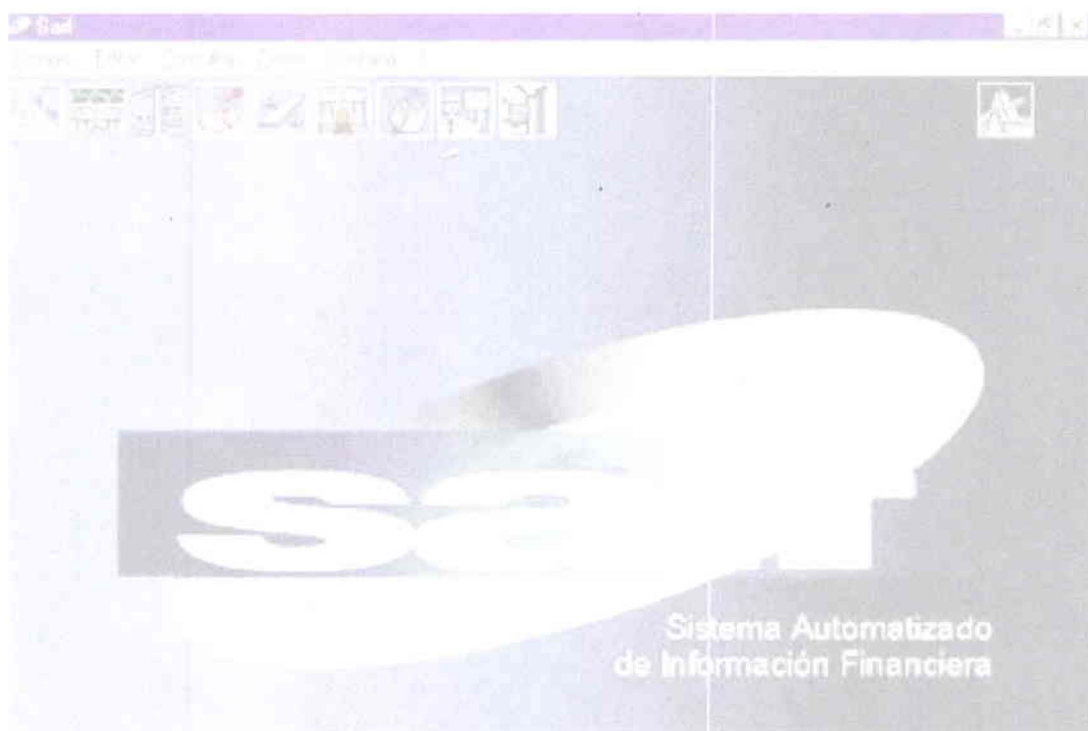


TIC
2000-10
Nº Doc 5247
EJ: 127

Trabajo de Titulación

Sistema Automatizado de Información Financiera



**Ernesto Pinto
Carolina Roca
Fanny Paulina Díaz**

Quito, Marzo / 2000

Ingeniería
comercial

T620.01
P 659

Agradecimientos

A nuestros padres y hermanos por el constante apoyo y respaldo en cada una de las decisiones y los logros obtenidos a lo largo de nuestra vida académica así como también en el desempeño de nuestra vida profesional.

A la Universidad de la Américas por los importantes conocimientos impartidos en un ambiente de apertura y respeto.

A las empresas en las que actualmente desempeñamos nuestras funciones, las mismas que nos han permitido ser parte de su grupo de trabajo, por habernos brindado la oportunidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos y por su apoyo durante nuestra carrera.

A nuestros jefes, compañeros de trabajo, compañeros de universidad y a nuestros amigos por su generosidad y gran espíritu de colaboración.

A John Andrade y a quienes de una u otra forma han colaborado, solventando inquietudes, proporcionando conocimientos y dando alternativas de solución.





Sistema Automatizado de Información Financiera

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Trabajo de Titulación tiene por objeto presentar a la empresa PacificData Internacional S.A. un plan estratégico para el lanzamiento del servicio SAIF. El propósito es guiar la implantación de la misión, visión, posicionamiento, controles, objetivos generales y estrategias de producto, precio, distribución, comunicación, publicidad, promoción y ventas. Estas estrategias son el resultado de un estudio de mercado e interno de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Además se realizó un estudio del entorno en el que se tomó en cuenta el ambiente macro que está compuesto por la situación del Sistema Financiero ecuatoriano. El estudio nos dio la pauta para analizar el perfil histórico y futuro del potencial consumidor del sistema SAIF. Para satisfacer la necesidad de información imperante en el mercado objetivo luego de la crisis del Sector Financiero, para ayudar al consumidor que retome la confianza hacia éste sector. De esta forma SAIF mantiene información financiera actualizada que permite el análisis de Balances Generales, Estados de Pérdidas y Ganancias, Tasas de Interés y Noticias Relevantes sobre el sector. El sistema también facilita el análisis por medio de índices financieros establecidos o personalizados sobre una o varias instituciones del Sistema Financiero. El mercado objetivo a servir está compuesto por personas jurídicas ecuatorianas. Los segmentos específicos a los que servirá son las empresas de los sectores financiero, industrial, comercial y de servicios.





Sistema Automatizado de Información Financiera

Antecedentes y Objetivos del Trabajo de Titulación

La empresa Softline con sede en Venezuela, trabaja desde el año de 1989 en el asesoramiento de información financiera. Uno de sus principales productos es el sistema SAIF (Sistema Automatizado de Información Financiera), y ha planificado expandir el servicio hacia la Región Andina.

En el año de 1999 contactó a PacificData International S.A. (empresa ecuatoriana de comercialización y suministro de información bancaria) para que represente éste servicio en el Ecuador.

El objetivo general del presente Trabajo de Titulación es analizar las estrategias para el lanzamiento del servicio SAIF e implementar su comercialización en Ecuador.

Específicamente, mediante la desarrollo de un plan de marketing definir las necesidades de los segmentos del mercado a los cuales se dirige, plantear objetivos, estrategias y planes de acción. Así como también lanzarlo al mercado como una herramienta de suministros y análisis de la información financiera para la toma de decisiones oportunas y eficientes de inversión.



Tabla de Contenido

ANTECEDENTES DE LA EMPRESA PACIFICDATA INTERNATIONAL S.A.	1
CARTERA DE PRODUCTOS	2
Publicación "Resumen Semanal"	2
Estudios Sectoriales – Consultorías	2
Estudios Económicos y Análisis	3
Asesoría Legal	3
Sistemas de Información y Medición de Mercado – MIMS	3
Próximo Lanzamiento de SAIF	5
ESTUDIO DEL ENTORNO	7
ANÁLISIS DEL AMBIENTE MACRO	7
La Banca en Ecuador	7
ESTUDIO DEL CONSUMIDOR	16
ANÁLISIS COMPETITIVO	20
Clientes	20
Competencia Directa	24
Productos/Servicios Sustitutos	25
Potenciales Entrantes	29
Barreras de Entrada	29

Tabla de Contenido (continuación)

Barreras de Salida _____	30
Proveedores _____	31
Gobierno _____	35
ESTUDIO INTERNO _____	36
MATRIZ FODA _____	36
Fortalezas _____	36
Oportunidades _____	36
Debilidades _____	37
Amenazas _____	37
PLAN ESTRATÉGICO _____	38
MISIÓN _____	38
VISIÓN _____	38
POSICIONAMIENTO _____	38
MERCADO OBJETIVO _____	38
SEGMENTOS _____	39
OBJETIVO _____	43



Tabla de Contenido (continuación)

ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX	44
PRODUCTO	44
Características	44
Beneficios	47
PRECIO	48
PROMOCIÓN	50
COMUNICACIÓN	51
PUBLICIDAD	53
DISTRIBUCIÓN	54
VENTAS	55
PRESUPUESTO DE LANZAMIENTO	56
Notas explicativas sobre el presupuesto	58
CRONOGRAMA DE TRABAJO	61
CONTROLES DE MARKETING	62



ANTECEDENTES DE LA EMPRESA PACIFICDATA INTERNATIONAL S.A.

Fundada en 1996, la empresa PacificData International S.A. es una compañía ecuatoriana independiente que se especializa en la investigación y análisis de información financiera, económica e industrial del mercado ecuatoriano. Los clientes reciben permanentemente información precisa y confiable en el momento que lo soliciten.

Actualmente provee información y análisis sobre el mercado ecuatoriano a empresas muy reconocidas como son: Datastream International (Inglaterra), Softline Consultores (Venezuela) e Internet Securities Inc (Chile). Adicionalmente el reporte "Resumen Semanal" (en inglés y español) llega a más de 180 clientes, inversionistas, profesionales, fondos de inversión y organismos nacionales e internacionales.

Dentro de las fuentes de información se encuentran: Superintendencia de Bancos y Compañías, Bolsas de Valores de Quito y Guayaquil, Banco Central, INEC, y acceso directo a información en la fuente (bancos privados, fondos de inversión, empresas y corporaciones). La base de información sigue el desarrollo de todas las variables económicas y financieras existentes en el mercado ecuatoriano desde 1993.



Cartera de Productos

La empresa PacificData International S.A. sigue series de tiempo históricas de las principales variables económicas y financieras ecuatorianas. Los servicios contienen un acceso rápido a la información de estas variables y mediante la utilización de bases de datos genera: estimaciones, tendencias, ciclos, correlaciones; de los principales agregados macroeconómicos, información que ayudará en la toma de decisiones en la empresa.

La cartera de productos de PacificData está constituida por:

Publicación "Resumen Semanal"

Semanario con las noticias más relevantes generadas en el país desde un punto de vista económico, para que el cliente cuente con un documento de consulta rápida y confiable sobre los acontecimientos que afectan directa e indirectamente al desempeño de la economía ecuatoriana y de su negocio. Las principales áreas de análisis son: bursátil, económica, financiera, política, legal, entre otras. El servicio ofrece un acceso directo y conveniente.

Estudios Sectoriales - Consultorías

Realiza proyectos de investigación y análisis sectoriales, de los cuales, algunos de los estudios realizados son al sector hotelero y de turismo, sector bancario, sector



Sistema Automatizado de Información Financiera

florícola, sector eléctrico, sector maderero, sector automotor, sector telecomunicaciones, entre otros.

Estudios Económicos y Análisis

Estudios de Factibilidad, relacionados con proyectos de inversión, valoración de empresas y proyectos ya sean estos para compra o venta y evaluación del impacto ambiental de proyectos (en áreas específicas).

Análisis Bancario Mensual (enfoque para inversionistas), y Análisis de Riesgo / Rentabilidad del Sector Financiero.

Asesoría Legal

Experiencia con profesionales en: Derecho Societario, Inversión Extranjera, Asuntos Tributarios, Fusiones Internacionales, Propiedad Industrial e Intelectual, Negociación de Conflictos, Derecho Laboral Individual y Colectivo, Derecho Minero, Asesoría para Contratación Pública, Créditos Internacionales, Asesoría Integral de empresas, Asesoría en Tribunales de Conciliación y Arbitraje, entre otras actividades.

