ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

INSTITUTO DE CIENCIAS HUMANISTICAS Y ECONOMICAS

ECONOMIA Y GESTION EMPRESARIAL

TESIS:

Mercadeo Bancario en Tiempos de Crisis

Autoras:

Lina María Pizarro Forero [1]
Carla Patricia Real Bringas [2]

Director de Tesis:

Ciceron Tacle V. M.G.M.[3]

---

[1] **Economista con mención en Gestión Empresarial - especialización Marketing**
[2] **Economista con mención en Gestión Empresarial - especialización Marketing**
[3] **Director De Tesis, Economista, Universidad Católica Santiago de Guayaquil, 1988, Maestría ESPAE, Profesor de ESPOL desde 1994.**

Ciceron Tacle V.
Director de Tesis

Lina Maria Pizarro Forero
Mat. # 11941358

Carla Patricia Real Bringas
Mat. # 11941432

RESUMEN

En el Ecuador hay gran número de instituciones financieras cuyas combinaciones de estrategias han ayudado a que dichas instituciones sobrevivan en un mercado tan pequeño que cuenta con un gran numero de competidores. La importancia en las estrategias de mercadeo se basa fundamentalmente en satisfacer los deseos y las necesidades de los clientes.

Esta tesis se realiza con el propósito de proporcionar información acerca de las estrategias de mercadeo utilizadas por los bancos privados, ante diferentes sucesos, sea de índole económico, social o político y de igual manera analiza el impacto de las crisis económicas tanto internas como externas en el sistema bancario ecuatoriano.

Obtener este tipo de información da una pauta o guía para otros bancos o futuras instituciones financieras acerca de que medidas tomar cuando se vean afectadas por alguna crisis. También es importante conocer las acciones de los mayores bancos ya que son ellos unos de los que más invierten en mercadeo, especialmente en comunicación.

INTRODUCCION

En la actualidad es de vital importancia saber y entender lo que sucede dentro y fuera del pais. Las crisis han afectado de alguna u otra manara a los diferentes mercados. Por esta razon es importante reconocer la medida en que las crisis externas y los problemas económicos del Ecuador han afectado al sistema bancario nacional.

Actualmente el pais está siendo afectado por una serie de conflictos internaiconales y locales. Desde el derrumbe de las bolsas de Tailandia y Brasil, hasta la crisis bancaria del Ecuador. La repentina liquidación, quiebras o cierre de actividades de algunas prestigiosas instituciones han dado pie a que los bancos utilicen todos los medios necesarios para mantener la calma y lealtad del ahorrista/ inversionista/ prestamista.

Tras todos los sucesos y los cambios de políticas en los últimos gobiernos, es necesario analizarlas y ver cómo el mercadeo bancario se ha visto afectado. Se necesita saber lo que ocurre con las estrategias de mercadeo aplicadas por los bancos, cuando existen cambios en las políticas económicas y en que grado estos cambios influyen en las estrategias.

Para poder realizar este análisis se debe hacer un estudio de las estrategias más utilizadas por los bancos, especialmente por los bancos más grandes, ya que son ellos los que lideran las estrategias más adecuadas cuando un sistema está en crisis.

CONTENIDO

Referencias Bibliográficas

INDICE DE CUADROS

CONCLUSIONES

Para que un banco llegue a tener el éxito deseado por sus dueños es fundamental que disponga de una organización de mercadeo que sea adecuada y cuyos líderes estén capacitados para proporcionar a sus subalternos la instrucción y orientación que se requiere para que funcione de la mejor manera la gestión de mercadeo de la institución. Es de vital importancia que se fijen estándares de desempeño, para medir los resultados de todas las actividades de mercadeo, dentro de las cuales se encuentran las ventas, la rentabilidad, la eficiencia de los sistemas y las operaciones. Por otro lado, los bancos deben realizar evaluaciones de su desempeño en el mercado, para lo cual es fundamental contar con herramientas como la investigación de mercados y los sistemas de información de mercadeo. Después de haber analizado los resultados obtenidos de acuerdo a su actividad de mercadeo, los directivos de los bancos deben llevar a cabo las correcciones necesarias para mejorar las estrategias, participando constantemente en auditorías y planes de mercadeo.

