.35 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil 369

Gráfico 4.36 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores 370

Gráfico 4.37 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores 371

Gráfico 4.38 Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores 372

Gráfico 4.39 Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G. 373

Gráfico 4.40 Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G 373

Gráfico 4.41 Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios 374

Gráfico 4.42 Importancia de utilización de productos y servicios para clientes 375

Gráfico 4.43 Nivel de conocimiento de los productos y servicios 376

Gráfico 4.44 Medición de la utilidad de la información 377

Gráfico 4.45 Satisfacción del precio de los productos y servicios 378

Gráfico 4.46 Satisfacción de los productos y servicios 378

Gráfico 4.47 Oportunidad de los productos 379

Gráfico 4.48 Facilidad de comunicación 380

Gráfico 4.49 Necesidad de productos diferentes a los que ofrece la BVG 381

4.3.2.3.1. GRÀFICOS Y ANÀLISIS DE EMISORES TOTALES

Gráfico 4.50 Cargos de los ejecutivos de empresas Emisores Totales 388

Gráfico 4.51 Actividades de empresas Emisores Totales 389

Gráfico 4.52	Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil	390
Gráfico 4.53	Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil	391
Gráfico 4.54	Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores	392
Gráfico 4.55	Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores	393
Gráfico 4.56	Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores	394
Gráfico 4.57	Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G.	395
Gráfico 4.58	Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G	396
Gráfico 4.59	Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios	397
Gráfico 4.60	Importancia de utilización de productos y servicios para clientes	398
Gráfico 4.61	Nivel de conocimiento de los productos y servicios	399
Gráfico 4.62	Medición de la utilidad de la información	400
Gráfico 4.63	Satisfacción del precio de los productos y servicios	401

Gráfico 4.64 Satisfacción de los productos y servicios 402

Gráfico 4.65 Oportunidad de los productos 403

Gráfico 4.66 Facilidad de comunicación 404

Gráfico 4.67 Necesidad de productos diferentes a los que ofrece la BVG 405

4.3.2.3.2. GRÀFICOS Y ANÀLISIS DE EMISORES DE GUAYAQUIL

Gráfico 4.68 Cargos de los ejecutivos de empresas Emisores Guayaquil 406

Gráfico 4.69 Actividades de empresas Emisores Guayaquil 407

Gráfico 4.70 Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil 408

Gráfico 4.71 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil 409

Gráfico 4.72 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores 410

Gráfico 4.73 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores 411

Gráfico 4.74 Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores 412

Gráfico 4.75 Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G. 413

Gráfico 4.76 Medición del grado futuro de trabajo

de la B.V.G 414

Gráfico 4.77 Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios 415

Gráfico 4.78 Importancia de utilización de productos y servicios para clientes 416