Sistemas de Información y Medición de Mercado - MIMS

PacificData International S.A. en su objetivo de ofrecer análisis e información integral para sus clientes, realiza consultorías con aplicación de técnicas estadísticas, medición y levantamiento de datos en áreas específicas:

- Consumidor: Segmentación / Perfil del usuario: factores psicográficos, socio – demográficos, estilos de vida, hábitos y actitudes del consumidor, “insight” de consumidores, paneles de uso y consumo de productos (“In home usage testing”).
- Producto: pruebas de mercado, tendencias y proyección del mercado; pruebas de empaques, pruebas de concepto, pruebas de producto y pruebas de nombres y marcas.
- Precios: elasticidad de precios vs. demanda y precios de la competencia.
- Publicidad: penetración publicitaria general, pruebas de habilidad de comunicación; efectividad del material POP, vía pública; imagen y posicionamiento; “Pre- test”, “Post- test” y “Tracking” de conceptos publicitarios y campañas; y, evaluación de promociones.
- Ventas y distribución: análisis de ventas por canal y/o producto, satisfacción de clientes, valorización de canales utilizados, estudios de precios en el punto de venta.
- Imagen Corporativa: medición de clientes habituales, público en general y competencia.



Próximo Lanzamiento de SAIF

El SAIF, Sistema Automatizado de Instituciones Financieras es un servicio que ofrece información actualizada básicamente sobre:

- ◆ Balances Generales mensuales
- ◆ Estados de Pérdidas y Ganancias mensuales
- ◆ Tasas de interés activas y pasivas semanales
- ◆ Hechos relevantes del Sector Financiero nacional en forma semanal

Con la información anteriormente mencionada es sistema realiza el cálculo de índices financieros, los mismos que pueden ser establecidos o personalizados, para el análisis de la situación de cada Institución Financiera. Además permite realizar comparaciones entre varias instituciones a la vez. Este servicio cubre la necesidad de las empresas de tener información sobre la situación actual, los niveles de liquidez, endeudamiento, rentabilidad, apalancamiento, calidad de activos, capital, patrimonio y además el usuario puede personalizar sus propios índices para su mayor comodidad ó para sus necesidades específicas.

SAIF permite mantener los Balances Generales y Estados de Pérdidas y Ganancias mensuales durante largos períodos para visualizar el desarrollo y desenvolvimiento



Sistema Automatizado de Información Financiera

de cada una de las instituciones cubriendo la necesidad de información del Sistema Financiero y actualización en cuanto a cambios, reformas, situación de las instituciones, entre otros temas de interés.

El servicio SAIF contiene tasas de interés activas y pasivas semanales y cuenta con la comodidad de actualización automática para comparar entre períodos ó entre varias instituciones.

El sistema también permite conocer información general de cada institución como: nombre de los accionistas, el equipo de la administración, el número de agencias y sucursales que mantiene con direcciones, teléfonos, pagina Web y E-mail.

ESTUDIO DEL ENTORNO

Análisis del Ambiente Macro

La Banca en Ecuador

El comportamiento general de la economía ecuatoriana en los dos últimos años ha tenido grandes incidencias en la conducta y percepción del consumidor hacia el Sector Financiero. Es de gran importancia analizar los sucesos que han dado la pauta a la desconfianza general en éste sector.

Tomando en cuenta que uno de los factores claves para que comience la crisis del Sector Financiero, el mismo que tuvo sus inicios por elevado Déficit Fiscal del país, por lo que el Banco Central del Ecuador realizó una emisión monetaria acelerada con lo que empezaron los problemas en varios sectores, especialmente en el financiero en el año de 1998.

En el año de 1999 empezó la incertidumbre con los anuncios de dar un alto a las operaciones de fusión de los bancos Pacífico y Popular. En la primera quincena de enero la Junta Bancaria (JB) resolvió suspender el proceso de fusión que se había iniciado entre Finagro y Financorp. Además Filanbanco debía concluir los correctivos administrativos y financieros para su venta. Sin embargo, la subasta de Filanbanco se aplazaría por razones de su precio base para capitalizar la



Sistema Automatizado de Información Financiera

Institución Financiera y se estudiaba la contratación de la banca de inversiones ING Barings para que coadministre y promueva la venta del banco. En la última semana de febrero de 1999, la AGD inició el proceso de venta a manos privadas de Banco del Tungurahua. A través de este mecanismo se pretendía que los clientes de esta institución recuperen sus recursos en el menor tiempo posible.

Los efectos derivados del comportamiento del dólar, que empezaba a elevarse drásticamente y presentaba una devaluación acumulada del 36% en los dos primeros meses del año, sumado a una aguda presión del sistema financiero hacia el Estado, obligó a que los 35 bancos nacionales y los 4 extranjeros deban someterse a nuevas normas planteadas por el Banco Central que garanticen los créditos de liquidez que se apruebe a la banca. Las entidades debían firmar un fideicomiso con el BCE, cediendo el 50% de su Patrimonio Técnico. Si no se firmaban estos fideicomisos, no podrían acceder a operaciones de liquidez, ni obtendrían la autorización para realizar importaciones.

La presión sobre la economía, entre otros factores, hizo que se tome la sorpresiva decisión por parte de la Junta Bancaria de declarar el *Feriado Bancario*. Esto implicó que los bancos al igual que los mercados de bonos y acciones permanecieran cerrados desde el lunes 8 al viernes 12 de marzo. Las razones expuestas para tal decisión fueron puntuales: Prevenir retiros de depósitos, preservar el nivel de la Reserva Monetaria, limitar la inestabilidad del mercado cambiario y frenar el incremento de precios.



Inmediatamente, la calificadora de riesgo Thompson Bank Watch (TBW) redujo la calificación de riesgo a Ecuador. Así como Moody´s modificó su percepción de las entidades a las que monitorea. El Financial Times advirtió que luego de Rusia, Ecuador es al momento el segundo país de mayor riesgo dado el estado de deterioro del sistema bancario y el gradual incremento del riesgo de incumplimiento de sus obligaciones con el exterior. (Anexo A)

Una vez pasado el trauma del Feriado Bancario, que incluyó la reprogramación de depósitos y deudas, vía el congelamiento de las mismas en principio por un año más, el 22 de marzo el Banco del Progreso anunció su decisión de cerrar la atención al público. La serie de causas que fueron las que motivaron el cierre de esta Institución Financiera, fueron: la concentración de 86 compañías cuyos accionistas están vinculados con el Banco del Progreso, la colocación de sus créditos (por un valor de 1.7 billones de sucres, que al 31 de Diciembre de 1998 esta cifra representó el 26% de su cartera y contingentes). Además una subsidiaria off-shore del Banco habría realizado una inversión de US\$180 millones en Bonos Brady ecuatorianos, sin que se pueda establecer a que valores se registraron estas inversiones en los libros del Banco. Posteriormente, un juicio iniciado por el Servicio de Rentas Internas inculpaba a Banco del Progreso de no haber transferido al fisco los montos obtenidos por el pago del impuesto del 1% a la circulación de capitales.



Durante la última semana de marzo el Congreso Nacional debatió una reforma a la Ley de Instituciones Financieras que faculta al Gerente de la AGD a solicitar la retención o prohibición de enajenar bienes de accionistas de los Bancos o de las empresas beneficiarias del crédito vinculado, para respaldar el dinero de los depositantes. También se estableció la posibilidad de que la AGD utilice, las acciones de las empresas beneficiarias de créditos vinculados con este mismo fin. Esta ley fue aprobada en abril.

En la primera semana de abril, el Gobierno Nacional autorizó la reducción en los plazos de congelamiento para las cuentas corrientes y de ahorros, en sucres y en moneda extranjera. El Decreto incluyó la utilización progresiva del total de los depósitos a plazo de las instituciones sin fines de lucro. La reprogramación del resto de depósitos a plazo permaneció bajo las condiciones del primer decreto (Decreto 685).

El sistema financiero se encontraba sufriendo la peor etapa en la historia. Las razones principales: una mezcla de altos niveles de cartera contaminada; una iliquidez impresionante adicionada a falta de circulante; cierre de líneas de crédito internacionales; cero crecimiento económico y, concentración de créditos relacionados.



Sistema Automatizado de Información Financiera

El entonces Presidente Mahuad instituyó un programa de auditorías a la banca privada local. Fueron calificadas tres Auditoras Internacionales: Peat Marwick, Arthur Andersen y Price Waterhouse. La auditoría para las 31 Instituciones Financieras se realizó a partir de mayo 3 hasta julio 31. No se incluyeron los bancos que se encuentran en la AGD (Financorp, Finagro, Azuay, Tungurahua y Occidente).

Por resolución de la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD), los bancos internacionales que operan en el Ecuador también fueron sometidos a procesos de auditorías como en su momento se lo hizo a la banca nacional. Estos bancos fueron: ABN Amro Bank, Citibank, ING Bank y Lloyds Bank.

El 24 de junio venció el plazo para la entrega de informes finales de las auditorías especiales realizadas a las Instituciones Financieras. El informe fue entregado a la Agencia de Garantía de Depósitos y a los representantes de 31 bancos nacionales.

En la última semana de julio, el Gerente de la AGD indicaba que la banca necesitaba US\$1,600 millones para fortalecer su patrimonio técnico. Hasta ese momento el organismo tenía a cargo el saneamiento de cinco bancos y dos sociedades financieras.



Sistema Automatizado de Información Financiera

El Superintendente de Bancos anunció el 30 de Julio el resultado -sin mayores detalles- de las auditorías practicadas a los bancos del sistema financiero nacional. No se anunciaron cifras individuales pero si un resultado global, excepto por el valor de US\$145 millones que el Estado aportaría como préstamo a cuatro bancos que necesitarían capitalizarse, además de recordar cual fue el factor técnico mínimo exigido por la Ley a cumplir en las auditorías: 9% de la relación Patrimonio Técnico.

Así, los bancos que superaron este valor se denominaron como Bancos Viables (19 bancos), aquellos que tenían una relación positiva pero inferior al requerido entraron en proceso de capitalización (4 bancos) y aquellos que tenían una relación negativa se determinaron como Bancos No Viables (2 instituciones).

El crédito del Estado por US\$148 millones a los cuatro bancos que están en proceso de capitalización Cofiec, Pacífico, Popular y Previsora se realizó a través de Filanbanco. Los créditos subordinados tuvieron como contraparte la emisión de acciones de cada banco por un valor igual al monto prestado, que pasaría a manos del Estado, si no se pagan los créditos dentro de un año.

Presentamos los costos de recuperación y el índice de morosidad que tuvieron en su momento varios países. Este índice (de morosidad) muestra la recesión por la que atraviesa nuestra economía, reflejada en una mayor proporción de créditos



Sistema Automatizado de Información Financiera

impagos. En Jun/98 este índice tenía un valor de 4.62%, mientras que para Jun/99 el índice se multiplicó por 3, llegando a un valor de 15.65%". (Anexo B)

En la tercera semana de septiembre, una vez que el Banco Central del Ecuador resolviera la entrega de un crédito de liquidez por 120.000 millones de sucres (alrededor de US\$10.5 millones), el Estado asumió el control del Banco Popular del Ecuador, a través de un fideicomiso.

Para la primera semana de octubre, la Junta Bancaria declaró en saneamiento al Banco Popular. Esta medida fue tomada por la institución debido a que el banco no pudo responder con sus propios recursos a sus clientes. Desde el 27 de Septiembre la AGD tomó el control del banco invirtiendo US\$60 millones más. (El Estado ya había entregado antes US\$49 millones y 120 mil millones de sucres - alrededor de US\$10 millones- al banco).