El Ecuador está atravesando una tragedia, apenas un año después de que el país fuera devastado por las inundaciones provocadas por el Fenómeno del Niño. Cientos de miles de ahorristas e inversionistas contemplan horrorizados cómo una serie de bancos privados quiebran, uno tras otro, o buscan la ayuda de un gobierno desesperado

Es asombroso como una crisis externa como la asiática trajo tantos efectos negativos a América Latina y por tanto al Ecuador, lo que permite concluir que la crisis del sistema bancario de este país se debió no solo a la mala administración de las instituciones ni estrategias de

mercadeo erradas, sino que fue el resultado de factores externos que influyeron significativamente en el colapso de los bancos.

La crisis de Filanbanco es una muestra del gran impacto de las crisis externas, pues siendo este banco es que tenia mayor participación en el comercio exterior sufrió un problema de iliquidez producto de la gran demanda de dólares por parte de los bancos corresponsales, que se vieron obligados a desistir de sus inversiones en este país, para poder hacer frente a las crisis que estaban afectando a su región de origen.

La crisis del banco del Progreso hubiese podido ser menos impactante si este banco se hubiera preocupado mas por sus clientes, pues los directivos estuvieron siempre convencidos que el beneficio de la rentabilidad era el que generaba lealtad y confianza, pero los sucesos han demostrado que la rentabilidad debe ir acompañada de un buen servicio y seguimiento que unidos a excelentes rendimientos permitan diferenciar sus productos del resto del mercado.

Además de los bancos mencionados en este estudio, se estima que, por lo menos, otra media docena de bancos ese encuentran en serio peligro. Con la auditoría internacional que se realizara próximamente saldrán del mercado aquellos bancos que no cumplan con los requisitos necesarios para continuar con el desarrollo de sus actividades y el sistema financiero global se fortalecerá, tendrá mas credibilidad y dará a los ecuatorianos la seguridad de que si invierten en cualquier banco del sistema sus depósitos van a estarán bien administrados.

El entorno ha obligado a los bancos a definir una personalidad propia que los distinga unos de otros. La segmentación del mercado es la base para la especialización y la diferenciación de servicios. Sin este elemento las actividades bancarias serian sensibles a los precios haciendo que las oportunidades de márgenes atractivos sean mínimas.

La especialización bancaria es conveniente para las instituciones medianas y pequeñas en nuestro medio ya que la competitividad existente contra los bancos grandes disminuye al igual que perder clientes ante una institución sólida. De la misma manera los bancos grandes cometerían un error al especializarse, principalmente por no ser rentable y por ser muy riesgoso.
Los bancos en el Ecuador y en toda América Latina se ven obligados a hacer cambios en sus metas, objetivos y políticas para brindar una estabilidad a sus ingresos, rentabilidad y costos. Siendo países en vías de desarrollo se encuentran atravesando múltiples cambios los cuales algunas veces terminan en serias crisis afectando no solamente al país generador sino a todo el grupo. Es por esta razón que muchas de las tácticas y estrategias utilizadas por las empresas e instituciones, sean

privadas o publicas, son modificadas o ajustadas a la realidad del momento.

Existe un grupo de bancos que están al día en las innovaciones que necesita el mercado ecuatoriano y estos sirven de ejemplo para los demás bancos del sistema. A pesar de los cambios y modificaciones que ha tenido la banca aun existe un atraso que no esta en función a estas instituciones mas bien al resto del mercado y a diferentes factores que rodean al mercadeo de estas instituciones. Cada uno de los bancos se esfuerza por estar a la vanguardia tratando de alcanzar índices óptimos de liquidez, solvencia, eficiencia y rentabilidad que fortalezcan su presencia y participación en el mercado.

