

**UNIVERSIDAD DE VALPARAISO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL**



**“LA BANCARIZACION DE SECTORES APARTADOS: LA
CAJA VECINA DEL BANCOESTADO EN LA PROVINCIA
DE OVALLE”**

**MEMORIA PARA OPTAR:
AL GRADO DE LICENCIADO EN CIENCIAS EN LA ADMINISTRACION DE
EMPRESAS Y TITULO DE INGENIERO COMERCIAL.**

**PROFESOR GUIA:
Oscar Luis Fariña Hinojosa**

**ALUMNO:
Luis José Ramírez Álvarez.**

**Vina del Mar - CHILE
2010**

DEDICATORIA

Dedico esta memoria con todo mi cariño y afecto, a mi padre para saldar la promesa que le hice Luis Ramírez Alba (Q.E.P.D) y a mi madre por su apoyo incondicional.

DEDICATORIA

A mi familia, mi esposa, mis hijos por todo el tiempo que les quite en esta espera, a mi profesor guía Don Oscar Luis Farina Hinojosa por su paciencia e incentivo para seguir adelante.

ABSTRACT.

La presente memoria de la bancarización de los lugares apartados a través de la caja vecina en la provincia de Ovalle, se llevó a cabo mediante una exhaustiva investigación exploratoria tendiente a buscar antecedentes relevantes para el proceso y la aplicación de una encuesta que describió factores e importancias de la implementación de la misma en la región.

Se muestra en general que la caja vecina más que ser un proyecto social de banco estado es una solución para muchos chilenos que tengan acceso a nuevas tecnologías que les permitan llevar una mejor calidad de vida, tiene una alta responsabilidad social tendiente a la igualdad de oportunidades incluso en lugares apartados.

A pesar de que cuenta con una cobertura satisfactoria a lo largo de nuestro país del equipo de gestión, a nivel de usuario aun quedan aspectos por mejorar tendientes a educar a los clientes, desde el punto de vista de la implementación aun falta mejorar ciertos servicios como lo es la capacidad de pago de la caja vecina, entre otros.

INDICE DE CONTENIDOS

Presentación	
Dedicatoria - Agradecimientos	i
Índice	ii
Abstract	iii
Introducción	iv
Capitulo I: Marco Teórico	2
▪ Idea inicial del proyecto caja vecina	3
▪ Objetivo del Estudio	5
▪ Metodología	5
Capitulo II: Descripción de la Empresa.	14
Capitulo III: Caja Vecina	25
Capitulo IV: La Caja Vecina ¿Una mejora en el desarrollo empresarial y de calidad de vida?	37

INTRODUCCION

Hoy en día, el perfil del cliente bancario es diferente al de una década atrás, éste posee mayor cultura financiera y se ha vuelto más exigente.

En varias oportunidades, uno de los problemas más comunes que enfrenta el cliente cuando tiene que hacer cualquier tipo de transacción bancaria, es que al llegar a una sucursal lo primero que se topa es con una larga fila para poder hacer su movimiento; cuando por fin se llega a ser atendido, se encuentra con distintas trabas del sistema.

Los nuevos desafíos de la Industria Bancaria para alcanzar el éxito se someten al establecimiento de un plan estratégico de mejoramiento de calidad en los servicios de atención, lo que repercute directa y positivamente en la posibilidad de brindar nuevos servicios especializados a las necesidades actuales de los clientes “encontrar un banco a la vuelta de la esquina”.

Las acciones tendientes a bancarizar a los clientes y descongestionar las operaciones realizadas en los bancos a través de la implementación de nuevos mecanismos bancarios, están orientados a mejorar la productividad y competitividad tan necesaria para el desarrollo global de las organizaciones.

En este aspecto existe una cierta unanimidad en que la esencia fundamental, y lo que determinará la posición de la empresa en un largo plazo es la opinión de los clientes sobre el servicio recibido y por lo que las entidades bancarias deberán satisfacer sobradamente todas sus necesidades y expectativas dando mayor énfasis a la bancarización de sectores apartados donde no existen sucursales bancarias.

¿Constituye la caja vecina en el proceso de bancarización una solución para el cliente del sector rural de Ovalle?

CAPITULO I:

MARCO TEORICO

IDEA INICIAL DEL PROYECTO CAJA VECINA.

BancoEstado , a partir del año 2001 entra en un profundo cuestionamiento de su política social, por dos motivos fundamentales uno externo y otro interno, el primero es un estudio de Responsabilidad Social de las Empresas efectuado por Prohumana, en la cual se cuestiona si en realidad se incorpora en su lógica de negocio la responsabilidad social, y cuál es el ámbito que la diferencia de un simple paternalismo, o la delgada línea que separa la responsabilidad social con el servicio a dicho segmento de mercados, con mira a formular el Plan estratégico 2001-2010. En el pasado, el rol social estaba asociado a préstamos en períodos de catástrofe, que se caracterizaba por muy bajos intereses y baja recuperabilidad, donde estaba muy internalizado en los usuarios que este tipo de créditos al final no se cancelaban, se asumía como el rol Social de la empresa, luego de arduos análisis donde los trabajadores participaron activamente se llegó a la conclusión que el rol Social está ligado a la igualdad de oportunidad de acceso al sistema financiero.

Para llevar a la práctica se delinearón orientaciones básicas.

- **Bancarizar a los chilenos:** llevar los servicios financieros a todos los sectores sociales y en todo el país, en especial a quienes tienen menos recursos, cumpliendo un rol de inclusión social.
- **Ser cada día más eficiente:** mejorar continuamente la eficiencia del banco para prestar un servicio de clase mundial a los clientes, maximizando el impacto de la institución en el país.
- **Aportar al desarrollo del país:** apoyar a todas las personas, y en especial a los emprendedores, a concretar sus proyectos y sueños a través de la mayor red transaccional del país, para contribuir al crecimiento económico y el desarrollo social.

Basados en esta agenda se implementan tres grandes proyectos:

1. **CRM “Customer Relations Management”** o gestión de las relaciones con los clientes. Sus objetivos son conocer mejor a los clientes; potenciar aún más la relación y atención de ellos, para generar ofertas más adecuadas a sus necesidades específicas; facilitar las tareas de ventas de los canales a través de herramientas de apoyo y oportunidades de negocio y contribuir al posicionamiento de BancoEstado como un banco universal. Toda la organización está comprometida con el desarrollo de este modelo. La ejecución de CRM tendrá una extensión de tres años.
2. **CUENTA RUT:** diseñada por BancoEstado como una cuenta unipersonal para personas naturales, a la que puedan acceder solo con cédula de identidad todas las chilenas mayores de 12 años y los chilenos mayores de 14 años, en el país o en el exterior. La nueva tarjeta Cuenta Rut no cobra apertura, mantención y sus tarifas de transacciones son mínimas. Este medio de pago electrónico permite

recibir abonos, depositar, consultar saldo, girar, transferir y pagar servicios, productos y el transporte en Santiago.-

3. **CAJA VECINA:** Adaptando la experiencia realizada en Brasil, BancoEstado comenzó a desarrollar en 2006, este nuevo sistema de distribución de servicios financieros, que permite a personas alejadas de centros financieros, depositar, girar o transferir dinero entre cuentas de la institución.

Los dos primeros proyectos apuntan a potenciar el tercero, lo que se traduce que al 2010 se contará con 2500 Cajas Vecinas para bancarizar a quienes no tienen acceso a servicios financiero, logrando que el 80% de los chilenos opere en el sistema financiero.-

OBJETIVOS DEL ESTUDIO.

Objetivo General

- Determinar si ¿constituye las cajas vecinas en el proceso de bancarización del bancoestado una solución para el cliente del sector rural de Ovalle?

Objetivo Especifico

- Verificar si los clientes perciben la Caja Vecina como una mejora en el desarrollo empresarial y de calidad de vida.
- Analizar, satisface la Caja Vecina las expectativas necesarias para el desempeño de sus actividades.
- Determinar si debería aumentar el tipo de transacciones.
- Comprobar el tipo de uso que se da a esta herramienta.