Alrededor del 15 octubre, Banco La Previsora (BP) y Filanbanco realizaron un convenio de asociación para iniciar un proceso de fusión por absorción. La forma en la cual Filanbanco ejecutó esta fusión es vía el cobro del préstamo de US\$37 millones que entregó dos meses atrás a BP para que cumpla con suficiencia de capital y patrimonio técnico, conforme lo determinaron los resultados de las auditorías internacionales.



Sistema Automatizado de Información Financiera

En noviembre el Estado ya analizaba la recuperación de los montos que había invertido por concepto de administración y ejecución de la garantía de depósitos a los clientes (la AGD controla US\$2,800 millones que equivalen a los activos de los bancos intervenidos en reestructuración o saneamiento). A su juicio, la diferencia entre el valor en libros y el valor que se reciba realmente, constituirá el verdadero costo fiscal de la crisis bancaria.

El país asumió un costo que al finalizar los próximos 15 años alcanzará los US\$5,600 millones. Este monto fue calculado con base a dos consideraciones: la primera, el monto máximo de emisiones en Bonos del Estado para la AGD, hasta el momento las emisiones alcanzan los US\$1,500 millones (el monto máximo de emisiones alcanzará US\$2,000 millones). La segunda una tasa de interés fija del 12% a 15 años para los bonos emitidos, por éste concepto se pagará US\$240 millones anualmente, y al término de 15 años los intereses alcanzarán US\$3,600 millones. La cifra de emisión más la de intereses suman US\$5,600 millones.

De acuerdo a un estudio de la Superintendencia de Compañías, las deudas del sector privado con la banca nacional e internacional llega a los US\$ 3,250 millones (US\$2,500 millones en créditos de la banca nacional y US\$750 millones en créditos contraídos en el exterior), de los cuales el 80% es de difícil recuperación.

El costo para el país de la crisis financiera alcanzaba hasta ese momento un 10% del Producto Interno Bruto (PIB), pero podría llegar incluso costar hasta un 17% señalaba la consultora McKenzie.

En la segunda quincena de diciembre, el Banco Central del Ecuador ratificaba su requerimiento de una reprogramación de los depósitos congelados del sistema financiero cuyo plazo vencía en marzo del 2000 (el monto alcanzaría US\$2,300 millones según el BCE). La propuesta del BCE implicaba que los pagos se inicien entre abril y mayo con ciertas salvedades: "la preferencia de la devolución debería dirigirse a los pequeños depositantes, con montos de hasta 100 millones de sucres. Aquellos depósitos que superarían los 2,000 o 3,000 Unidades de Valor Constante (UVC) se los cancelaría con Bonos del Estado, cuya aprobación se está tramitando en el Congreso".

Finalmente el año terminó con una variación al encaje legal que se aplicaba a la banca, tanto en sucres como en dólares, en moneda nacional del 19% al 24%, y en moneda extranjera del 4% al 2%. El Gerente de la AGD, Bruno Leone renunciaba a sus funciones, mientras que esta entidad entraba en "default" por falta de recursos para atender sus obligaciones.

Todos estos acontecimientos han creado desconfianza en el sector por lo cual la necesidad de información es imprescindible para toda empresa que necesite servicios financieros.

Estudio del Consumidor

En el mes de enero del 2000 se realizó una investigación de mercado (Anexo F) en la ciudad de Quito para analizar la factibilidad de la comercialización del SAIF en el Ecuador. La muestra de 16 empresas de diversos sectores de la economía tuvo un nivel de confianza del 80%.

Los objetivos planteados para la investigación fueron:

- Conocer la existencia de empresas, servicios o sistemas que utilizan las empresas ecuatorianas para el análisis de información financiera.
- Conocer las cuáles son necesidades del mercado objetivo en referencia al análisis de información financiera.
- Conocer cómo realizan actualmente el análisis de información financiera las empresas ecuatorianas.
- Conocer cuál es el nivel de interés de los entrevistados hacia un nuevo servicio de análisis de información financiera vía software.

Las 16 empresas de la muestra están distribuidas de la siguiente manera: por Instituciones del Sector Financiero en un 18.8% y no Financiero en un 81.2%, todas radicadas en la ciudad de Quito.

Los entrevistados ocupan los cargos de: Gerentes Financieros en un 18.8%, Tesoreros en un 18.8%, Gerentes Generales y Traders en un 12.5% y otros en un 8.3%.

La encuesta (Anexo C) tuvo como resultado que un 68.8% conocen la existencia de empresas dedicadas al asesoramiento en materia financiera bancaria. Dentro de estas empresas encontramos a Análisis Semanal (27.3%), PacificData International S.A. (27.3%); Bancos y Casas de Valores (18.2% respectivamente).

Las empresas encuestadas que han utilizado asesoramiento en materia financiera representan el 33.3%. El tipo de asesoramiento ha sido sobre: Análisis de Banca Privada el 16.6%, Consultorías individuales en varios aspectos un 12.5% y sobre la situación actual del Sector Financiero el 8.33%.

Únicamente el 12.5% de las empresas consultadas conocen un software o sistema que permita analizar la información sobre Instituciones Financieras, que consiste en programas desarrollados en el programa Microsoft Excel.

En referencia al nivel de importancia hacia la información del Sector Financiero, el mercado objetivo considera que las tasas activas son importantes en un 81.3% y no son importantes para el 18.8%. La información sobre las tasas de interés



Sistema Automatizado de Información Financiera

pasivas es muy importante para el 25% y no son importantes para el 18.8% de los entrevistados. El análisis de las cuentas importantes en los Balances Generales y Estados de Pérdidas y Ganancias, los encuestados evaluaron a este tópico como de menor importancia con un 6.3%. Por último las noticias sobre el Sector Financiero Nacional se consideraron como de menor importancia en un 12.6%.

Dentro de las instituciones analizadas, el área o departamento que se encarga de realizar investigación sobre información financiera son: el departamento Financiero con el 63.3% y el departamento de Operaciones con el 18.2%.

Durante la encuesta, luego de una pequeña descripción del producto el 75% está interesado en el sistema pero únicamente el 18.8% lo compraría inmediatamente, el resto quisieran probarlo primero o esperar la recomendación de otras personas.

Las razones por las cuales las personas consultadas demostraron interés en el sistema fueron: ahorro de tiempo en un 37.5% y utilidad del sistema en un 25%.

Un 62.5% de los encuestados estaría dispuesto a apagar USD \$ 100 mensuales, por el servicio lo que se encuentra dentro de los planes de la empresa PacificData International S.A. como precio de venta al público.



Sistema Automatizado de Información Financiera

El estudio reflejó que el 100% de las empresas encuestadas tienen acceso a Internet, lo que apoya una de las características del SAIF sobre su actualización vía Internet, E-mail ó página Web.

Análisis Competitivo

Clientes

Los potenciales clientes del servicio SAIF son los consumidores del Sector Financiero. Por este motivo, debemos analizar el comportamiento pasado hacia éste sector y los cambios en el presente que denotará la necesidad del cliente por buscar información sobre la situación del sector por medio de un sistema de calidad, conveniencia y oportuno.

Perfil Histórico

Tradicionalmente, los clientes del Servicio Financiero de Consumo han basado sus decisiones de inversión y ahorro en cuatro factores principales:

- Seguridad:
 - La seguridad de la inversión sin pérdida del capital
 - La reputación de la Institución Financiera
 - La solvencia de la Institución Financiera
 - Especulación y desconfianza en la moneda local

- Rentabilidad:
 - Basada en tasas de interés y poca consideración de los factores de riesgo

- Tasa fija vs. Variable

- Disponibilidad:
 - Liquidez de su capital
 - Términos fijados vs. términos de ese momento
 - Interés de reinversión vs. necesidades de ingreso fijas
 - Instrumentos endosables vs. instrumentos no endosables

- Información:
 - Nivel de control sobre su inversión
 - Formatos mensuales, certificados u otros documentos
 - Situación de la institución en la que mantiene su dinero

Perfil Futuro

La necesidad de información sobre el Sector Financiero tiene una gran importancia generada por la crisis del año pasado en la que existió el cierre de varias instituciones. Los clientes afectados por esta situación cambiarán el comportamiento con respecto a sus decisiones de inversión y necesitan recobrar la confianza en el sistema, el mismo que es imprescindible o un "mal" necesario para el funcionamiento del sector productivo y comercial. Por tal motivo, el consumidor buscará toda la forma de información disponible y mientras más actualizada esté mayor será el valor para el cliente.

- Seguridad:
 - Bancos de propiedad del Estado vs. Bancos Privados
 - Falta de credibilidad en bancos de propiedad del Estado
 - Solvencia y reputación de la institución
 - La lentitud en el pago por parte de la AGD
 - Falta de confianza en los índices y balances
 - Preocupación por la toma de medidas como el congelamiento

- Rentabilidad:
 - Posibles medidas futuras por parte del gobierno para controlar las tasas de interés

- Otras opciones de inversión: negocio, envío del dinero al exterior, inversiones en Bolsas de Valores
- Generación de fuga de capitales para evitar el ICC
- La necesidad de ingresos por renta fija

- Disponibilidad:
 - Descongelamiento de cuentas
 - Envío del dinero al exterior

- Información:
 - Es responsabilidad del consumidor en referencia a decisiones sobre en que institución invertirá
 - Falta de credibilidad en índices de balances

La matriz roles y motivos se encuentra en el Anexo 1 en la que se analizó Qué y Quiénes intervienen en el proceso de compra.



Competencia Directa

Al momento en el que fue realizado el estudio de mercado no se encontró otro sistema que se comercialice al nivel de empresas, ningún servicio con las características y beneficios de SAIF. Sin embargo, al menos dos Bancos Privados y algunas empresas poseen un sistema similar que no está disponible para la venta. Por lo tanto, el nivel de competencia directa es casi nula.

El segmento al que sirve SAIF está en crecimiento por las necesidades mencionadas anteriormente por parte de los clientes. Por tal razón se deben de tomar acciones para anticiparse al posible ingreso de empresas que cumplan el mismo fin. Por lo tanto, las acciones correctivas a tomar en caso de aparecer un competidor directo de SAIF, sería una estrategia de bajar el precio en ese momento para retener a nuestros clientes actuales. Esta estrategia se conseguirá cobrando en un principio (mientras sea el único software en el mercado) una cuota especial por cada licencia contratada en la empresa. Dado el caso de que aparezca un competidor directo, se suprimirían dichas cuotas y el precio bajaría. De esta forma, un potencial competidor tendría que ajustar su precio de lanzamiento por debajo del SAIF para ganar participación en el mercado.

Productos/Servicios Sustitutos

Los factores a medir para el análisis de los productos sustitutos son:

- Frecuencia
- Veracidad
- Costo
- Otros temas de interés sobre el Sistema Financiero

Balances Generales y Estados de Pérdidas y Ganancias

Los productos / servicios sustitutos que tiene el consumidor para obtener información sobre Balances Generales y Estados de Pérdidas y Ganancias son publicaciones como: Periódico El Financiero, Análisis Semanal, Suplementos de la Asociación de Instituciones Financieras del Ecuador (AIFE), Revista Gestión, Revista Ekos, Revista América Economía, Semanario Líderes, Boletín de la Superintendencia de Bancos.