Gráfico 4.79 Nivel de conocimiento de los productos y servicios 417

Gráfico 4.80 Medición de la utilidad de la información 418

Gráfico 4.81 Satisfacción del precio de los productos y servicios 419

Gráfico 4.82 Satisfacción de los productos y servicios 420

Gráfico 4.83 Oportunidad de los productos 421

Gráfico 4.84 Facilidad de comunicación 422

Gráfico 4.85 Necesidad de productos diferentes a los que ofrece la BVG 423

4.3.2.3.3 GRÀFICOS Y ANÀLISIS DE EMISORES DE QUITO

Gráfico 4.86 Cargos de los ejecutivos de empresas Emisores Quito 424

Gráfico 4.87 Actividades de empresas Emisores Quito 425

Gráfico 4.88 Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil 426

CIB - ESPOL

Gráfico 4.89 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil 427

Gráfico 4.90 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores 428

Gráfico 4.91 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores 429

Gráfico 4.92 Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores 430

Gráfico 4.93 Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G. 431

Gráfico 4.94 Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G 432

Gráfico 4.95 Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios 433

Gráfico 4.96 Productos y servicios más utilizados 434

Gráfico 4.97 Nivel de conocimiento de los productos y servicios 435

Gráfico 4.98 Medición de la utilidad de la información 436

Gráfico 4.99 Satisfacción del precio de los productos y servicios 437

Gráfico 4.100 Satisfacción de los productos y servicios 438

Gráfico 4.101 Oportunidad de los productos 439

Gráfico 4.102 Facilidad de comunicación 440

Gráfico 4.103 Necesidad de productos diferentes a los que ofrece la BVG. 441

4.3.2.3.4. GRÀFICOS Y ANÀLISIS DE EMISORES DE CUENCA

Gráfico 4.104 Cargos de los ejecutivos de empresas Emisores Cuenca 442

Gráfico 4.105 Actividades de empresas Emisores Cuenca 443

Gráfico 4.106 Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil 444

Gráfico 4.107 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil 445

Gráfico 4.108 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores 446

Gráfico 4.109 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores 447

Gráfico 4.110 Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores 448

Gráfico 4.111 Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G. 449

Gráfico 4.112 Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G 450

Gráfico 4.113 Nivel de posicionamiento de nombres de los

productos y servicios 451

Gráfico 4.114 Productos y servicios para clientes 452

Gráfico 4.115 Nivel de conocimiento de los productos y servicios 453

Gráfico 4.116 Medición de la utilidad de la información 454

Gráfico 4.117 Satisfacción del precio de los productos y servicios 455

Gráfico 4.118 Satisfacción de los productos y servicios 456

Gráfico 4.119 Oportunidad de los productos 457

Gráfico 4.120 Facilidad de comunicación 458

Gráfico 4.121 Necesidad de productos diferentes a los que ofrece la BVG 459

4.3.2.4. GRÀFICOS Y ANÀLISIS DE ADMINISTRADORAS DE FONDOS

Gráfico 4.122 Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil 466

Gráfico 4.123 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil 467

Gráfico 4.124 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores 468

Gráfico 4.125 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores 469

Gráfico 4.126 Nivel de conocimiento de actores que

intervienen en una Bolsa de Valores 470

Gráfico 4.127 Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G. 471

Gráfico 4.128 Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G 472

Gráfico 4.129 Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios 473

Gráfico 4.130 Productos y servicios más utilizados 474

Gráfico 4.131 Nivel de conocimiento de los productos y servicios 475

Gráfico 4.132 Medición de la utilidad de la información 476

Gráfico 4.133 Satisfacción del precio de los productos y servicios 477

Gráfico 4.134 Satisfacción de los productos y servicios 478

Gráfico 4.135 Oportunidad de los productos 479

Gráfico 4.136 Facilidad de comunicación 480

Gráfico 4.137 Necesidad de productos diferentes a los que ofrece la BVG 481

4.3.2.5. GRÀFICOS Y ANÀLISIS DE ASISTENTES A SEMINARIOS

Gráfico 4.138 Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil 488

Gráfico 4.139 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil 489

Gráfico 4.140 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores 490

Gráfico 4.141 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores 491

Gráfico 4.142 Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores 492

Gráfico 4.143 Medición Clientes Potenciales 493

Gráfico 4.144 Conocimiento de productos y/o servicios de la B.V.G. 494

Gráfico 4.145 Utilidad de los productos y/o servicios 495

Gráfico 4.146 Satisfacción del precio de los productos y servicios 496

Gráfico 4.147 Satisfacción productos y servicios de la BVG 497

Gráfico 4.148 Necesidad de productos 498

4.3.2.6 GRÀFICOS Y ANÀLISIS DE EMPRESAS CANCELADAS

Gráfico 4.149 Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil 504

Gráfico 4.150 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil 505

Gráfico 4.151 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL BIBLIOTECA

de Valores 506

Gráfico 4.152 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores 507

Gráfico 4.153 Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores 508

Gráfico 4.154 Medición del grado actual de trabajo de la B.V.G. 509

Gráfico 4.155 Medición del grado futuro de trabajo de la B.V.G 510

Gráfico 4.156 Nivel de posicionamiento de nombres de los productos y servicios 511

Gráfico 4.157 Importancia de utilización de productos y servicios para clientes 512

Gráfico 4.158 Nivel de conocimiento de los productos y servicios 513

Gráfico 4.159 Medición de la utilidad de la información 514

Gráfico 4.160 Satisfacción del precio de los productos y servicios 515

Gráfico 4.161 Satisfacción de los productos y servicios 516

Gráfico 4.162 Oportunidad de los productos 517

Gráfico 4.163 Facilidad de comunicación 518

Gráfico 4.164 Necesidad de productos diferentes a los que

ofrece la BVG 519

4.3.3.1 **GRÀFICOS Y ANÀLISIS DE PÚBLICO EN GENERAL TOTALES**

Gráfico 4.165 Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil 528

Gráfico 4.166 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil 529

Gráfico 4.167 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores 530

Gráfico 4.168 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores 531

Gráfico 4.169 Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores 532

Gráfico 4.170 Nivel de conocimiento del mercado bursátil en Ecuador 533

Gráfico 4.171 Conocimiento de productos y servicios de la BVG 534

Gráfico 4.172 Nivel de conocimiento de productos y servicios 535

Gráfico 4.173 Conocimiento de las características de los productos y servicios 536