METODOLOGIA

Caracterización de la investigación.

De acuerdo a Restituto Sierra Bravo (1994), los tipos de investigación social se pueden caracterizar atendiendo a una serie de criterios que se presentan a continuación:

- Su finalidad
 - Su alcance temporal
 - Su profundidad
 - Su amplitud
 - Sus fuentes de información
 - Su carácter
 - Su naturaleza
 - Su objeto de estudio
 - El contexto en que tienen lugar
-
- Los tipos de estudio a que den lugar.

Los párrafos que siguen desarrollan esta tipología:

(a) Según su finalidad, la investigación puede ser básica o aplicada. La investigación básica se hace solamente para generar conocimientos y comprensión de los fenómenos sociales y la investigación aplicada busca solucionar problemas concretos y reales y mejorar la sociedad. La investigación básica apunta a conocer y explicar y la aplicada a predecir, prever y actuar. Por lo que esta tesis se define como básica.

b) Según su alcance temporal, la investigación puede ser seccional o longitudinal.

Si el estudio se refiere a un momento específico del tiempo, como una fotografía estática que describe un objeto, se conoce como un estudio seccional o de corte transversal. Por otra parte, cuando se organiza una serie de estudios con varias observaciones en secuencia, a la manera de un seguimiento de un problema para establecer tendencias, se habla de un estudio longitudinal.

c) Según su profundidad, la investigación puede ser descriptiva o explicativa. Las investigaciones descriptivas tienen por objetivo medir una o más variables dependientes en una población o una muestra de una población. Los estudios explicativos pretenden analizar las relaciones de las variables para descubrir su influencia y en lo posible la causalidad de los fenómenos indagados, estableciendo la diferencia entre variables independientes (asociadas a los factores causales) y variables dependientes (en las cuales se mide el efecto de las primeras).

d) Según su amplitud, la investigación puede ser microsociológica o macrosociológica. La modalidad microsociológica centra su atención en variables propias de grupos pequeños y medianos. Los estudios macrosociológicos, en cambio, abordan grandes conglomerados o sociedades globales.

e) Según sus fuentes, las investigaciones se distinguen entre aquellas basadas en fuentes primarias y fuentes secundarias. Se entiende por fuentes primarias cuando el investigador recoge de primera mano, en forma directa o por medio de un cuestionario o pauta los datos proporcionados por los informantes bajo estudio. Las fuentes secundarias corresponden al uso por un investigador de datos o información obtenida por otras personas, incluso con

objetivos diferentes. En parte considerable las fuentes secundarias son documentales. Pero existe una tercera posibilidad:

La combinación entre los dos modos descritos: A esta alternativa se le conoce como investigación basada en fuentes mixtas.

f) Según su carácter, la investigación puede ser cuantitativa o cualitativa. La primera de ellas, la cuantitativa, se centra en los aspectos objetivos, tangibles, medibles y posibles de cuantificar de los fenómenos sociales. Se trata de considerar los fenómenos sociales como “cosas”, como diría Durkheim. Este tipo de estudio se apoya en las Matemáticas y la Estadística. La segunda modalidad, la cualitativa, se orienta a descubrir el sentido o significado de las acciones sociales y prescinde de la medición. Es el investigador mismo el principal instrumento de este tipo de estudios.

g) Según su naturaleza, las investigaciones pueden ser:

- Empíricas (trabajan con experiencias directas, no manipuladas ni artificiales) ;
- Experimentales (se apoyan en la observación, son manipuladas y se realizan bajo condiciones artificiales o de laboratorio) ;
- Documentales (tratan de analizar textos);
- Encuestas (se refieren a respuestas o manifestaciones escritas expresadas por informantes seleccionados)

h) Según el objeto social al que se refieren las investigaciones, se pueden distinguir diferentes disciplinas en las que se originan (Sociología, Psicología Social, Antropología, etc.); diferentes instituciones sociales (familia, economía, educación, política, etc.); diferentes sectores (rural, urbano, problemas sociales, etc.)

i) Según el marco o contexto en que tienen lugar, las investigaciones pueden ser de campo (también llamadas de terreno) y, por otro lado, las de laboratorio con su ambiente artificial.

j) Finalmente, según los tipos de estudios específicos o técnicas que se utilizan, hay estudios piloto, investigaciones evaluativas, informes sociales, estudios de réplica, encuestas, sondeos de opinión, estudios de casos, entre otros.

De acuerdo a esta caracterización, el presente estudio se puede describir con los rasgos que siguen.

En lo que se refiere a:

1. Su finalidad, el estudio produce información de utilidad práctica para el desarrollo de la caja vecina en la región. Así, más que investigar para aportar al desarrollo del conocimiento científico, el propósito apunta a mejorar el autoconocimiento y la gestión de la unidad bajo observación.
2. Su alcance temporal es seccional. Aunque se estudie un proceso, con una dinámica a plazo mediano, la medición se efectuó en un momento del tiempo. De allí que se acerque al modelo transversal o seccional de medición.
3. Su profundidad es de nivel exploratorio y descriptivo. No está en los objetivos del estudio el explicar los fenómenos ni llegar a predecirlos. Se trata de medir algunas variables que aunque sirvan para fines evaluativos, su finalidad es mostrar como se ha dado en la realidad un proceso asociado a un proyecto educativo.
4. Según su amplitud, el estudio se inscribe en una unidad microsociológica que corresponde a la ciudad de ovalle y alrededores. El centro de la atención está en las variables de esta unidad, aunque obviamente lo que ocurre con el proyecto institucional concreto nunca podrá abstraerse a las influencias de entornos más inclusivos.

5. Sus fuentes, el estudio trata con información obtenida de manera directa, en su parte substantiva. Por cierto que en la recolección de antecedentes también hay datos secundarios, pero la producción de información por medio de la aplicación de determinados instrumentos de primera mano es la que le otorga el principal valor agregado al estudio. Al respecto se usan fuentes internas; como profesionales ya antecedentes del mismo banco los cuales entregan información acerca de la caja vecina y de sus actividades. Por otra parte también hay fuentes externas secundarias: se recolectaron informaciones de microempresarios oficiales que han implantado en sus negocios la caja vecina.
6. Su carácter, es mixto ya que combina una cantidad considerable de conceptos relacionados a los proyectos sociales con una fuerte carga conceptual, aunque las cifras obtenidas le confieren la parte cuantitativa que llega a producir un equilibrio entre ambas partes.
7. Su naturaleza, el estudio se centra en Desarrollo de la implementación de la caja de vecina en sus fases de diagnóstico y evaluación parcial. Esto es complejo, en la medida que esta disciplina combina gestión con análisis del comportamiento de los miembros de sus miembros y elementos de incluso otras disciplinas.
8. Según el contexto o marco en que se realiza la investigación, este estudio es claramente un trabajo empírico de campo.
9. Según las técnicas aplicadas, la parte empírica se basa en un estudio de encuesta.

Descripción de la población en estudio.

Datos censales (proyección estimada 2008)

- *Comuna:* Ovalle.
- *Superficie:* 3834,5 km²
- *Localidades:* mas de 120 rurales que van desde pueblos urbanos hasta comunidades agrícolas.

Grafico N° 1: Población estimada para el año. Ovalle- Punitaqui- Río Hurtado.