Estos productos y servicios sustitutos se basan en la misma fuente de información la cual es confiable y también tienen un precio moderado para el consumidor. La ventaja que presenta SAIF frente a éstos productos / servicios es la frecuencia de actualización de la información.



Estos productos o servicios sustitutos no permiten realizar comparaciones personalizadas de tiempo ni entre instituciones. El servicio SAIF si cuenta con la comodidad y conveniencia de actualización automática y recopilación completa de la información para comparar entre períodos ó entre varias instituciones.

Noticias y Hechos Relevantes

Las noticias y hechos relevantes del Sector Financiero tiene como sustitutos publicaciones periódicas de: Diario El Universo, Diario El Comercio, Diario El Hoy, Diario El Telégrafo.

Estas publicaciones tienen la desventaja de no ser oportunas, las noticias suceden durante el día y el consumidor tiene que esperar hasta el día siguiente para enterarse. Esto puede causar errores en la toma de decisiones. Por ese mismo motivo, SAIF ofrece a sus clientes información en el momento en que sucedan los acontecimientos y los clientes reciben la información directamente en sus oficinas.

Los servicios de información de empresas como: Bolsa de Valores de Quito y Guayaquil, Reuters, Superintendencia de Bancos. Revistas como: Vistazo, Gestión, Ekos, América Economía. Análisis Semanal de Walter Spurrier.



Sistema Automatizado de Información Financiera

Estos productos o servicios sustitutos contienen información sobre varios temas y no específicamente del Sistema Financiero. Su frecuencia es semanal y mensual y no proveen información oportuna. Los clientes actuales de éstos productos / servicios son potenciales clientes del SAIF si necesitan información oportuna en materia financiera.

Como conclusión, los productos sustitutos existentes no son una amenaza para el sistema SAIF ya que no contienen los beneficios que proporciona el servicio SAIF al usuario. Están destinados a usuarios que no posean un computador con acceso a Internet y pueden sentirse atraídos a utilizar programas desarrollados y actualizados manualmente en Microsoft Excel u otro tipo de hoja de cálculo, examinar los Balances manualmente manteniendo un archivo extenso de todo el Sector Financiero ó leer las noticias y hechos relevantes en medios de comunicación como Análisis Semanal o en noticieros, en los cuales la información puede no ser concreta o completa y no tienen la facilidad de guardar para análisis en el futuro.

En referencia a facilidad y comodidad SAIF se puede convertir en la mayor amenaza para estos productos sustitutos por el nivel tecnológico de actualización automática y conveniencia.

Potenciales Entrantes

Existe la posibilidad de que aparezcan nuevas compañías dedicadas al análisis bancario que tengan interés en evaluar el desempeño financiero porque será una de las bases para que regrese la confianza hacia el Sector Financiero.

Las fuentes primarias para analizar la posibilidad de potenciales entrantes serían estudios de mercado, entrevistas a profundidad; y, las fuentes secundarias a medir serán revistas y publicaciones especializadas en el tema. Según los resultados de la Matriz, Anexo 2, la probabilidad de potenciales entrantes es baja.

Barreras de Entrada

La empresa Softline de Venezuela tardó 1 año en diseñar el sistema SAIF, esto implica tiempo y dinero. Otras empresas que deseen desarrollar el servicio tardarán un tiempo similar. Además, el sistema tiene que venir de una empresa con experiencia para impartir confianza al usuario con un equipo atrás del diseño y con experiencia en otros países. Por lo tanto, deberá ser una empresa internacional para llegar al consumidor.

El análisis se realizó basándose en la matriz de barreras de entrada (Anexo 3).

Barreras de Salida

La ventaja del SAIF en cuanto a barreras de salida, para dejar de ofrecer el servicio son bajas, ya sean financieras, comerciales o tecnológicas porque solamente se dejaría de distribuir la información para actualización a los clientes.

Esta estrategia no es buena como imagen para la empresa, pero en el caso que exista la necesidad de salir del sector por fuerza mayor, esta sería la opción.

Proveedores

A continuación identificamos y explicamos la importancia en referencia al número, costo y calidad de cada uno de los proveedores para el sistema SAIF.

Los principales proveedores del servicio de información son los siguientes:

- *Superintendencia de Bancos*

Suministran información sobre Balances Generales y Estados de Pérdidas y Ganancias de las distintas Instituciones Financieras.

- *Asociación de Bancos Privados*

Proporcionan al SAIF información sobre cada una de las Instituciones Financieras. Esta información está compuesta por: nombre de los accionistas, el equipo de la administración, el número de agencias y sucursales que mantiene con direcciones, teléfonos, página Web y E-mail. Además suministran información sobre tasas de interés de cada una de las Instituciones Financieras.

- *Diarios de mayor circulación*

Contienen información relevante sobre el sector o sobre las Instituciones del Sector Financiero.

- *Bolsas de Valores*

Proveen información sobre cada Institución Financiera importante sobre precio de acciones, dividendos y juntas de accionistas.

- *Bancos Privados*

Facilitan información sobre su negocio a través de balances de bancos y todo el grupo financiero.

Los proveedores que tienen mayor poder frente a nuestro producto considerando los totales calculados en la matriz sobre poder de los proveedores (Anexo 4), son:

- *Superintendencia de Bancos*

Sin la información que provee ésta institución sobre el Sector Financiero no se puede actualizar el sistema y por ende es imposible realizar los análisis y comparaciones.

- *Asociación de Bancos Privados*

La información que publica la asociación se encuentra concentrada en un solo medio. La obtención de información individualmente de cada institución privada sería muy complicada recopilar.

Los proveedores que tienen menos poder considerando los totales calculados en la matriz sobre poder de los proveedores (Anexo 4), son:

- *Diarios de mayor circulación*

La información no está concentrada en un solo periódico y existen varios sustitutos.

- *Bolsas de Valores*

La información que proveen se puede conseguir en otras empresas u organismos.

- *Bancos Privados*

La información que tienen disponible se la puede encontrar tanto en la Asociación de Bancos Privados como la Superintendencia de Bancos que es su deber proveer de ésta información.

Como conclusión, entre los proveedores del servicio SAIF, el más poderoso es un ente que controla al Sistema Financiero ecuatoriano; por lo tanto, está obligado a proveer los balances de cada institución al público en general. También tiene el poder de exigir a estas instituciones del su cumplimiento de su publicación por medio de las leyes y reglamentos del Sistema Financiero.



Sistema Automatizado de Información Financiera

Los factores más importantes que pueden influir al servicio SAIF son: la disponibilidad, el tiempo de entrega y la confiabilidad de la información sobre cada institución.



Gobierno

Las posibles medidas que tome el gobierno sobre el Sector Financiero afectarán directamente al servicio SAIF. Es prácticamente imposible predecir cuales serían las nuevas leyes, regulaciones o medidas que en el futuro afecten al sector. Por el momento, se conoce que el consumidor espera la medida de descongelamiento de depósitos, la anunciada Ley Trole, entre otras.

ESTUDIO INTERNO

Matriz FODA

Fortalezas

- Sistema completo, oportuno y confiable
- Actualización del contenido automáticamente
- Manejo sencillo del sistema para los usuarios
- Respaldo de marca (Softline) en el ámbito internacional
- Respaldo de marca con una empresa nacional (PacificData International S.A.)
- Poca inversión – alta rentabilidad
- Los proveedores de la información no tienen costo alguno
- La empresa contiene una fuerza de ventas ya estructurada
- El sistema no tiene competencia existente en el mercado
- Los productos sustitutos no son una amenaza al no ser completos, oportunos ni específicos

Oportunidades

- Necesidad de las empresas de mantenerse informado debido a la situación del Sector Financiero
- Crisis financiera en Ecuador obliga a que las empresas realicen un análisis más profundo antes de tomar decisiones



Debilidades

- Bajo reconocimiento de la empresa a nivel nacional

Amenazas

- Situación económica actual
- Desconfianza en la información proveída por el Sector Financiero y por parte de la Superintendencia de Bancos



Sistema Automatizado de Información Financiera

PLAN ESTRATÉGICO

Misión

SAIF es el servicio actualizado que provee información financiera completa, confiable y oportuna a empresas que requieran hacer análisis del Sector Financiero ecuatoriano.

Visión

A finales del año 2001, ser la primera opción para la consulta de información financiera.

Posicionamiento

SAIF un servicio de información financiera, confiable, completa y oportuna sobre el Sector Financiero, indispensable para empresas al momento de tomar de decisiones de inversión o crédito.

Mercado Objetivo

Personas Jurídicas radicadas en Ecuador que tengan necesidades de análisis de la situación de las Instituciones del Sector Financiero.



Segmentos

El sistema SAIF brinda al mercado objetivo (mercados actuales) un nuevo sistema con información completa (producto / servicio nuevo), esto se lo considera como una estrategia de desarrollo de productos / servicios.

El segmento principal está constituido por las Instituciones del Sistema Financiero. El beneficio fundamental que encontrarán al utilizar el sistema es permitirles realizar un análisis competitivo continuo. Obteniendo información actualizada de su competencia es de gran utilidad para que de esta forma, identifiquen su participación de mercado en general y para cada uno de sus productos o servicios (la comparación de tasas de interés, el monto de sus captaciones, el monto de su cartera de crédito, entre otros).

Además el sistema les permite un fácil análisis de su situación y la de cada institución que forma parte del sector utilizando los índices financieros para tomar importantes decisiones de inversión en el área de Tesorería y para negociaciones en las mesas de dinero en especial para Traders.

Los segmentos secundarios son las empresas del sector no financiero real en el ámbito nacional. Estas empresas se dividen en los sectores comercial, industrial y de servicios. Son significativos pues estas empresas requieren de información confiable al momento de tomar decisiones de inversión o préstamos.



Sistema Automatizado de Información Financiera

En el caso del sector de servicios, el sistema les permite analizar la situación de las Instituciones Financieras para facilitar la toma de decisiones de inversión y también por razón de su capacidad de crédito / endeudamiento.

En cuanto al sector industrial, la información que puede extraer del sistema SAIF determina la posibilidad de crecer de forma competitiva en su negocio por medio del conocimiento de las líneas de crédito existentes. Los plazos y tasas activas y pasivas que mantiene son útiles para realizar una comparación entre instituciones. Logrando así una idea clara de hasta que punto podría incrementar su producción al conocer cuáles son las tasas activas que se ofrecen en el mercado y de ésta forma proyectar un posible endeudamiento y tomar decisiones precisas.

Para el sector comercial el sistema SAIF es beneficioso porque cuando las empresas planifiquen extender ó continuar su negocio fuera del país, deben analizar las posibilidades de crédito existentes. Al conocer la capacidad con la que cuentan las instituciones, su situación y los parámetros que utilizan, la información les servirá como una forma de asesoría financiera continua y directa para tomar decisiones.



Sistema Automatizado de Información Financiera

Los segmentos de mayor poder frente al SAIF son las empresas del sector de servicios y financiero, según el análisis realizado con base en la matriz de segmentos (Anexo 5). Estas empresas son las que realizan mayor análisis de información financiera para tomar una decisión. Estos sectores se componen de un menor número de compañías en el país.