Gráfico 4.174 Clientes Potenciales a la Inversión 537

Gráfico 4.175 Nivel de Atractividad a la Inversión 538

Anàlisis4.176 Motivaciones para la inversión 539

Gráfico 4.177 Clientes Potenciales al financiamiento 540

Gráfico 4.178 Nivel de Atractividad al financiamiento 541

Análisis4.179 Motivaciones para el financiamiento 542

Gráfico 4.180 Utilidad de los productos y servicios 543

Gráfico 4.181 Necesidad de nuevos productos y servicios 544

4.3.3.2.1. GRÀFICOS Y ANÀLISIS DE LAS EMPRESAS TOP TOTALES

Gráfico 4.182 Cargos de los ejecutivos encuestados en empresas Top Totales 552

Gráfico 4.183 Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil 553

Gráfico 4.184 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil 554

Gráfico 4.185 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores 555

Gráfico 4.186 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores 556

Gráfico 4.187 Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores 557

Gráfico 4.188 Nivel de conocimiento del mercado bursátil en Ecuador 558

Gráfico 4.189 Conocimiento de productos y servicios

de la BVG 559

Gráfico 4.190 Nivel de conocimiento de productos y servicios 560

Gráfico 4.191 Conocimiento de las características de los productos y servicios 561

Gráfico 4.192 Clientes Potenciales a la Inversión 562

Gráfico 4.193 Nivel de Atractividad a la Inversión 563

Análisis4.186 Motivaciones para la inversión 564

Gráfico 4.195 Clientes Potenciales al financiamiento 565

Gráfico 4.196 Nivel de Atractividad al financiamiento 566

Análisis4.189 Motivaciones para el financiamiento 567

Gráfico 4.198 Utilidad de los productos y servicios 568

Gráfico 4.199 Necesidad de nuevos productos y servicios 569

4.3.3.2.2 GRÀFICOS Y ANÀLISIS DE LAS TOP EMPRESAS DE GUAYAQUIL

Gráfico 4.200 Cargos de los ejecutivos encuestados en empresas Top Guayaquil 570

Gráfico 4.201 Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil 571

Gráfico 4.202 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil 572

Gráfico 4.203 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores 573

Gráfico 4.204 Nivel de conocimiento de actividades en una

	Bolsa de Valores	574
Gráfico 4.205	Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores	575
Gráfico 4.206	Nivel de conocimiento del mercado bursátil en Ecuador	576
Gráfico 4.207	Conocimiento de productos y servicios de la BVG	577
Gráfico 4.208	Nivel de conocimiento de productos y servicios	578
Gráfico 4.209	Conocimiento de las características de los productos y servicios	579
Gráfico 4.210	Clientes Potenciales a la Inversión	580
Gráfico 4.211	Nivel de Atractividad a la Inversión	581
Análisis4.212	Motivaciones para la inversión	582
Gráfico 4.213	Clientes Potenciales al financiamiento	583
Gráfico 4.214	Nivel de Atractividad al financiamiento	584
Análisis4.215	Motivaciones para el financiamiento	585
Gráfico 4.216	Utilidad de los productos y servicios	586
Gráfico 4.217	Necesidad de nuevos productos y servicios	587

4.3.3.2.3 GRÀFICOS Y ANÀLISIS DE LAS TOP EMPRESAS DE QUITO

Gráfico 4.218	Cargos de los ejecutivos encuestados en empresas Top Quito	588
Gráfico 4.219	Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil	589
Gráfico 4.220	Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil	590
Gráfico 4.221	Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores	591
Gráfico 4.222	Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores	592
Gráfico 4.223	Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores	593
Gráfico 4.224	Nivel de conocimiento del mercado bursátil en Ecuador	594
Gráfico 4.225	Conocimiento de productos y servicios de la BVG	595
Gráfico 4.226	Nivel de conocimiento de productos y servicios	596
Gráfico 4.227	Conocimiento de las características de los productos y servicios	597
Gráfico 4.228	Clientes Potenciales a la Inversión	598
Gráfico 4.229	Nivel de Atractividad a la Inversión	599