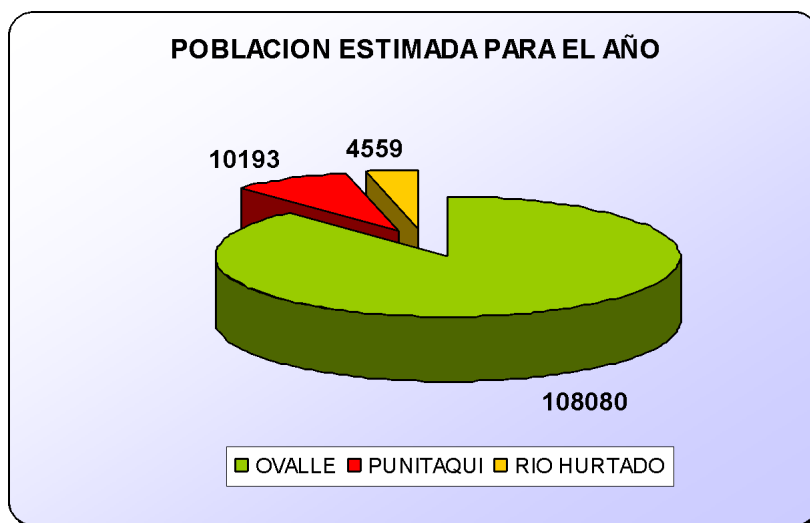
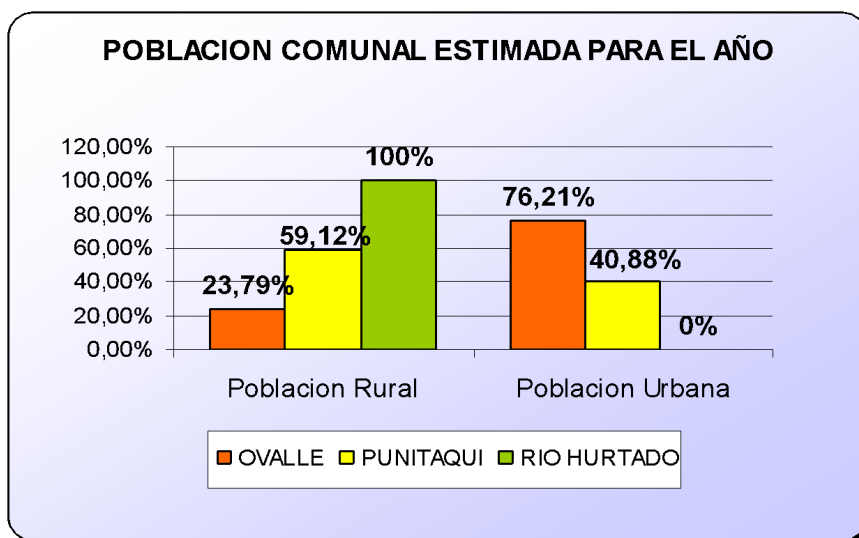


Grafico N° 2: Población comunal estimada.



- **Ámbito**

La población encuestada representa el 95% de la población

- **Universo**

La población de ambos sexos de 18 años y más que habitan la provincia del Limarí IV región de Coquimbo

- **Tamaño de la muestra**

El tamaño de la muestra es de 400 casos para el universo considerado, como una afijación no proporcional

El total de la población quedo definida por todos los sectores rurales de Ovalle.

La población objetivo del estudio está compuesta por los siguientes elementos:

- Alcance: Será aplicado en los sectores rurales de Ovalle.
- Muestra: La encuesta se realizará a los usuarios actuales y potenciales de la caja vecina.

Definición y procedimiento de muestreo.

El procedimiento utilizado es de carácter probabilístico, específicamente de manera aleatoria con el objeto de disminuir errores en la investigación y obtener información certera del tema en estudio. El error muestral, si la muestra fuera probabilística tendría un error muestral estimado de 5%

Técnicas de investigación y su aplicación.

Se realizó una encuesta de tipo descriptiva con un cuestionario con preguntas dicotómicas y de calificación aplicado a 20 encuestados con 11 proposiciones o reactivos.

Instrumento de recolección de datos.

En esta investigación se utilizó un cuestionario de medición de tipo cerrada, en base a 9 preguntas en la modalidad de la Escala de calificación y dicotómicas. El procesamiento de la información, sin embargo, se utilizó la técnica de construcción de actitudes para utilizarla en medir opiniones.

Tabla N° 1: Metodología del Instrumento de medición: Especificación de la información obtenida de cada pregunta agrupada en dimensión.

Pregunta	Indicador
1.- Nivel de estudio	Nivel Educativo de los Clientes
2.- Edad	Edad de los clientes
3.- Según su percepción. ¿Cree Ud que faltan cajas vecinas en su localidad?	Cobertura geográfica

4.- ¿Cuántas veces Ud. Ocupa los servicios de la caja vecina?	Efectividad
5.- Según su percepción ¿La caja vecina esta disponible para su uso?	Disponibilidad
6.- Según su percepción ¿Cuando esta cerrada la caja vecina?	Calidad de Atención
7.- Según su percepción ¿Encuentra que la caja vecina es una solución para que los clientes puedan acceder a los servicios bancarios con mas facilidad?	Efectividad
8.- Según su percepción ¿Como calificaría la calidad de la atención en la caja vecina?	Calidad de Atención
9.- ¿Cuales son los servicios que ud. recurre de la caja vecina?	Servicios
10.- Según su percepción ¿Por qué motivos se encuentra cerrada la caja vecina?	Servicios
11.- Según su percepción ¿Cuales son los motivos por los cuales los clientes no giran en la caja vecina?	Nivel de Educación de los clientes en relación a temas bancarios.

Fuente: Elaboración propia

Plan de análisis y procesamiento de datos.

Los resultados de la encuesta fueron trabajados en planilla Excel en donde se tabularon las respuestas de los encuestados, según el valor de codificación de

cada alternativa, posterior a ello se trabajo con frecuencias relativas para representar cada preferencia de los encuestados.

CAPITULO II: DESCRIPCION DE LA EMPRESA

HISTORIA DE LA EMPRESA

BancoEstado es una institución pública, con personalidad jurídica y patrimonio propio. En la última década ha experimentado profundas transformaciones, adecuándose al nuevo escenario financiero del siglo XXI, para así seguir cumpliendo con su rol social en forma moderna, competitiva, rentable y con bajo riesgo.

Las primeras luces de vida de BancoEstado aparecieron el 29 de agosto de 1855, cuando el Presidente, Manuel Montt Torres, junto al Ministro del Interior, Antonio Varas de la Barra, crearon la Caja de Crédito Hipotecario. El principal objetivo era ofrecer créditos y recibir depósitos, tanto a personas naturales como a

los sectores productivos. Luego, en 1877, el Consejo de la Caja de Crédito Hipotecario resolvió dar origen a la Caja de Ahorros de Santiago para fomentar el ahorro en la clase trabajadora. Fue fundada el 6 de septiembre de 1884, por Luí­s Barros Borgoño.

Otro antecedente hist­rico del nacimiento de BancoEstado fue la creaci­on de la Caja Nacional de Ahorros, el 22 de agosto de 1910. Dicha instituci­on reunía a la Caja de Ahorros de Concepci­on, Iquique, Chillán y Punta Arenas, entre otras. S­olo la Caja de Ahorros de Santiago se mantuvo independiente, concretando su fusi­on en 1927.

A la fecha la economía chilena, principalmente el sector agrario, requería de mayores soluciones financieras. Fue así como en agosto de 1926 naci­o la Caja de Cr­dito Agrario, destinada a beneficiar a los agricultores a trav­es de cr­ditos, asesorías, venta de semillas, abonos, maquinarias y herramientas. Lo mismo ocurri­o con el sector fabril, ya que en febrero de 1928 abri­o sus puertas el Instituto de Cr­dito Industrial.

Dichas instituciones actuaron de forma separada hasta el 24 de julio de 1953, cuando el Presidente, Carlos Ibáñez del Campo, a trav­es del Decreto con Fuerza de Ley N­o 126, fusion­o la Caja de Cr­dito Hipotecario, la Caja Nacional de Ahorros, la Caja de Cr­dito Agrario y el Instituto de Cr­dito Industrial dando origen al Banco del Estado de Chile. El 1 de septiembre de 1953, hoy BancoEstado, comenz­o sus operaciones como una empresa aut­onoma del Estado, con personalidad jur­dica y patrimonio propio.

Un Banco P­ublico del Siglo XXI

Entre los ­ltimos hitos de BancoEstado destaca el proceso de modernizaci­on realizado en la d­cada de los noventa, cuyo norte fue reposicionar

a la institución dentro de la industria, recuperando y estabilizando al Banco de la crisis estructural que vivía producto de la administración anterior.