Los segmentos menos poderosos son las empresas del sector comercial e industrial porque su negocio no depende del análisis de información financiera. Utilizan la información únicamente para invertir sus excedentes de liquidez o comparar tasas activas para endeudamiento.

El enfoque principal de la compañía deberá ser hacia las Instituciones del Sector Financiero. Una vez que los bancos más importantes tengan instalado el sistema SAIF en sus oficinas se convertirá en un buen argumento de ventas para PacificData International S.A. Además las opiniones generadas por éstas instituciones sobre el sistema SAIF generará interés en la gente para obtener la instalación del sistema.

Los nuevos clientes del sector no financiero confiarán en la información del sistema SAIF pues las mismas Instituciones Financieras realizan sus análisis utilizándolo.



Sistema Automatizado de Información Financiera

Las empresas que prestan servicios, muchas de ellas se dedican al área de consultoría, les sería de mucha utilidad y conveniencia la facilidad con la que pueden obtener la información para ver como se desenvuelven las Instituciones del Sistema Financiero. Además se tiene pensado incluir en el sistema, en un futuro, una parte en la que se permita analizar a las compañías de seguros.

El énfasis menor estará dirigido hacia las empresas del sector industrial y comercial porque en la actualidad no le dan mucha importancia a la información financiera, en cambio, su análisis está enfocado hacia la información proveniente de su segmento de mercado.



Sistema Automatizado de Información Financiera

Objetivo

El objetivo principal de la empresa PacificData International S.A. es lograr la colocación del sistema en cuarenta empresas el primer año, pudiendo ser del sector financiero o no financiero.

El objetivo secundario es el desarrollo de programas de retención de clientes para mantenerlos en el largo plazo.

ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX

Producto

Servicio Automatizado para Análisis Bancario

Pantalla del sistema SAIF Anexo D.

Características

1. Requisitos

Computador, acceso a Internet, conocimiento de análisis financiero, passwords necesarios para el acceso al sistema.

2. Componentes

El sistema SAIF está compuesto por información de las Instituciones Financieras radicadas en Ecuador.

La información está constituida por:

- Tasas de interés activas y pasivas semanales
- Balances Generales mensuales
- Estados de Pérdidas y Ganancias mensuales
- Hechos relevantes del Sector Financiero nacional, en forma semanal

Ejemplo de las pantallas, Anexo E.



En un futuro PacificData International S.A. planifica incorporar información sobre instituciones venezolanas y peruanas.

3. Marca

SAIF - PacificData International S. A.

4. Empaque

El software tiene la presentación en CD ROM, con la actualización del servicio vía Internet.

5. Opciones

- Análisis vertical y horizontal de Estados Financieros de una Institución Financiera específicamente.
- Análisis vertical y horizontal de Estados Financieros comparativos entre varias Instituciones Financieras.
- Cálculo de los índices financieros: liquidez, rentabilidad, endeudamiento, apalancamiento, calidad de activos, capital, patrimonio e índices personalizados.
- Comparación entre varias Instituciones Financieras de los índices financieros calculados.
- Información relevante sobre cada Institución Financiera: nombres de los accionistas principales, el porcentaje de participación de cada uno de



Sistema Automatizado de Información Financiera

ellos, la conformación del equipo administrativo, el número de sucursales y agencias que tiene cada institución con sus respectivas direcciones, teléfonos, páginas Web y direcciones de E-mail.

- Noticias y hechos relevantes sobre cada institución y del Sector Financiero en general.

6. Funciones

La información del sistema SAIF se actualiza automáticamente con base en:

- Balances Generales
- Estados de Pérdidas y Ganancias
- Tasas de interés
- Hechos relevantes

7. Mantenimiento

La compañía PacificData mantiene contacto permanente con el cliente para proveerle de la información, la misma que se realiza mediante:

- Internet (página Web, E-mail)
- Disquetes "floppy" (según el estudio de mercado realizado el 100% de las empresas tienen acceso a Internet, esta opción sólo se utilizará para casos especiales de empresas que no tengan acceso a Internet)

El mantenimiento y la actualización de la información se realizará con la siguiente frecuencia:

- Balances Generales y Estados de Perdidas y Ganancias: mensualmente
- Tasas de interés: semanalmente
- Noticias del Sector Bancario: semanalmente

Beneficios

- Información oportuna, completa y veraz para el momento de tomar de decisiones
- Precio accesible
- Conveniencia para el usuario en cuanto a acceso de información
- Comodidad en la recopilación y actualización de la información
- Facilidad para el cálculo de índices de una institución ó para realizar comparaciones entre varias instituciones
- Las empresas se mantienen al tanto de hechos relevantes, para que en el momento preciso puedan tomar decisiones reduciendo el riesgo de posibles errores
- Sistema sencillo y fácil de utilizar
- Asistencia técnica y manejo de reclamos personalizados por personal altamente calificado de la misma compañía
- Crédito abierto hasta de treinta días para el pago del servicio
- Consideraciones a clientes especiales en cuanto a requerimientos de información



Precio

La estrategia de precio a utilizar es de penetración (precio medio – alta calidad). En un principio, por cada contratación del sistema si se cobrará una tarifa especial por cada licencia adicional que deseen los clientes para su empresa. Esta estrategia se tomará para prevenir el posible ingreso de competencia; si esto sucede, la tarifa por licencias no se cobrará para que el precio de venta al público sea menor y poder competir con los potenciales entrantes.

Según el estudio de mercado realizado en el mes de Enero del 2.000, el mercado objetivo está dispuesto a pagar un precio de USD \$100 mensuales por el servicio SAIF. Este precio incluye la instalación del sistema, el mantenimiento de la información y no se cobrará cargos adicionales ni cuotas de membresía.

Existirán planes de menor precio si el cliente decide cancelar por todo el año en vez del pago mensual. Por ejemplo, la tarifa mensual es de USD \$100, en el caso que el cliente cancele por todo el año su tarifa será de USD \$1.080, de esta forma el cliente obtendrá un descuento de USD \$10 en cada mes.

La empresa también ofrece la facilidad a los clientes de obtener una línea de crédito por treinta días para la cancelación del servicio.



Sistema Automatizado de Información Financiera

Dependiendo de la aceptación del sistema en el mercado existirá la posibilidad de incluir ingresos derivados producto de auspicios, los mismos que serán de fuentes especializadas tales como medios de comunicación (Ejemplo: Líderes, El Financiero, Análisis Semanal, entre otros medios especializados en la materia).

Promoción

La estrategia principal de promoción será facilitar la prueba del producto en potenciales usuarios por medio de la instalación de DEMOs actualizables totalmente gratis durante un período determinado para lograr una costumbre en los clientes a que utilicen el sistema regularmente para tomar sus decisiones y éste se convierta en una necesidad para la empresa o institución.

Luego del primer año, la estrategia de promoción será un programa de referidos, "member-get-member", que consiste en que los clientes actuales refieran a potenciales clientes y por cada referido ó contacto que contrate el sistema recibirán un mes de actualización gratis.

El material de promoción y logística planificado para apoyo y recordación de la marca y servicio es:

➤ Brochures:

Contienen información sobre la utilización del SAIF, sus beneficios, y explicación / guía de cada una de las funciones.

➤ Mouse Pads

Serán entregados a las empresas que contraten el servicio y también serán repartidos en el seminario y en el cocktail.



Comunicación

La comunicación del producto estará primeramente dirigida hacia las empresas que poseen un producto sustituto para que prueben el sistema a SAIF y realicen una comparación de la comodidad y facilidad que ofrece al tener la información al alcance en forma oportuna en su oficina para la toma de decisiones.

En primer lugar, la comunicación estará dirigida hacia las empresas que PacificData International S.A. mantiene contacto que son grandes empresas nacionales como: Adams, Química Borden, Alcatel del Ecuador, Kiwy, Autocom, CAF (Corporación Andina de Fomento), Embajada de Francia, Cemento Selva Alegre, entre otras. Estas empresas son clientes de los servicios de: Consultoría, Análisis Estadísticos, Estudios Financieros y Económicos y de la venta de Información Económica y Financiera en Línea. Por este motivo serán los principales potenciales clientes a los que se contactaría directamente para ofrecerles el sistema SAIF a ellos telefónica y personalmente.

En segundo lugar, el contacto con otras empresas del sector no financiero será por medio de visitas personales a Tesoreros, Gerentes Financieros y Gerentes Generales principalmente a Instituciones Financieras y luego a otras empresas. A las personas que utilizarían el producto, en las visitas se realizará una demostración del sistema instalando un DEMO en la computadora de la persona y



Sistema Automatizado de Información Financiera

se le enviará la actualización de tasas de interés y de hechos relevantes durante un período determinado totalmente gratis.

La persona que realizan las visitas también les proporcionarán el brochure instructivo de uso en el que se especifican todos los pasos a seguir para realizar el análisis y todas las opciones del sistema.



Publicidad

Prensa:

Se tiene planificada la publicación en medios de comunicación un editorial de análisis realizado con el sistema SAIF. Según el cronograma están previstas dos publicaciones en el Periódico Semanal El Financiero, la segunda semana del mes de agosto y la primera semana del mes de septiembre. Estas publicaciones no tendrán ningún costo para la empresa PacificData International S.A., como en ocasiones anteriores lo ha realizado.

Seminario:

Para el lanzamiento se tiene planificado un seminario explicativo y didáctico sobre Análisis Financiero en el cual se demostrará mediante el uso, manejo y bondades del sistema SAIF. El seminario tendrá una duración de dos horas y un número estimado de treinta personas como participantes bajo la dirección de un expositor capacitado en el tema.

Cóctel:

Luego del seminario se tiene previsto un cóctel al mismo que asistirán las personas que tomaron el seminario y otras invitadas para reforzar la imagen de la marca en un número de personas estimado de cincuenta.

Distribución

La distribución de la actualización de la información se realizará por medio de los siguientes canales que fueron analizados su factibilidad en el estudio de mercado

(Anexo F):

- Correo electrónico
- A través de una página Web de Internet
- A través de una empresa de entrega de correspondencia se enviará un disquete con la información actualizada, para las empresas que no posean acceso a Internet, la misma que será para casos especiales
- Cada usuario es asignado un Passwords para que pueda acceder al sistema



Ventas

La fuerza de ventas influirá sobre la decisión de compra al realizar demostraciones del sistema SAIF mediante la instalación de DEMOs. Además comunicará que el sistema tiene el respaldo de clientes internacionales en los países de Venezuela y Perú.

Como estrategia, para ayudar a la venta se iniciará la colocación del sistema en el mercado por medio de la facilitación de la prueba del producto a los potenciales clientes del sistema financiero por su necesidad de conocer la situación de la competencia. Se les instalará por tres meses el DEMO con actualizaciones gratuitas en este período.

La fuerza de ventas además capacitará e instituirá a los posibles usuarios del sistema en las visitas para la instalación del DEMO que utilizará su total capacidad con actualizaciones semanales y mensuales de la información para desarrollar programas de análisis y control de inversión y crédito.

Los vendedores en la fase preliminar son los mismos funcionarios de la empresa PacificData International S.A., inicialmente radicarán en la ciudad de Quito bajo la perspectiva de viajes en el ámbito nacional cuando surjan potenciales clientes en provincias.