El mercado realiza un proceso imitación en el desarrollo de nuevos productos, teniendo como guía el éxito de varios bancos que lideran el desarrollo de nuevos productos y toman la iniciativa en la generación de servicios. Algunos bancos cometen el error al desarrollar nuevos productos de no institucionalizarlos, lo que significa que se integre a la totalidad de la compañía a través de procedimientos, políticas y planes para el producto tenga éxito.

Los bancos deben aprovechar sus estrategias de imagen internacional para proporcionar facilidades a los sectores exportador e importador con el fin de aprovechar el proceso de globalización y el boom del comercio internacional que se va a desarrollar en los próximos años.

Para hacer frente a la competencia de bancos internacionales que van a incursionar en el mercado en los próximos años es fundamental anticiparse a los hechos y reclutar gente altamente calificada y mejorar la situación financiera del banco, bajando los costos fijos, para evitar consecuencias negativas debido a estrategias agresivas utilizadas por los bancos internacionales. En lugar de incrementar los precios de las diferentes actividades financieras, los bancos deben reducir sus costos y gastos y, en especial, disminuir la cantidad de activos improductivos para lograr mayor eficiencia.

En tiempos de crisis el elemento de la mezcla de mercadotecnia al que se le resta importancia es a la comunicación a través de los medios masivos, ya que por un lado esta es muy costosa y no se cuenta con los recursos necesarios para poder llevarla a cabo; y por otro, los bancos deben concentrarse en no perder su posición actual.

REFERENCIAS

LIBROS:

BALLARIN, Eduardo. *Estrategias Competitivas para la Banca, lecciones de la Revolución Financiera en Estados Unidos.* España: Editorial Ariel S.A., 1985.

COBRA, Marcos *Marketing de Servicios.* Colombia: Editorial Mc Graw Hill, 1991.

DE LA TORRE REYES, Diego. *El Fideicomiso Mercantil.* Ecuador. 1998.

ENNEW, Christine y WATKINS, Trevor. *Mercadeo Estratégico de Servicios Financieros.* Colombia: Editorial LEGIS, 1991.

GREEN, Paul E. *Investigación de Mercados.* México: Editorial Limusa, 1980.

KOTLER, Philip. *Dirección de Mercadotecnia.* México: Editorial Prentice Hall, 1996.

KOTLER, Philip. *Mercadotecnia.* México: Editorial Prentice Hall, 1989

MENCHER, Nick, y BRUCE, Brian. *Marketing de Productos Financieros, Estrategias innovadoras para administrar cuentas corporativas.* Colombia: Editorial LEGIS, 1992.

RIES, Al y TROUT, Jack. *Las 22 Leyes Inmutables del Marketing.* Colombia: Editorial Mc Graw Hill, 1993.

BOLETINES – INFORMES - DOCUMENTOS:

***Boletín Estadístico.* Banco Central del Ecuador, Diciembre 1997.**

***Boletín Informativo Entorno.* Ediciones BG, Julio 1997.**

Csizmadia, Georges. *La crisis asiática: efectos en América Latina.* España, Noviembre de 1998.

Dallanegra Pedraza, Luis. *Crisis monetaria en Asia.*

***Memoria Anual 1995.* Banco Central del Ecuador.**

Memoria Anual 1997. **Banco Central del Ecuador.**

Informe Banco Ecuatoriana. **Publicación realizada por el Banco de Guayaquil, 31 de Junio de 1997.**

Informe Banco Ecuatoriana. **Publicación realizada por el Banco de Guayaquil, 31 de Diciembre de 1997.**

Notas Técnicas # 40. **Dirección General De Estudios - Banco Central del Ecuador.**

REVISTAS Y PERIODICOS:

A la conquista de nuevos espacios. **Revista EKOS, 15 de Noviembre de 1994.**

Ambicioso plan económico. **Revista Gestión. No. 29, Noviembre de 1996.**

América Economía. No. 131, 23 de Abril 1998.