Análisis4.230 Motivaciones a la inversión 600

Gráfico 4.231 Clientes Potenciales al financiamiento 601

Gráfico 4.232 Nivel de Atractividad al financiamiento 602

Análisis4.233 Motivaciones para el financiamiento 603

Gráfico 4.234 Utilidad de los productos y servicios 604

Gráfico 4.235 Necesidad de nuevos productos y servicios 605

4.3.3.2.4 GRÀFICOS Y ANÀLISIS DE LAS TOP EMPRESAS DE CUENCA

Gráfico 4.236 Cargos de los ejecutivos encuestados en empresas Top Cuenca 606

Gráfico 4.237 Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil 607

Gráfico 4.238 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil 608

Gráfico 4.239 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores 609

Gráfico 4.240 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores 610

Gráfico 4.241 Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores 611

Gráfico 4.242 Nivel de conocimiento del mercado bursátil en Ecuador 612

Gráfico 4.243 Conocimiento de productos y servicios

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL 1958 BIBLIOTECA

	de la BVG	613
Gráfico 4.244	Nivel de conocimiento de productos y servicios	614
Gráfico 4.245	Conocimiento de las características de los productos y servicios	615
Gráfico 4.246	Clientes Potenciales a la Inversión	616
Gráfico 4.247	Nivel de Atractividad a la Inversión	617
Análisis4.248	Motivaciones para la inversión	618
Gráfico 4.249	Clientes Potenciales al financiamiento	619
Gráfico 4.250	Nivel de Atractividad al financiamiento	620
Análisis4.251	Motivaciones para el financiamiento	621
Gráfico 4.252	Utilidad de los productos y servicios	622
Gráfico 4.253	Necesidad de nuevos productos y servicios	623
4.3.3.3	**GRÀFICOS Y ANÀLISIS DE PROFESIONALES**	
Gráfico 4.254	Profesiones de los encuestados	629
Gráfico 4.255	Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil	630
Gráfico 4.256	Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil	631
Gráfico 4.257	Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores	632
Gráfico 4.258	Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores	633
Gráfico 4.259	Nivel de conocimiento de actores que	

	intervienen en una Bolsa de Valores	634
Gráfico 4.260	Nivel de conocimiento del mercado bursátil en Ecuador	635
Gráfico 4.261	Conocimiento de productos y servicios de la BVG	636
Gráfico 4.262	Nivel de conocimiento de productos y servicios	637
Gráfico 4.263	Conocimiento de las características de los productos y servicios	638
Gráfico 4.264	Clientes Potenciales a la Inversión	639
Gráfico 4.265	Nivel de Atractividad a la Inversión	640
Análisis4.266	Motivaciones para la inversión	641
Gráfico 4.267	Clientes Potenciales al financiamiento	642
Gráfico 4.268	Nivel de Atractividad al financiamiento	643
Análisis4.269	Motivaciones para el financiamiento	644
Gráfico 4.270	Utilidad de los productos y servicios	645
Gráfico 4.271	Necesidad de nuevos productos y servicios	646
4.3.3.4.	**GRÀFICOS Y ANÀLISIS DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS**	
Gráfico 4.272	Nivel de Conocimiento del Mercado Bursátil	656
	A: Total Estudiantes Universitarios	
	B: Economìa	657
	C: Administraciòn	

D: Ingenierìa Comercial

E: Finanzas 658

F: Gestión Empresarial

Gráfico 4.273 Nivel de conocimiento de lo que se negocia en el mercado bursátil 659

A: Total Estudiantes Universitarios

B: Economìa 660

C: Administraciòn

D: Ingenierìa Comercial

E: Finanzas 661

F: Gestión Empresarial

Gráfico 4.274 Nivel de conocimiento de lo que es una Bolsa de Valores 662

A: Total Estudiantes Universitarios

B: Economìa 663

C: Administraciòn

D: Ingenierìa Comercial

E: Finanzas 664

F: Gestión Empresarial

Gráfico 4.275 Nivel de conocimiento de actividades en una Bolsa de Valores 665

A: Total Estudiantes Universitarios

B: Economìa 666
C: Administraciòn
D: Ingenierìa Comercial
E: Finanzas 667
F: Gestión Empresarial

Gráfico 4.276 Nivel de conocimiento de actores que intervienen en una Bolsa de Valores 668
A: Total Estudiantes Universitarios
B: Economìa 669
C: Administraciòn
D: Ingenierìa Comercial
E: Finanzas 670
F: Gestión Empresarial