Con el inicio del gobierno del Presidente Patricio Aylwin, se resolvió aplicar un proyecto modernizador que contemplaba un plan de emergencia y estabilización, el que se prolongó hasta 1995. Las medidas incluyeron reducir el riesgo, mejorar las cobranzas, las evaluaciones, los controles y procesos de crédito, así como dar valor a la atención de los clientes.

Posteriormente, entre 1996-2000, se impulsó una segunda fase de modernización operativa y tecnológica, donde se realizaron importantes inversiones destinadas a cambiar el modelo de administración del Banco.

Durante el 2001 se formalizó una alianza estratégica entre la administración y los trabajadores, orientada a fomentar una gestión participativa que conduzca al Banco a los sitios más destacados del mercado financiero nacional e internacional. En este marco se continuó con la reestructuración de la gestión de negocios, sobre la base de segmentos de clientes en lugar de productos y se lanzó una nueva imagen corporativa.

El 2002 fue un año de importantes logros. Se concretó la interconexión de los cajeros automáticos de BancoEstado y Redbanc, poniendo así al servicio de todos los clientes de la banca, más de 3.500 cajeros en todo el país. Por otra parte, las colocaciones totales del Banco aumentaron un 6,8% y se cerró el año aumentando en un 45% la red de oficinas.

En el 2003 el Banco cumplió 50 años al servicio del país, convertido en una empresa competitiva, que mantiene y expande su rol social enfrentando una economía global, que pese a sus exigencias no ha sido un obstáculo para que BancoEstado alcanzara importantes logros en el ámbito comercial y financiero. Y

lo que es aún más importante: el reconocimiento de todos los sectores nacionales a su gestión comercial y responsabilidad social.

Es así como BancoEstado enfrenta los desafíos del siglo XXI y la conmemoración de sus 150 años de existencia: con un proyecto global y consistente que le permita convertirse en uno de los bancos más modernos y eficientes, con tecnología de vanguardia y atención de primer nivel. Líder en la entrega de servicios financieros masivos a sectores populares y alejados geográficamente, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de las personas y al desarrollo del país.

ANTECEDENTES GENERALES

- **Misión:** *Ser un banco universal, de todos y para todos, con servicios financieros integrales, para que cualquier chileno, en cualquier lugar pueda emprender y desarrollarse.*
- **Visión:** *Ser un banco de clase mundial, que contribuya al progreso de las familias y empresas, así como a la modernización y crecimiento del país.*

Orientación Básica : Basado en su misión y visión la existencia del Bancoestado es para:

- **Bancarizar a los chilenos:** Llevar los servicios financieros a todos los sectores sociales y en todo el país, en especial a quienes tienen menos recursos, cumpliendo con un rol de inclusión social.
- **Ser cada día más eficientes:** Mejorar continuamente la eficiencia del banco para prestar un servicio de clase mundial a los clientes, maximizando el impacto de la institución en el país.

- **Aportar al desarrollo del país:** Apoyar a todas las personas, y en especial a los emprendedores a concretar sus proyectos y sueños a través de la mayor red transaccional del país.-

VALORES CORPORATIVOS

- **Desarrollo social**

El banco debe ser una alternativa para mejorar la calidad de vida de las personas, promoviendo los servicios financieros y no financieros.

- **Sustentabilidad**

El Banco tiene la obligación de ser rentable y económicamente sustentable en el tiempo, para el bien de sus trabajadores y del desarrollo del país.

- **Igualdad de Oportunidades**

El banco debe atender y prestar servicios financieros a todas las personas de este país sin discriminación.

- **Integración Geografica**

El banco debe prestar servicios financieros a lo largo de todo el territorio nacional.

- **Democratización del acceso a la tecnología.**

El banco tiene el deber de acercar la tecnología a la gente, convirtiéndose en un puente entre lo financiero y lo social.

- **Un banco humano**

El banco debe tener un comportamiento ético y honesto hacia sus clientes, proveedores y trabajadores.

- **Compromiso con los trabajadores**

El banco debe incorporar a sus trabajadores al proceso de cambios. El bienestar, calidad de vida y la capacitación son la base para alcanzar las metas de la institución.

Con el nuevo plan estratégico (2010-2013) se afinan más estos principios.

PRINCIPIOS

BancoEstado tiene un compromiso con todos los chilenos y que es realizar una gestión comercial con impacto social. Este mandato pretende llevarse a cabo a través de los siguientes lineamientos:

- **Universal:** Porque cuenta con todos los servicios bancarios.
- **Inclusivo:** Al apuntar a todos los segmentos de la población y con completa cobertura nacional.
- **Con alto impacto social:** Privilegiando acciones comerciales que apoyan la bancarización y el emprendimiento.
- **Orientado al cliente:** Entregando una calidad de servicio de excelencia.
- **Promueve la competencia en la industria:** Está presente en todos los segmentos, con una amplia gama de productos y servicios, en condiciones y precios que son competitivos y convenientes para sus clientes.
- **Rentable:** Porque apunta a la rentabilidad promedio del sistema.
- **Eficiente:** Porque controla sus costos y tiende a mejorar el índice de eficiencia.
- **Relevante:** Porque aspira a mantener su peso específico en el sistema, manteniendo su participación de mercado..
- **Moderno:** Con gestión, procesos y tecnología de buen nivel.

- **Innovador:** Ya que abre nuevos mercados y busca nuevas soluciones financieras a problemas sociales.
- **Con responsabilidad social:** Porque transmite los valores de la necesidad del ahorro y la previsión, así como del consumo y endeudamiento responsables.
- **Con una gestión ética:** Porque aplica la meritocracia, es un empleador que da igualdad de oportunidades y no discrimina por preferencia política, religiosa o de género, prohíbe el nepotismo y el amiguismo, promueve el desarrollo de la empleabilidad de los trabajadores y la gestión participativa sobre bases técnica.
- **Responde a políticas de Estado:** Aportando al gasto social y capitalizando utilidades, exclusivamente, lo que significa que no hace donaciones ni entrega subsidios, ni dispone de sus recursos para actividades fuera de su giro.

POSICIONAMIENTO

El posicionamiento de BancoEstado en la sociedad se caracteriza por su cercanía y relación de largo plazo con sus clientes; por entregar un servicio de calidad competitiva; por su compromiso con el fomento del emprendimiento y la inclusión financiera; por su rol de banco estatal que apoya y se compromete con las políticas públicas y contribuye a que exista una mayor competencia en el sistema financiero.

MARCO NORMATIVO

- Ley Orgánica del Banco del Estado de Chile (D.L. 2.079 de 1977)
- Ley General de Bancos (DFL 3 de 1997).
- Ley Orgánica Constitucional del Banco Central (Ley 18.840)
- Ley de Mercado de Valores (Ley 18.045)

- Ley que regula el tratamiento de Títulos de Crédito (Ley 18.552)
- Ley sobre Operaciones de Crédito de Dinero (Ley 18.010)
- Ley sobre Cuentas Corrientes Bancarias y Cheques (D.F.L. 707 de 1982)
- Ley sobre Firma y Documento Electrónico (Ley 19.799)
- Ley sobre Letras de Cambio y Pagaré

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

- **Consejo Directivo**

Presidente: Segismundo Schulin-Zeuthen

Vicepresidenta: Roberto Palumbo Ossa.

Directores: Jorge Rodríguez Grossi.