Analice a los bancos con los que Ud. Trabaja. **Revista EKOS, 15 de Marzo de 1996.**

Banca Resultados con Personalidad. **Revista EKOS, 15 de Octubre de 1995.**

BRITO, Vanessa. *Sacudón en el sistema financiero.* **Revista Gestión.**

BRITO, Vanessa. *La crisis bancaria podría profundizarse*. **Revista Gestión. No. 55, Enero 1999.**

BRITO, Vanessa. *Bancos, como se detiene la caída?* **Revista Gestión. No. 56, Febrero de 1999.**

CALVAS, Glenda. *Un gran esfuerzo hacia la estabilidad.* **Revista EKOS, 15 de Marzo de 1998.**

CARRERA, José. *Iliquidez y Fragilidad financiera.* **Revista Gestión.**

Crisis Financiera no esta resuelta. **Revista Gestión. No. 26, Agosto de 1996.**

Doble o nada. **Revista América Economía. No. 124, Octubre de 1997.**

El día siguiente. **Revista América Economía. No. 142, 24 de Septiembre de 1998.**

El gran domino. **Revista América Economía. No. 152, 11 de Marzo de 1999.**

El Rompecabezas del numero de bancos, el crédito y la tasa de interés. **Revista EKOS, 15 de Diciembre de 1995.**

El sistema financiero sigue funcionando al revés. **Revista EKOS, 15 de Agosto de 1996.**

Falta algo mas que abrazos. **Revista Newsweek en español. No. 37, 16 de Septiembre de 1998.**

Imagen Corporativa: estrategia de marketing. **Revista Gestión. No. 30, Diciembre de 1996.**

Indicadores Exclusivos para Inversionistas y Clientes. **Revista EKOS, 15 de Marzo de 1995.**

La Gran Banca Brasileña parece a salvo....y la regional también (al menos por ahora). **Revista América Economía. No. 152, 25 de Febrero de 1999.**

Los Clientes juzgan a la banca, parte 2. **Revista EKOS, 15 de Agosto de 1995.**

Los bancos en busca de la estabilidad. **Revista EKOS, 15 de Septiembre de 1996.**

MALDONADO, Gonzalo. *De bancos y estrategias.* **Revista Gestión.**

Medidas desesperadas. **Revista Newsweek español. No. 38, 23 de Septiembre de 1998.**

Murió el capitalismo global. **Revista Newsweek en español. No. 37, 16 de Septiembre de 1998.**

Olvídense de la luna de miel. **Revista América Economía. No. 143, 8 de Octubre de 1998.**

Otra mirada al sistema bancario. **Revista EKOS, 15 de Abril de 1995.**

PAZ, Juan. *El nacimiento del Banco del Pichincha.* **Revista Gestión.**

PAZ, Juan. ***Bancos: el cerebro de los grupos financieros en sus inicios.*** **Revista Gestión. No. 45, Marzo de 1998.**

Pies y Traspiés de la Estabilización. **Revista Gestión. No. 26, Agosto de 1996.**

POZO, Fernando. ***Crisis del sistema financiero.*** **Revista Gestión.**

Que mismo paso con el Continental. **Revista Gestión.**

Que riesgos deben cuidar los bancos. **Revista Gestión. No. 39, Septiembre de 1997.**

Recaída Rusa. **Revista Newsweek en español. No. 34, 26 de Agosto de 1998.**

ROJAS, Mónica. ***El Banquero es mal regulador.*** **Revista Gestión.**

ROJAS, Mónica. ***Dime a quien prestas...*** **Revista Gestión. No. 47, Mayo de 1998.**

ROJAS, Mónica. ***No se pierda en el mercado bancario.*** **Revista Gestión.**

Se busca una nueva moneda. **Revista América Economía. No. 151, 11 de Febrero de 1999.**

Selectividad y Calidad: Las Claves de Lloyds Bank. **Revista EKOS, 15 de Agosto de 1995.**

Y quien dice que mi banco es seguro?. **Revista Gestión. No. 39, Septiembre de 1997.**

Un juego muy peligroso. **Revista Newsweek en español. No. 36, 9 de Septiembre de 1998.**

VELA, María de la Paz. ***La Economía de Alarcon.*** **Revista Gestión. No.38, Agosto de 1997.**

VIII Congreso Latinoamericano de Fideicomiso. **México, Octubre de 1997.**