Gráfico 4.277 Nivel de conocimiento del mercado bursátil en Ecuador 671
A: Total Estudiantes Universitarios
B: Economìa 672
C: Administraciòn
D: Ingenierìa Comercial
E: Finanzas 673
F: Gestión Empresarial

Gráfico 4.278 Conocimiento de productos y servicios

	Ge la BVG	674
	A: Total Estudiantes Universitarios	
	B: Economìa	675
	C: Administraciòn	
	D: Ingenierìa Comercial	
	E: Finanzas	676
	F: Gestión Empresarial	
Gráfico 4.279	Nivel de conocimiento de productos y servicios	677
	A: Total Estudiantes Universitarios	
	B: Economìa	678
	C: Administraciòn	
	D: Ingenierìa Comercial	
	E: Finanzas	679
	F: Gestión Empresarial	
Gráfico 4.280	Conocimiento de las características de los productos y servicios	680
	A: Total Estudiantes Universitarios	
	B: Economìa	681
	C: Administraciòn	
	D: Ingenierìa Comercial	
	E: Finanzas	682
	F: Gestión Empresarial	

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL 1958 GUAYAQUIL BIBLIOTECA

Gráfico 4.281 Clientes Potenciales a la Inversión 683

A: Total Estudiantes Universitarios

B: Economìa 684

C: Administraciòn

D: Ingenierìa Comercial

E: Finanzas 685

F: Gestión Empresarial

Gráfico 4.282 Nivel de Atractividad a la Inversión 686

A: Total Estudiantes Universitarios

B: Economìa 687

C: Administraciòn

D: Ingenierìa Comercial

E: Finanzas 688

F: Gestión Empresarial

Análisis4.283 Motivaciones para la inversión 689

Gráfico 4.284 Clientes Potenciales al financiamiento 690

A: Total Estudiantes Universitarios

B: Economìa 691

C: Administraciòn

D: Ingenierìa Comercial

E: Finanzas 692

F: Gestión Empresarial

CIB - ESPOL

Gráfico 4.285 Nivel de Atractividad al financiamiento 693
A: Total Estudiantes Universitarios
B: Economìa 694
C: Administraciòn
D: Ingenierìa Comercial
E: Finanzas 695
F: Gestión Empresarial
Análisis4.286 Motivaciones para el financiamiento 696
Gráfico 4.287 Utilidad de los productos y servicios 697
Gráfico 4.288 Necesidad de nuevos productos y servicios 698
A: Total Estudiantes Universitarios
B: Economìa 699
C: Administraciòn
D: Ingenierìa Comercial
E: Finanzas 700
F: Gestión Empresarial

4.3.1.1. GRÁFICOS Y ANÁLISIS DE CLIENTES EXTERNOS TOTALES

Gráfico 4.289 Perfil de Fuerzas y Debilidades en Clientes Externos Totales 347

Gráfico 4.290 Perfil de Fuerzas y Debilidades en Casas de Valores 367

Gráfico 4.291 Perfil de Fuerzas y Debilidades en Emisores Totales 387

Gráfico 4.292 Perfil de Fuerzas y Debilidades en Administradoras de Fondos 464

Gráfico 4.293 Perfil de Fuerzas y Debilidades en Seminarios 486

Gráfico 4.294 Perfil de Fuerzas y Debilidades en Empresas Canceladas 503

Gráfico 4.295 Perfil de Fuerzas y Debilidades Público en General Total 527

Gráfico 4.296 Perfil de Fuerzas y Debilidades en empresas Top Totales 551

Gráfico 4.297 Perfil de Fuerzas y Debilidades Profesionales 628

Gráfico 4.298 Perfil de Fuerzas y Debilidades Universidades 655

4.3 HALLAZGOS CLAVES Y CONCLUSIONES

Gráfico 4.299 Promedios de Conocimiento 701

Gráfico 4.300 Promedio de Conocimiento de Clientes Externos 702

Gráfico 4.301 Promedio de Conocimiento del Público en General 703

Gráfico 4.302 Comparación del Indice de Utilidad 706

Gráfico 4.303 Comparación de los Indices de Satisfacción 707

Gráfico 4.304 Comparación de los Indices de Oportunidad 709

Gráfico 4.305 Indices de Atractividad a la Inversión 710

Gráfico 4.306 Indices de Atractividad al Financiamiento 712