Salvador Valdés Prieto

Juan Carlos Méndez Gonzales

Gabriel Tomic Errazurriz

Director Laboral Titular: Pablo Silva Manríquez

GERENTE GENERAL: Pablo Piñera Echeñique

Es el órgano colegiado encargado de la dirección superior del Banco. Está formado por siete miembros de los cuales seis son nombrados por el Presidente de la República mediante decreto supremo del Ministerio de Hacienda. Uno de los integrantes es nombrado Presidente y otro Vicepresidente del Banco. El séptimo

integrante es un representante de los trabajadores del Banco elegido por ellos mismos, más un suplente. Las funciones del Consejo son:

- Señalar la política general del Banco, estableciendo las normas generales a las que deben ajustarse sus operaciones.
- Dictar los Reglamentos Internos por los que se regirá el Banco.
- Aprobar el sistema de remuneraciones del personal.
- Crear o suprimir sucursales en el país o en el exterior.
- Pronunciarse sobre los asuntos que le someta a su conocimiento el Comité.
- Ejercer la supervigilancia y fiscalización superior del Banco. Para estos efectos, analizará periódicamente la marcha de sus operaciones y actividades.
- Aprobar el balance y memoria anual, e informar al Presidente de la República sobre el funcionamiento y desarrollo de la empresa, y proponerle al término de cada ejercicio el destino de las utilidades.
- Fijar las remuneraciones y demás estipendios del personal del Banco que no negocia colectivamente, con aprobación del Ministerio de Hacienda.
- Ejercer las demás funciones que le señalen la ley o los reglamentos.

Para ser un banco universal se requiere contar con instancias de apoyo al giro, que permitan plasmar y resolver las necesidades de los chilenos en distintos ámbitos.

Con el fin de cumplir su propósito de dar un servicio de clase mundial, BancoEstado cuenta con diez filiales, que siendo empresas independientes, con sus propios objetivos y estrategias, comparten la misión corporativa del grupo BancoEstado.

Las filiales de BancoEstado son:

- BancoEstado S.A. Administradora General de Fondos
- BancoEstado Centro de Servicios S.A.
- BancoEstado Contacto 24 Horas S.A.
- BancoEstado S.A. Corredores de Bolsa
- BancoEstado Corredores de Seguros S.A.
- BancoEstado Microempresas S.A. Asesorías Financieras
- BancoEstado Servicios de Cobranzas S.A.
- Sociedad de Promoción de Productos Bancarios S.A.
- Sociedad de Servicios Transaccionales CajaVecina S.A.

Entidades Relacionadas:

- Por propiedad y administración

Caja Vecina es un innovador modelo de atención que permite realizar giros, depósitos, transferir dinero entre cuentas BancoEstado y pagar cuentas, de manera fácil, rápida y segura. Para operar con este servicio, se deben emplear las tarjetas de cajeros automáticos o tarjeta de CuentaRUT en un dispositivo electrónico instalados en locales comerciales de diferentes zonas, lo que permite al cliente ahorrar tiempo y dinero, evitando recorrer largas distancias para llegar a las sucursales más cercanas.

Se trata de hacer banco **“a la vuelta de la esquina”**.

El proyecto CajaVecina comenzó en noviembre de 2005 con dos puntos de atención y con la responsabilidad de ser pioneros en el país. Hoy, CajaVecina ha cubierto el 100% de las 345 comunas del país y ofrece a la fecha 3.300 puntos de atención.

El éxito de la filial no sólo se debe a que ha simplificado la vida de miles de chilenos, sino también a la inteligente apuesta de unir en equitativa alianza a áreas comerciales y de operaciones, en pos de un mismo objetivo.

Administración:

- Gerente general: Jorge Stuardo Luengo
- Gerente comercial: Jorge Isla Vinagre

Antecedentes

- RUT: 76.727.730-K
- Fecha de constitución: 19 de octubre de 2006
- Atención de clientes: 600 600 54 54
- Sitio web: www.cajavecina.cl

BancoEstado es la institución bancaria que atiende al mayor número de personas a lo largo del territorio nacional, consolidándose como la entidad bancaria con la red más extensa del país.

En efecto, el esfuerzo de optimización de la cobertura permitió que al culminar 2009, el banco alcanzara una red de 344 sucursales, 1.708 cajeros automáticos propios. Esta red se complementa con los 4.707 cajeros automáticos privados existentes en Chile, las 1.192 dispensadoras de saldos y buzonerías situadas en sucursales de la institución y las 79 sucursales de ServiEstado. A lo anterior se agregan los 3.300 puntos de CajaVecina, el canal con más crecimiento anual (216%), en operación en muchas de las localidades más apartadas del país. A esta malla debe agregarse la creciente importancia que adquiere para el banco y sus clientes la atención a distancia.

CAPITULO III: CAJA VECINA

IDENTIFICACION DEL PROBLEMA.

¿Cual fue el origen de CajaVecina?

El Problema:

En los últimos años todas las empresas están preocupadas del Rol Social Empresarial (RSE), la industria financiera no es la excepción. La provincia del Limarí tiene una gran ruralidad con cerca de cien núcleos habitacionales o grupos de casas, donde la gran mayoría es algún pequeño agricultor o criancero de animales caprinos. Este tipo de pequeño empresario, se caracteriza por vivir y desarrollar su actividad alejados de la innovación tecnológica de estos tiempos, y reacios al uso de sistemas automatizados por lo cual la Caja Vecina sería una buena solución. Lo anterior se basa en que el almacén, donde adquiere sus productos básicos se transforma en la sucursal para realizar sus trámites bancarios evitando costos por desplazamientos y de tiempo, por cuanto funciona en línea durante el horario que el local atiende. Por otra parte, hoy en día las empresas proveedores de insumos, como los compradores, prácticamente exigen que los pagos sean a través de depósitos bancarios en cuenta corriente o similar. Sobre la base de lo que se señala anteriormente, la investigación se abocará a esclarecer los siguientes enunciados:

- Reemplazar las transacciones de caja de los clientes por otra en que no necesiten ir a la sucursal (“Cómo hacer para que la gente no llegue con dinero a la oficina”).
- Se busca generar una forma “revolucionaria” de automatizar el flujo del efectivo (“Dibujar el camino para quienes tienen medio de pago”).

Entregar servicios financieros a todos los chilenos.

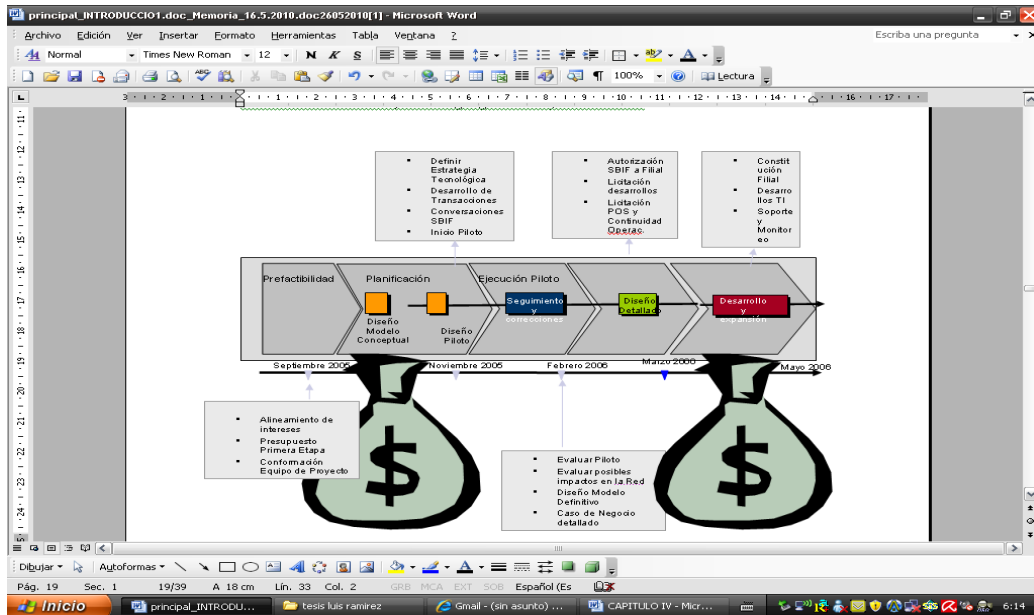
Baja Cobertura de servicios financieros en el país.

1. De las 345 comunas del país 125 no tenían servicios financieros y en 120 sólo estaba BancoEstado
2. Comunas populosas con baja cobertura financiera.
 - Ej: La Pintana: 190.000 hbts y sólo una oficina y 2 ATM BancoEstado
 - Costos en dinero y tiempo por traslado
 - Menor desarrollo económico
 - Altos costos en pagos de beneficios del Estado: pensiones, becas, subsidios
 - Saturación en Oficinas Banco

PLAN MAESTRO.