Presupuesto de Lanzamiento

Presupuesto Primer Año

Concepto	Costo Unitario	Sucres	Dólares
----------	----------------	--------	---------

Prensa

El Financiero			0
Artes			0
Total			0

Lanzamiento

Seminario

Salón Hotel			0
Carpetas	10,000	300,000	12
Blocks de hojas	20,000	600,000	24
Esferos	5,000	150,000	6
Canon	60		60
Expositor	200		200
Total			302

Cóctel

Salón Hotel			0
Catering	10		500
Licores		4,000,000	160
Decoraciones		2,000,000	80
Impulsadoras	50		100
Total			840

Total Costo			1142
--------------------	--	--	-------------

Presupuesto (continuación)

Invitaciones para los dos Eventos

Invitaciones		150,000	6
Sobres		100,000	4
Envío		75,000	3
Seguimiento		50,000	2

Total Costo			15
--------------------	--	--	-----------

Material de promoción y logística

Brochures		10,000,000	400
Mouse Pad		4,000,000	160
CD y Estuche			50
Portada CD		800,000	30
Copia de los Demos			0

Total Costo			640
--------------------	--	--	------------

Aspectos Legales

Registro de Marca		3,500,000	140
Registro de Patentes		3,500,000	140

Total Costo			280
--------------------	--	--	------------

Trabajo en Ventas

Elaboración Base de Datos			0
Actualización de la Base			0
Visitas Personalizadas			0
Llamadas telefónicas			0

Total Costo			0
--------------------	--	--	----------

Total Costos Presupuestados 2,077

Notas explicativas sobre el presupuesto

Prensa

- ◆ Periódico Semanal El Financiero (No hay costo por cuanto es un editorial a manera de canje con el medio, los artes y diseños también corren por cuenta del periódico).

Lanzamiento

Para el lanzamiento se han previsto dos eventos diferentes y complementarios:

- ◆ Seminario. El hotel provee el cañón, con lo que se optimiza la visibilidad y no es necesario el alquiler de pantallas adicionales y computadoras. La computadora está implementada con multimedia que provee la oficina. El hotel facilita también los salones sin costo, papelógrafo y pizarra líquida. En cuanto al material didáctico no se tiene un diseño especialmente preparado para el evento.
- ◆ Cóctel. El costo estimado del "catering" por persona es de 10 dólares. En cuanto a los licores el valor que figura incluye dos tipos de licor: Whisky, 6 botellas a un costo de s/. 350.000 cada una; y Ron, 4 botellas a un costo de s/. 200.000 cada una. Lo que resta está destinado a las colas, por cuanto el



Sistema Automatizado de Información Financiera

agua, hielo y adicionales provee el hotel. Las decoraciones serán elaboradas exclusivamente en flores. Dos impulsadoras a un costo de \$50 dólares cada una.

Invitaciones para los dos eventos:

El valor del pliego de cartulina Kimberly es de s/. 30.000 y se requieren 4 pliegos, el valor que aparece en el presupuesto incluye la impresión. Los sobres vienen en paquetes de 10 unidades con un costo de s/. 16.000, el valor que figura en el presupuesto también incluye la impresión. El envío, tiene un valor por sobre de s/. 1.500, es solamente local. El valor de seguimiento, incluye confirmaciones telefónicas y horas hombre.

◆ **Material de Promoción y Logística.**

Elaboración de 500 brochures, con un costo unitario de s/. 20.000 cada uno; valor que incluye el diseño del arte y la impresión.

Los "Mouse Pads" son en número de 400 unidades con un costo por unidad de s/. 40.00. El valor presupuestado incluye arte y diseños.



Sistema Automatizado de Información Financiera

Los 100 CD's vienen con el estuche en paquetes de 10 por caja y el valor por caja es de 5 dólares. El valor de la portada es de s/. 8.000, arte e impresión de cada una. La copia de los Demos no tiene un costo perceptible pues se dispone en la oficina del equipo necesario para el efecto.

Aspectos Legales

- ◆ Los valores incluyen papeleos de rigor, notarios, registros de logos y marcas.

Trabajo en Ventas

- ◆ No aparecen especificados como costos reales presupuestados pues es parte del equipo de ventas de la empresa PacificData International S.A.



Cronograma de Trabajo

El cronograma explica el desarrollo con fecha de cada actividad a realizarse. Incluye la publicación en prensa, el lanzamiento, material promocional, aspectos legales y el trabajo de ventas.

(Anexo G)



Controles de Marketing

Además del seguimiento al cronograma de trabajo, se pondrá especial atención a:

1. Desarrollar un programa de control de licencias del software para evitar el plagio y copias piratas.
2. Seguimiento del número de prospectos con/sin DEMOS en prueba.
3. Chequeo semanal de efectividad del equipo de ventas.
4. Evaluación de las metas de venta por vendedor, mensualmente.
5. Para medir el desempeño del servicio se realizarán encuestas de satisfacción a partir del primer mes de instalación.

Bibliografía

- Hiebing, Roman; "Cómo Preparar El Exitoso Plan De Mercadotecnia", Mac Graw Hill, 1992.

- PacificData International S.A., Informe Anual de Información Económica en Ecuador durante 1999.

- Matrices John Andrade





Sistema Automatizado de Información Financiera

Conclusiones

Después del análisis realizado podemos concluir que el sistema SAIF llegará a constituirse en una herramienta básica para la toma de decisiones financieras, así como una fuente de consulta ágil, dinámica, conveniente y oportuna para inversionistas, empresarios y en perspectiva del público en general.

Colocándose al a par de mecanismos informativos similares puede lograr reemplazarlos o incluso pretender que la fuente de análisis para estos medios sea éste servicio de información.

El estudio de mercado realizado, permite concluir que el sistema tendrá una buena aceptación tomando en cuenta la crisis del Sistema Financiero durante el año 1999.

Todas las estrategias y procesos propuestos en el Plan de Marketing han sido previamente probadas en otros servicios lo que nos aseguro que los resultados obtenidos han sido bastante cercanos a la realidad, tomando en cuenta los entornos en que se ha desenvuelto.





Sistema Automatizado de Información Financiera

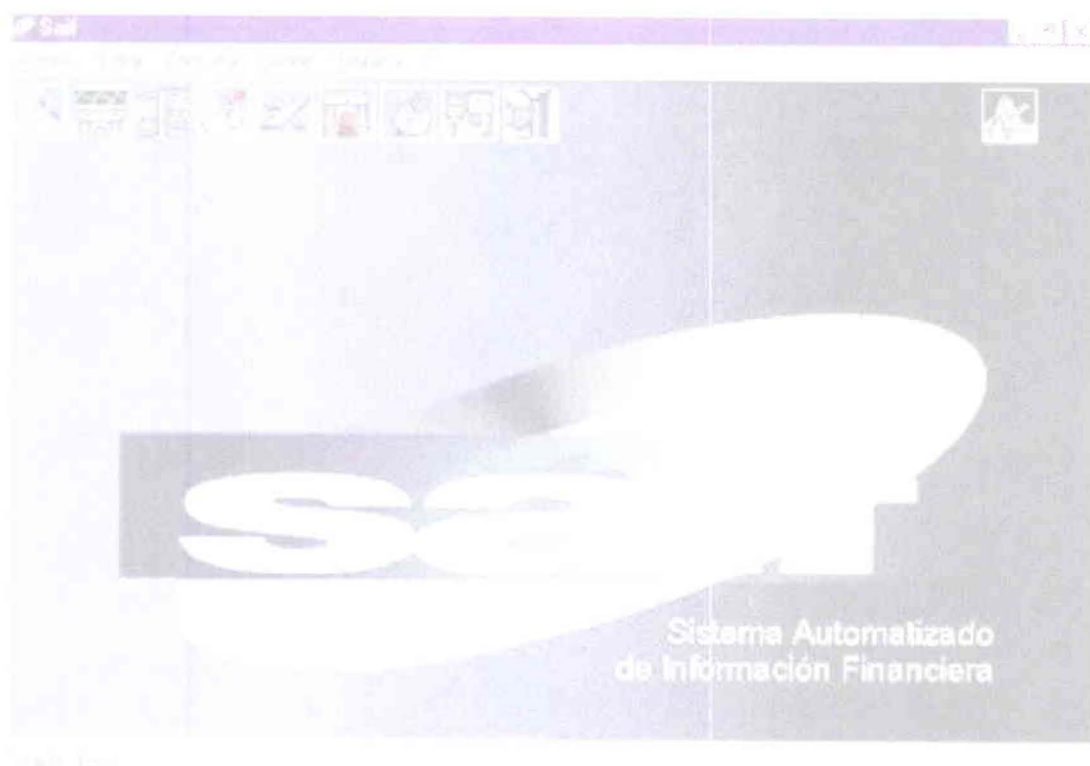
Recomendaciones

Recomendamos a PacificData International S.A. poner en práctica las estrategias descritas en este trabajo, y posicionar al SAIF como la mejor herramienta para hacer Análisis Financiero Bancario.

El servicio que ponemos a disposición cumple con las mejores expectativas y recomendamos su uso en día a día, pues estamos atravesando situaciones adversas donde la información veraz y oportuna resulta fundamental en el momento de tomar una decisión y sobre todo si está se trata de una inversión financiera.

La forma con la esta concebida el sistema tiene características muy amigables para el usuario y se debería aprovechar esta cualidad para incluir información importante de otros sectores económicos de nuestro país.

Sistema Automatizado de Información Financiera



ANEXOS



Sistema Automatizado de Información Financiera

ANEXO 1

Matriz de Roles y Motivos

ROLES	MOTIVOS	
	QUIEN?	CRITERIOS
EL QUE USA	<ul style="list-style-type: none"> • Tesorero 	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de información • Tomar decisiones de inversión • Conocer sobre la Banca Nacional • Asesoría
EL QUE INFLUYE	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente Financiero • Vendedor 	<ul style="list-style-type: none"> • Propone opciones al Gerente General • Facilita el trabajo
EL QUE DECIDE	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente General 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprueba o desaprueba las compras • Maneja presupuestos
EL QUE COMPRA	<ul style="list-style-type: none"> • Departamento de compras, con sus propios criterios 	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecuta ordenes del Gerente General
EL QUE VETA	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente General • Productor • Quien genera interrupciones en la comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto • No ve la necesidad • Desconfianza en el sector financiero • En base a la experiencia



Sistema Automatizado de Información Financiera

Matriz de Roles y Motivos (Continuación)

MOTIVOS		
CUANDO?	DONDE?	COMO?
<ul style="list-style-type: none"> Analiza las varias opciones de inversión 	<ul style="list-style-type: none"> En la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> Análisis bancario Comparando opciones Actualizándose con noticias Consultando índices, noticias y tasas de interés
<ul style="list-style-type: none"> Ve las necesidades de Tesorería 	<ul style="list-style-type: none"> En la empresa En La oficina - Pacificdata 	<ul style="list-style-type: none"> Realizando un análisis de los beneficios vs. Costos y de la distribución del tiempo y trabajo
<ul style="list-style-type: none"> Existe la necesidad en la empresa Recibe las sugerencias del Gerente Financiero 	<ul style="list-style-type: none"> En la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> En base a la experiencia Requerimientos de su personal
<ul style="list-style-type: none"> Cuando recibe la orden de compra 	<ul style="list-style-type: none"> En la empresa En la oficina - Pacificdata 	<ul style="list-style-type: none"> Contactando al proveedor Proformas Formas de negociación
<ul style="list-style-type: none"> Tiempos de crisis Al momento de tomar decisiones 	<ul style="list-style-type: none"> En la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> Negando la propuesta



Sistema Automatizado de Información Financiera

Anexo 2

Matriz de Barreras de Entrada (Potenciales entrantes)

El siguiente cuestionario se evalúa los valores que pueden generar fuertes barreras de entrada.