Generar un canal alternativo, a bajo costo, que permita ampliar la cobertura transaccional del Banco, a zonas geográficas hoy desatendida.

Figura N°1: Plan maestro caja vecina



Fuente: Estudio gerencia caja vecina

Figura N° 2: Evaluación Pilotos : El Carmen y Quilleco

Segmento	Producto			Total General	%
	Ahorro	Cuenta Corriente	Chequera Electrónica		
GRANDES EMPRESAS		3		3	0,5%
MEDIANAS EMPRESAS		2		2	0,3%
BANCA INSTITUCIONAL		5		5	0,8%
MICRO EMPRESA		14	5	19	3,2%
PEQUENA EMPRESA		10		10	1,7%
PERSONAS	367	35	150	554	93,4%
Total General	367	69	155	593	100%

Distribución de Transacciones por Localidad y Mes

Mes	El Carmen			Quilleco		
	Nº de Cuentas	Total Tx	Tx Promedio	Nº de Cuentas	Total Tx	Tx Promedio
Diciembre	213	944	4,4	57	225	3,9
Enero	229	924	4,0	59	196	3,3
Febrero	236	864	3,7	48	147	3,1

Com portamiento Cuentas CajaVecina

Mes	Caja Vecina	Ambo s Canales
Dic-05	270	49
Ene-06	288	63

Fuente: Estudio gerencia caja vecina

- CajaVecina ha permitido satisfacer demanda por Tx. insatisfecha: de 270 clientes que operaron en el canal en Dic. sólo 64 lo habían hecho por caja en Nov.

- En 102 días de operación, se han realizado 3.765 transacciones por un monto total de M\$ 103.000

CARACTERIZACION USUARIOS DE CAJAS

Quienes son

- 58% de los entrevistados son hombres, el 42% mujeres y sus edades fluctúan entre los 19 y 55 años
- 85% de los entrevistados pertenecen a los segmentos socioeconómicos C3 y D
- 82% de los entrevistados son clientes y en promedio tienen 1,91 en BancoEstado (85% tienen producto ahorro)

Que hacen en las cajas

- Depósitos 53%
- Pagos 22%
- Giros 18%
- Otros 7%

Uso de autoservicios

- Cajeros automáticos (96,8%) y dispensadores (96,1%) son los canales mas conocidos. El canal menos conocido es la Banca Telefónica (49,5%)
- 23% de los entrevistados nunca usa cajeros automáticos y el 31% nunca utiliza los dispensadores
- 67% de los entrevistados nunca ha utilizado Banca Telefónica e Internet

- El 66% de los entrevistados declara usar Internet, en tanto que el 36% de estos lo ha utilizado para operaciones bancarias

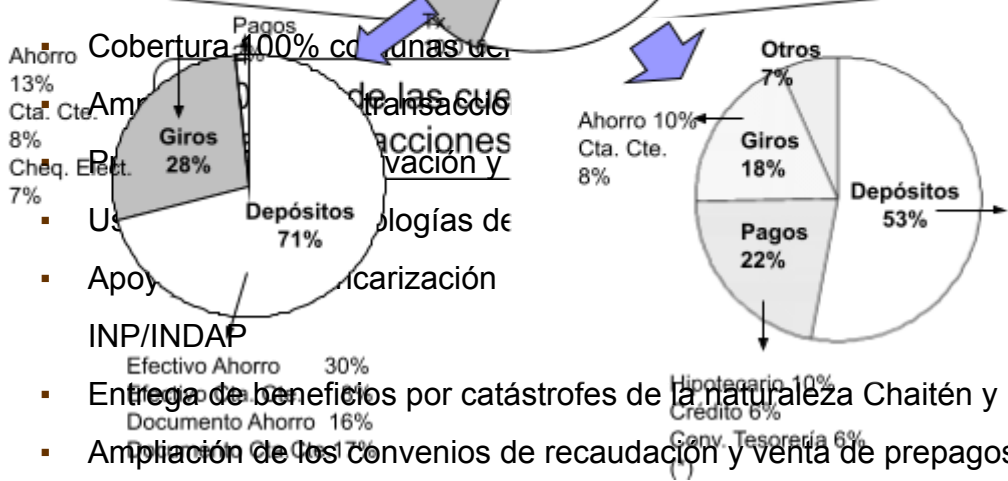
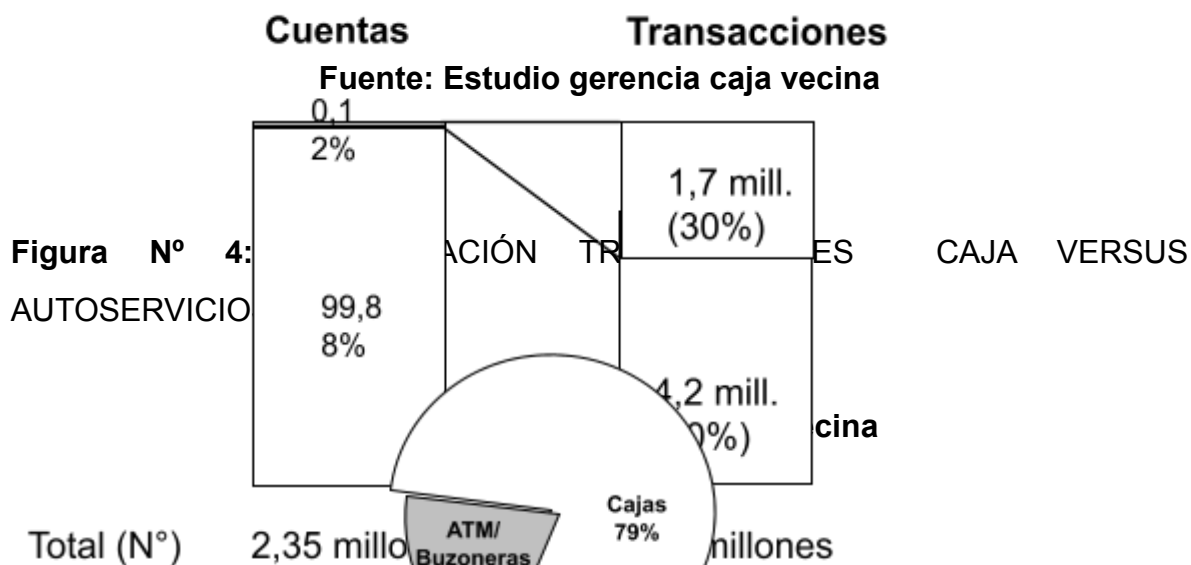
Razones de “no uso”

- El 47% de los entrevistados prefiere utilizar las cajas y el 39% prefiere usar cajeros automáticos
- Operación obligatoria en caja y seguridad son las principales razones de uso de las cajas
- Dentro de los canales automatizados, el que presenta mayor preferencia es el cajero automático, seguido por Internet
- La principal razón de no uso es: inseguridad en cajero automático y la percepción de escasa utilidad en dispensadores
- La principal razón de no uso de Banca Telefónica e Internet es la falta de información y el desconocimiento de cómo usarlos
- Fuerte habito de uso y gran valorización de las cajas por sobre los cajeros automáticos y dispensadores
- La entrega de información es la variable mas accionable para utilizar Banca Telefónica e Internet
- Existe la percepción de que es mejor tratar con una persona que con una maquina.

RELACION CUENTAS / TRANSACCIONES DE CAJA.

- Transacciones por caja en mes de abril a nivel nacional
- Considera todas las cuentas que tuvieron movimiento.

Figura N^a 3: Relación cuentas/transacciones.



- Cobertura 100% con unidades de transacción
- Ahorro 13%
- Cta. Cte. 8%
- Cheq. Elect. 7%
- Us...
- Apoy...
- INP/INDAP
- Entrega de beneficios por catástrofes de la naturaleza Chaitén y Licanten
- Ampliación de los convenios de recaudación y venta de prepagos
- Crecimiento en volumen y montos de transacciones (4 veces)
- Mayor integración con las Bancas de segmento y Sucursales
- Desarrollo y puesta en marcha del modelo CajaVecina para persona Jurídica
- Plataforma centralizada para curse en Región Metropolitana, V y VIII
- Mejora en el proceso de renovación de líneas de crédito
- Sistema de gestión Qlikview
- Comunicaciones y marketing (Difusión, Inauguraciones, eventos)
- Timing de desarrollos y modificaciones al software del POS

- o Ampliar la cobertura a lo menos a 3.250 puntos de atención
- o Crecer donde las Bancas de segmento y Sucursales nos requieran
- o Ampliar número de puntos en zona densamente pobladas (10 cuadras)
- o Mejorar los estándares de curse de productos (plataformas centralizadas)
- o Generar acciones de marketing y comunicaciones, para difundir interna y externamente nuestro canal de atención.
- o Generar alianzas con otras redes, que permitan ampliar nuestra Red y diversificar el modelo
- o Ampliar recaudación con Pequeñas y Medianas Empresas
- o Profundizar la relación con Municipalidades e Instituciones del Estado
- o Generar modelos que permitan la colocación de productos Banco a través de nuestro canal
- o Incentivar el uso del canal como distribución de pagos y beneficios (salidas de efectivo).

Figura N° 5: Caja vecina por regiones.

principal_INTRODUCCIO1.doc_Memoria_16.5.2010.doc26052010[1] - Microsoft Word

Archivo Edición Ver Insertar Formato Herramientas Tabla Ventana ?

Normal Times New Roman 12

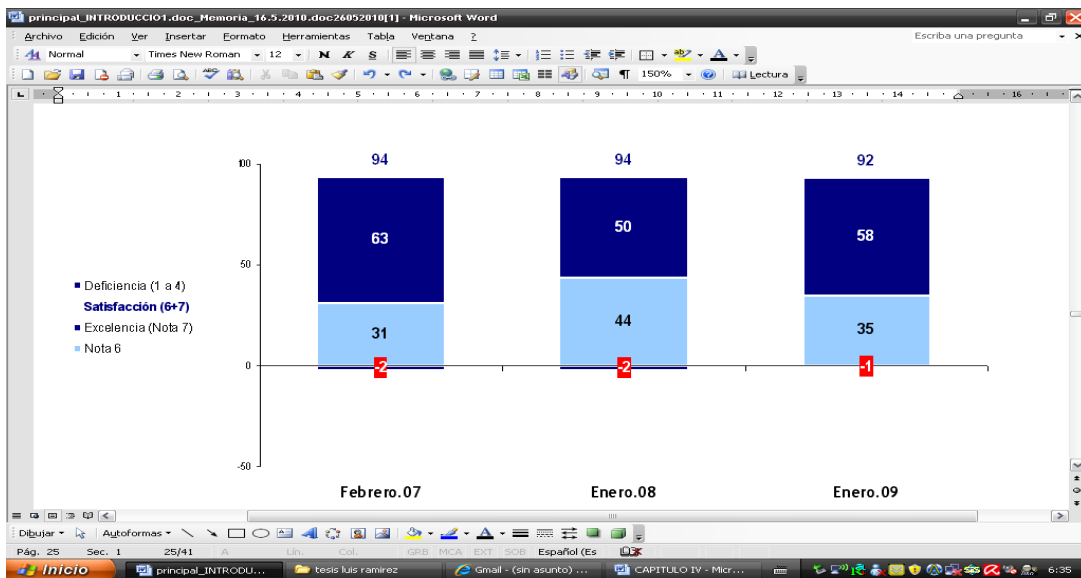
Región	Dic-08	Ene-09	Feb-09	Mar-09	PLANIF. I TRIM	DIF.
XV	37	37	36	36	41	5
I	41	41	41	40	45	5
II	66	66	64	61	76	15
III	23	25	25	24	26	2
IV	75	76	76	76	83	7
V	189	189	194	194	210	16
VI	146	148	149	158	153	-5
VII	153	152	163	177	163	-14
VIII	229	227	234	241	250	9
IX	97	97	96	106	103	-3
XIV	30	35	35	34	31	-3
X	64	71	79	79	71	-8
XI	25	26	27	31	26	-5
XII	21	21	21	23	23	0
R.M.	804	800	832	826	908	82
Total	2000	2011	2072	2106	2209	
Tendencia		1%	3%	2%		

Nota: Durante el periodo se cerraron 58 puntos, los cuales fueron repuestos.
 El deficit (103) para el 1er trimestre se distribuyó en los 3 trimestre restantes del año.
 El total de la gestión del primer trimestre 164 (106 nuevos y 58 reposiciones)

Pág. 28 Sec. 1 28/41 A 2,4 cm Lin. 1 Col. 2 GRB MCA EXT SOB Español (Es)

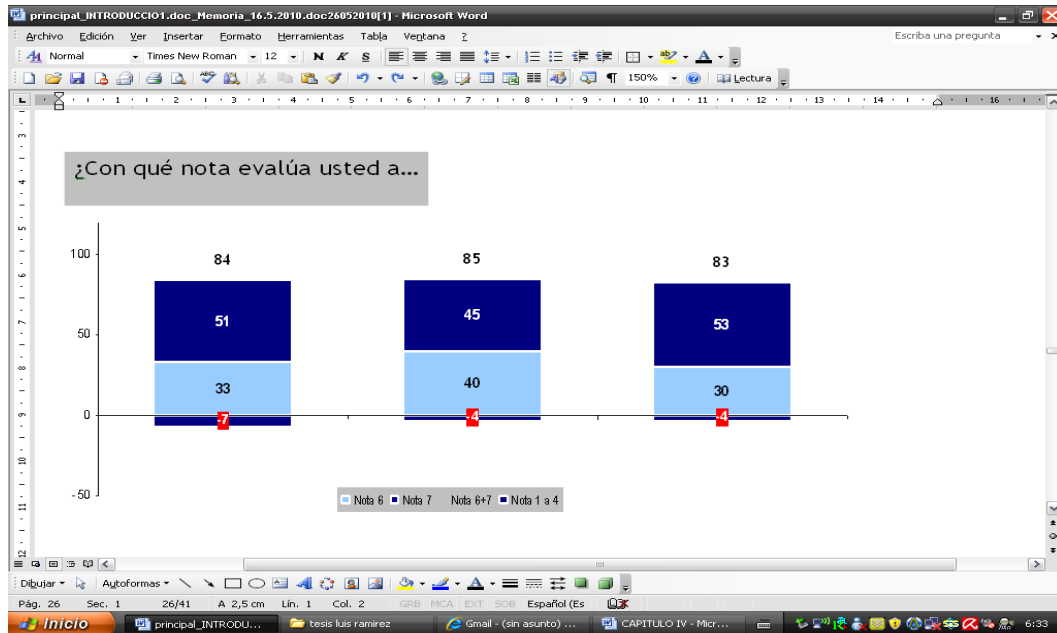
Fuente: Publicación caja vecina

Figura N° 6: EVALUCION GLOBAL DE LA CAJA VECINA.



Fuente: Estudio gerencia caja vecina

Figura N° 7: EVALUCION GENERAL DE LA CAJA VECINA.