1. ¿En qué grado el sector de servicios se caracteriza por tener grandes economías de escala (los costos unitarios decrecen con el incremento en ventas transacciones de clientes)?

Medio

2. ¿Qué grado de diferenciación tienen entre sí en las empresas de consultoría?
¿Existe lealtad e identificación del consumidor con marcas específicas (sea por imagen o calidad de los servicios que brindan)?

Medio, depende de la compañía y de la gente o analistas atrás de la publicación.

3. ¿Qué tan altos son los requerimientos de capital (regulatorios y comerciales) para establecerse como empresa consultora?.

Bajo, la inversión más grande está en la búsqueda de clientes.



Sistema Automatizado de Información Financiera

Anexo 3

Barreras de entrada

¿Qué pasos específicos pueden tomarse para fortalecer las barreras de ingreso a su sector? (Al responder esta pregunta, considere las barreras de ingreso sugeridas en la matriz. Luego determine qué acciones se pueden tomar para fortalecer cada una de ellas, y anticipe las posibles implicaciones que tales acciones pueden tener en la estructura del sector.)

En la promoción se debe recalcar el hecho de que la empresa que fabrica el software funciona en otras partes del Latinoamérica. Debemos nombrar los clientes del sistema en otros países.

¿Qué factores deben ser medidos para controlar el poder de las barreras de ingreso y, por ende, de los potenciales entrantes a su mercado? ¿Cuáles son las fuentes posibles para obtener esa información?

Debemos monitorear el mercado para ver el surgimiento de nuevas empresas para el análisis de información financiera, software.



Anexo 4

Matriz de Poder de los Proveedores

Para cada proveedor, calificar la fuente de poder con: "significativa" (un "2" en la matriz), "moderada"(un "1"); y los que no son una fuente de poder (un "0").

Preguntas:

1. ¿Es un grupo concentrado (dominado por pocas empresas) o se encuentra más concentrado? (Mientras más concentrado es, mayor poder tiene)
2. ¿Existen productos sustitutos que puedan reemplazar a los de su proveedor? (Si es que si se puede controlar fácilmente a su proveedor, por lo que no representará una fuente de poder para él)
3. ¿El SAIF representa un sector importante de clientes para el proveedor? (Si es que si es menos probable que el proveedor ejerza presión, es decir, no constituye una fuente de poder para él)
4. ¿Es el producto del proveedor, muy importante para el SAIF? (Si = fuente de poder)



*Sistema Automatizado de
Información Financiera*

5. ¿Los productos del proveedor se diferencian de los de otros proveedores? (En caso afirmativo, cambiarse de un proveedor a otro puede resultar difícil, es una fuente de poder para él)

6. ¿Tendría un costo significativo, el cambiarse de un proveedor a otro? (Si = fuente de poder para él)

7. ¿Podría el proveedor convertirse en su competencia? (Si = fuente de poder)

Resultados:

Matriz Proveedores

	Pregunta # 1	Pregunta # 2	Pregunta # 3	Pregunta # 4	Pregunta # 5
Super. De Bancos	2	2	2	2	1
Asoc. De Bancos	2	2	2	2	1
Diarios	1	1	2	2	1
Bolsas de Valores	1	1	2	2	1
Bancos Privados	0	0	0	0	0
	Pregunta # 6	Pregunta # 7	TOTAL		
Super. De Bancos	1	2	12		
Asoc. De Bancos	1	2	12		
Diarios	1	0	8		
Bolsas de Valores	1	0	8		
Bancos Privados	1	0	1		



Sistema Automatizado de Información Financiera

ANEXO 5

Matriz de Segmentos

Para cada segmento, responda las siguientes preguntas, Si representa una fuente de poder para el segmento, indique si ésta es "significativa" (ingrese un "2"), "moderada"(ingrese un"1"); o si "no" es una fuente de poder (ingrese un "0").

Preguntas:

1. ¿Es un segmento concentrado, es decir está conformado por pocos clientes importantes? (Si = fuente de poder)
2. ¿El segmento factura un gran volumen, en relación a la facturación total de su empresa producto? (Si = fuente de poder)
3. ¿Lo que facturan los miembros del segmento, representa una porción significativa de sus gastos personales/ costos de operación? (En caso afirmativo, el segmento buscará mejores condiciones, contituyéndose en una fuente de poder para el segmento)



Sistema Automatizado de Información Financiera

4. ¿Los servicios utilizados por el segmento, son estándar (de tipo genérico) y similares a los de la competencia (poco diferenciados)? (En caso afirmativo, se convierte en una fuente de poder para él)
5. ¿El cambiarse de un producto a otro representa un costo significativo para el segmento (considerando todos los servicios que utiliza)? (En caso afirmativo, ésta no se constituye en una fuente de poder para él)
6. ¿Este segmento tiene poco poder adquisitivo, o genera poca rentabilidad para sí mismo? (En caso afirmativo, tenderá a buscar ofertas, gangas, reducción en cargos y comisiones; por lo que constituye en una fuente de poder para él)
7. ¿Los integrantes de este segmento pueden realizar o conseguir, por sí solos; las transacciones y servicios que realizan/ reciben a través de su producto? (Si = fuente de poder)
8. ¿El producto y sus beneficios, son muy importantes para el consumidor de este segmento? (En caso afirmativo, el consumidor buscará alta calidad, antes que costos bajos, por lo que será una fuente de poder para él)



*Sistema Automatizado de
Información Financiera*

Anexo B

COSTO DE RECUPERACION BANCARIA E INDICE DE MOROSIDAD

	Costo/PIB	Morosidad		Costo/PIB	Morosidad
Argentina	1.3%	9.1%	Ecuador	14.0%	15.6%
(82)			(99)		
Chile	19.6%	4.1%	Finlandia	8.2%	9.3%
(85)			(92)		
EE.UU	5.1%	4.8%	Venezuela	13.0%	9.3%
(91)			(94)		

Fuente: CEA



*Sistema Automatizado de
Información Financiera*

Si _____ (Pase a la pregunta **6**) No _____ (Pase a la pregunta **5.A**)

5.A ¿Basándose en qué temas o argumentos toman decisiones financieras?

6. En escala de 1 a 5, ¿Qué importancia le asigna a los siguientes tópicos al tomar decisiones basadas en información del Sector Financiero? (Siendo 1 menor importancia y 5 mayor)

Tópicos	Calificación					NS
	1	2	3	4	5	
Tasas de interés Activas	1	2	3	4	5	9
Tasas de interés Pasivas	1	2	3	4	5	9
Análisis de cuentas importantes en el Balance	1	2	3	4	5	9
Noticias del Sector Financiero Nacional	1	2	3	4	5	9



*Sistema Automatizado de
Información Financiera*

7. ¿En la empresa hacen investigación sobre información financiera?

Si _____

No _____ (Pase a Presentación del Producto)

8. ¿Qué área se encarga de la investigación?

9. ¿Con qué frecuencia se actualizan los datos de esta investigación?

Mensual _____

Semestral _____

Anual _____

Presentación del Producto

Una prestigiosa empresa internacional ha desarrollado un software de Análisis de Información del Sistema Financiero para ser implementado en Ecuador, el cual posee información sobre la Banca Privada Nacional. Cuya información está segmentada en dos partes: Balances (de actualización mensual) y Tasas de Interés y Hechos relevantes (actualizable semanalmente).



*Sistema Automatizado de
Información Financiera*

10. ¿Le interesaría el software descrito anteriormente?

Definitivamente si _____

Tal vez si _____

Tal vez no _____

Definitivamente no _____ (Haga la pregunta 10.a y finalice)

N/S _____

10.a ¿Por qué?

11. Al salir este software a la venta, ¿Usted lo compraría:

1. Inmediatamente _____

2. Basado en la experiencia de otros _____



*Sistema Automatizado de
Información Financiera*

12. ¿En qué idioma prefiere que utilizar el software?

Español _____

Inglés _____

Otro _____

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio de información?

De \$ 100 a \$ 140 _____

De \$ 150 a \$ 190 _____

De \$ 200 en adelante _____



*Sistema Automatizado de
Información Financiera*

Pantalla Inicial Sistema SAIF





*Sistema Automatizado de
Información Financiera*

Anexo E

Ejemplo: Pantalla Comparación entre Bancos

Saif - [ECU, 1/2000, Participación (Bancos de Ecuador) Nominal.]

Archivo Editar Consultar Definir Ventana ?

	BOLIVARIANO (BCO)	PACIFICO (BCO)	Total
ACTIVO	3.01	8.17	11.18
DISPONIBLES	4.24	3.73	7.98
Caja	3.28	11.44	14.73
Depósitos para encaje	5.46	0.13	5.59
Bancos y Otras Inst. Financieras	3.03	1.55	4.58
Efectos de Cobro Inmediato	5.39	12.96	18.34
Remesas en tránsito	24.11	0.00	24.11
Transferencias por ejecución presupuestaria			-
FONDOS INTERBANCARIOS VENDIDOS			-
INVERSIONES	2.03	5.94	7.97
Bonos	2.88	2.11	4.99
Cédulas		2.15	2.15
Aceptaciones bancarias		1.04	1.04
Operaciones de reporto	1.64	8.04	9.68
Titulos Valores Entregados En Fideicomiso Mercantil			-
Varias	0.99	10.75	11.74
Portafolio de terceros			-
Provisión para protección de valores	0.04	6.87	6.91
CART. CRED. Y CONT. ARREND. MERCANTIL	3.53	8.50	12.03
Cartera de Créditos por Vencer	4.43	8.06	12.50

Estado : Listo

SOFTline



Sistema Automatizado de Información Financiera

Ejemplo: Pantalla de Tasas de Interés

SAIF - [Tasas de Interés ASERVAL [RCO] Semanal (Ultimo Cierre)]

Archivo Editar Consultar Definir Ventana ?

Fuente: Bolsa de Valores de Guayaquil

Período	Tasa Corporativa	Tasa Corporativa US\$	Tasa Pasiva 90 días	Tasa Pasiva 90 días US\$
02/10/1999	66.00	19.00	48.00	11.00
09/10/1999	66.00	19.00	48.00	11.00
16/10/1999	66.00	19.00	48.00	11.00
23/10/1999	66.00	19.00	48.00	11.00
06/11/1999	66.00	19.00	48.00	11.00
13/11/1999	60.00	19.00	48.00	11.00
20/11/1999	66.00	19.00	48.00	11.00
27/11/1999	65.00	18.00	47.00	10.00
04/12/1999	66.00	19.00	48.00	11.00
Promedio	65.22	18.89	47.89	10.89
Máximo	66.00	19.00	48.00	11.00
Mínimo	60.00	18.00	47.00	10.00

Estado : Listo

SOFTline



Sistema Automatizado de Información Financiera

Ejemplo: Pantalla de Noticias Actualizadas

Noticias

02/03/2000	Filanbanco beneficiado
02/03/2000	Cientes apoyan proceso legal
02/03/2000	AGD evalúa devolución
02/03/2000	Reprogramación de deudas en Ecuador
02/03/2000	AGD evalúa sobre devolución de fondos
02/03/2000	Los Bonos Brady en Ecuador
01/03/2000	La AGD define salida para clientes del Banco de Préstamos

Después de varias postergaciones, los clientes del Solbanco y del Banco de Préstamos conocerían el día de hoy si serán o no incluidos en el cronograma de la devolución de depósitos. Hoy se reunirá el directorio de la Agencia de Seguro de Depósitos AGD, para tomar una resolución sobre el tema.

Sectores
Bancos

Institución
PRETAMOS (BCO)
SOLBANCO (BCO)

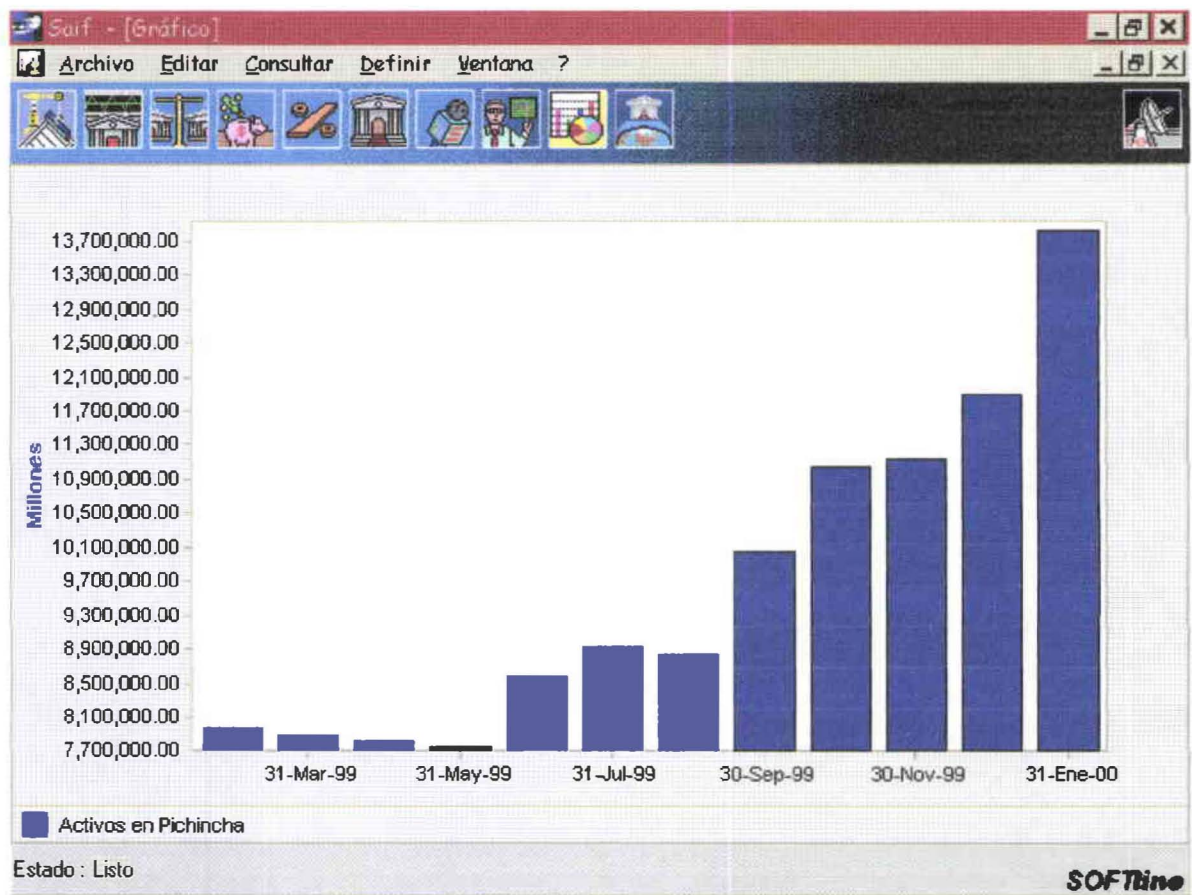
Medio
El Comercio

Estado: Listo **SOFTline**



Sistema Automatizado de Información Financiera

Ejemplo: Función de Gráficos





*Sistema Automatizado de
Información Financiera*

Anexo F

Investigación de Mercado

Sector

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Financiero	3	18.8	18.8
Industrial	4	25	43.8
Comercial	3	18.8	62.5
Organismo internacional	1	6.3	68.8
Florícola	1	6.3	75
Construcción	2	12.5	87.5
Calificadora de Riesgo	1	6.3	93.8
Electricidad	1	6.3	100
Total	16	100	

Cargo

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Gerente Financiero	8	50	50
Vicepresidente de Instituciones Financieras	1	6.3	56.3
Gerente General	2	12.5	68.8
Tesorería	3	18.8	87.5
Trader	2	12.5	100
Total	16	100	

Conocen software que realice análisis financiero

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	2	12.5	12.5
No	14	87.5	100
Total	16	100	



*Sistema Automatizado de
Información Financiera*

Tiene acceso a Internet

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	16	100	100	100
Total	16	100	100	
Total	16	100		

Conocen empresas de asesoramiento en información financiera bancaria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	11	68.8	68.8	68.8
No	5	31.3	31.3	100
Total	16	100		

Empresas de asesoramiento en información financiera bancaria

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
PacificData international	3	27.3	27.3
Análisis Semanal	3	27.3	54.5
Bancos	2	18.2	72.7
Casas de Valores	2	18.2	90.9
Macosa	1	9.1	100
Total	11	100	

Software que realiza análisis financiero

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Software de la empresa	2	66.7	66.7
Thompson BankWatch	1	33.3	100
Total	3	100	

Han utilizado servicios del asesoramiento financiero en materia bancaria

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	5	33.3	33.3
No	10	66.7	100
Total	15	100	

Tipo de información o asesoramiento han recibido

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Consultores individuales	3	60	60
Picaval	2	40	100
Total	5	100	



*Sistema Automatizado de
Información Financiera*

Tipo de información o asesoramiento han recibido

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Riesgo	1	6.3	6.3
Estado	1	6.3	12.5
Análisis de la Banca	3	18.8	31.3
9999	11	68.8	100
Total	16	100	

Tipo de información o asesoramiento han recibido

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Estado	1	33.3	33.3
Análisis de la Banca	1	33.3	66.7
Análisis Económico	1	33.3	100
Total	3	100	

Utilizan información del sector financiero para tomar decisiones de inversión

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	14	87.5	87.5
No	2	12.5	100
Total	16	100	

Temas en se basan para toman decisiones financieras

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Competencia	1	16.7	16.7
Rendimientos	2	33.3	50
Se invierte en el exterior	2	33.3	83.3
Liquidez de la institución	1	16.7	100
Total	6	100	

Temas en que se basan para la toma de decisiones financieras

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mercado	1	50	50
Posición en el mercado	1	50	100
Total	2	100	

Temas en que se basan para la toma de decisiones financieras

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Competencia	1	50	50
Estrategia interna	1	50	100
Total	2	100	



*Sistema Automatizado de
Información Financiera*

Importancia de las Tasas de interés Activas para tomar decisiones

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
poca importancia	3	18.8	18.8
importante	5	31.3	50
bastante importante	4	25	75
muy importante	4	25	100
Total	16	100	

Importancia de las Tasas de interés Pasivas para tomar decisiones

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
poca importancia	3	18.8	18.8
importante	4	25	43.8
bastante importante	5	31.3	75
muy importante	4	25	100
Total	16	100	

Importancia de Análisis de cuentas importantes en el Balance para tomar decisiones

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
poca importancia	1	6.3	6.3
importante	3	18.8	25
bastante importante	6	37.5	62.5
muy importante	6	37.5	100
Total	16	100	

Importancia de las Noticias del Sector Financiero Nacional para tomar decisiones

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
poca importancia	1	6.3	6.3
importante	1	6.3	12.5
bastante importante	5	31.3	43.8
muy importante	9	56.3	100
Total	16	100	

Hacen investigación sobre información financiera

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	11	68.8	68.8
No	5	31.3	100
Total	16	100	

Área que se encarga de la investigación

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Financiero	7	63.6	63.6
Tesorería	1	9.1	72.7
Estudios económicos	1	9.1	81.8
Operaciones	2	18.2	100
Total	11	100	



*Sistema Automatizado de
Información Financiera*

Área que se encarga de la investigación

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Financiero	2	50	50
Tesorería	2	50	100
Total	4	100	

Frecuencia con la actualizan los datos de esta investigación

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mensual	5	31.3	31.3
Semanal	7	43.8	75
N/R	4	25	100
Total	16	100	

Le interesaría el software descrito

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Definitivamente si	7	43.8	43.8
Talvez si	5	31.3	75
Talvez no	2	12.5	87.5
Definitivamente no	2	12.5	100
Total	16	100	

Razón para interesarle el software

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ahorro de tiempo	3	37.5	37.5
Ya tienen	1	12.5	50
Sería de mucha utilidad	2	25	75
Analizar Flujos	1	12.5	87.5
Poca producción en la empresa	1	12.5	100
Total	8	100	

Razón para interesarle el software

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ya tienen	2	100	100
Total	2	100	

Comprarian el software

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Inmediatamente	3	18.8	18.8
Basado en la experiencia de otros	8	50	68.8
Dejen probar	1	6.3	75
No responden	4	25	100
Total	16	100	



*Sistema Automatizado de
Información Financiera*

Idioma preferido para utilizar el software

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Español	15	93.8	93.8
No responden	1	6.3	100
Total	16	100	

Disponibilidad a pagar mensualmente por el software

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De 100\$ a 140\$	10	62.5	62.5
De 150\$ a 190\$	1	6.3	68.8
De 200\$ en adelante	1	6.3	75
No responden	4	25	100
Total	16	100	

Anexo G

Cronograma

		Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Medios																																									
	Prensa																																								
	El Financiero																																								
Lanzamiento																																									
	Seminario																																								
	Salón Hotel																																								
	Carpetas																																								
	Blocks de Hojas																																								
	Esferos																																								
	Cañón																																								
	Expositor																																								
	Cóctel																																								
	Salón Hotel																																								
	Catering																																								
	Licores																																								
	Decoraciones																																								
	Impulsadoras																																								
	Invitaciones																																								
	Envío																																								
	Seguimiento																																								
Material promocional																																									
	Folletos o brochures																																								
	Arte																																								
	Impresión																																								
	Mouse Pads																																								
	Arte																																								
	Producción																																								
	CD y Estuche																																								
	Portada CD																																								
	Copia Demos																																								
Aspectos Legales																																									
	Registro de Marca																																								
	Registro de Patentes																																								
Trabajo de Ventas																																									
	Elab. Base Datos																																								
	Actualización Base																																								
	Visitas Personalizadas																																								
	Llamadas Telefonicas																																								
Controles de Marketing																																									
	Licencias																																								
	Prospectos / DEMOS																																								
	Visitas																																								
	Metas de Venta																																								
	Encuestas de Satisfacción																																								