Fuente: Estudio gerencia caja vecina

BENEFICIOS PARA LA COMUNIDAD

- Acceso a servicios financieros cualquier chileno, al complementarse con Cuenta Rut.
- Ahorro de costos y tiempo por desplazamiento.
- Contar con efectivo “a la vuelta de la esquina”; disminuye el riesgo de tener todo el dinero en casa
- Conveniencia en el horario de atención
- Desarrollo económico de la localidad: el dinero se mantiene y utiliza dentro de la misma comuna

BENEFICIOS BANCO ESTADO

- Descongestión Cajas en Sucursal (INP, Avon)
- Aumento de clientes con medio de pago (CuentaRut)
- Aumento de transacciones electrónicas, que mejoran la eficiencia
- Disminución índices de morosidad
- Mejora argumentos de venta, para cruce de productos (Seguros, Créditos de consumo y créditos hipotecarios)
- Nuevo punto de contacto con clientes y potenciales clientes, para campañas (Actualización de datos, CuentaRut, Creditazo)
- BancoEstado se diferencia y toma posición estratégica, cumple rol social
- Dada la composición socio-económica de la cartera –media baja y baja- estamos frente a un segmento con menor acceso y sensibilidad frente a los medios automatizados que los segmentos más altos. Los medios automatizados son percibidos por ellos como inseguros y poco personalizados: les inducen temor.
- Presentan clara preferencia por la atención directa de un cajero, que en cierto modo les garantice que la operación se realizó adecuadamente. Los medios automatizados no son tan “garantes” como un cajero.
- Consistentemente, gran parte de estos entrevistados no identifica razones que los impulsen a migrar a medios automatizados, ya que prefieren definitivamente las cajas.
- Existe una percepción consolidada entre los entrevistados que gran parte de los trámites que deben realizar no es posible hacerlos a través de medios automatizados.
- Los clientes no conocen las funcionalidades de los canales automatizados y requieren sentir más confianza y cercanía.

- La entrega de información, inducción y educación son claves para potenciar la migración a canales automatizados.

Figura N° 8: ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO DEL NEGOCIO.

Fuente: Estrategias de implementación de la caja vecina

ELEMENTOS CLAVES DEL ÉXITO

- Trabajar al alero de una marca que da seguridad
- Alianza con la comunidad: el servicio es un beneficio no un “negocio”
- Creer en las capacidades de las personas: operadores y usuarios
- Crear y fomentar lazos con las personas: entre operadores y usuarios
- Buscar negocios que sean “beneficios” para otros, **win to win**
- Fuerte compromiso del equipo.

CAPITULO IV:

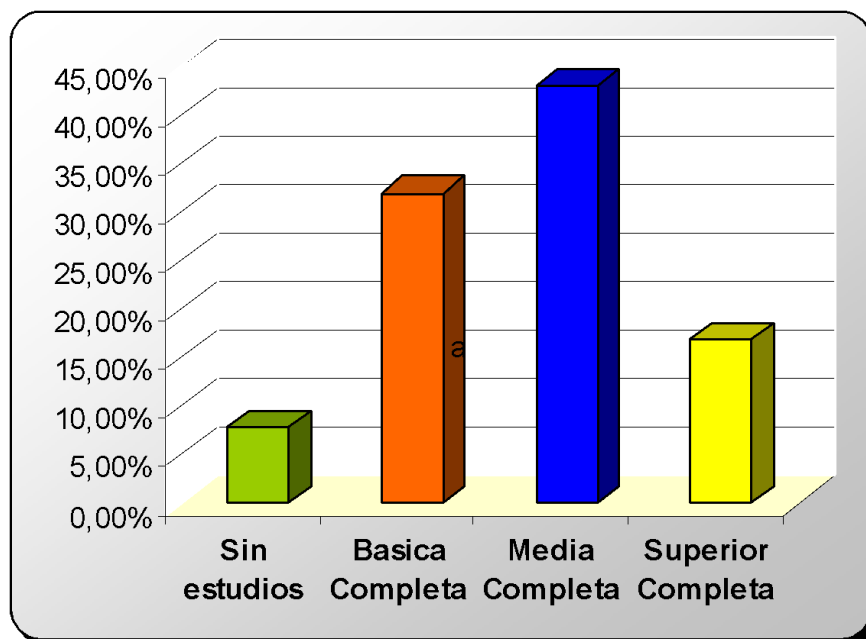
**LA CAJA VECINA ¿UNA MEJORA EN EL
DESARROLLO EMPRESARIAL Y DE CALIDAD DE
VIDA?.**

4.- Hipótesis

Constituye las cajas vecinas en el proceso de bancarización del bancoestado una solución para el cliente del sector rural de Ovalle.-

4.1- ANALISIS DE RESULTADOS.

Grafico N° 3: Nivel de estudio.



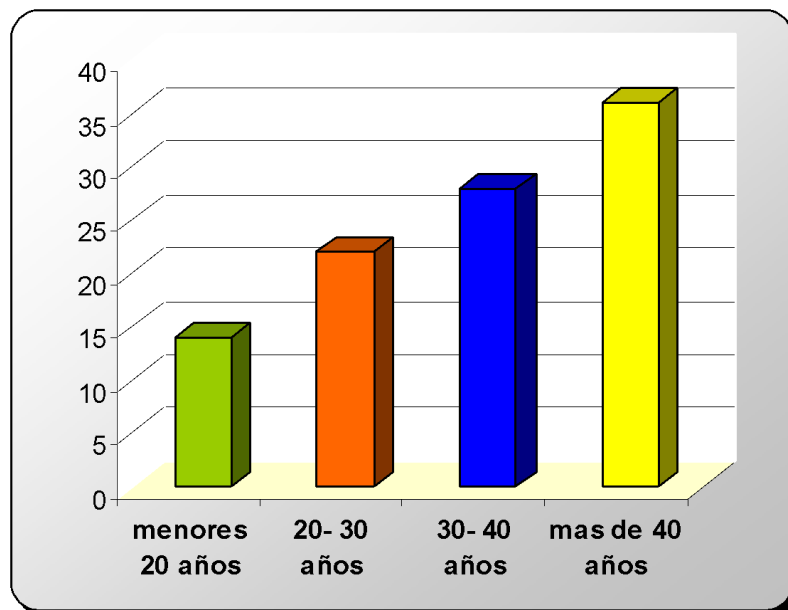
Sin estudios	8,00%
--------------	-------

Básica Completa	32,00%
Media Completa	43,00%
Superior Completa	17,00%

Fuente: Elaboración propia

- El 43% de los clientes de la caja vecina tiene educación media completa y el 32% tiene educación básica completa.

Grafico N° 4: Edad.

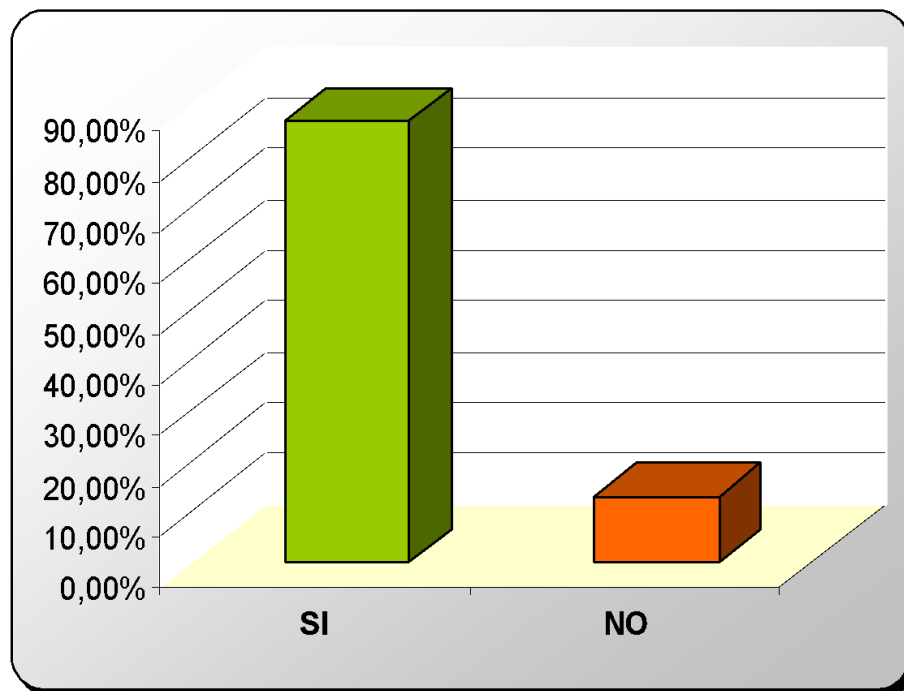


menores 20 años	14
20- 30 años	22
30- 40 años	28
mas de 40 años	36

Fuente: Elaboración propia

- Gran parte de los encuestados son de mayor edad, es decir los cliente se concentran en tramos mas altos de edad.

Grafico N° 5: Según su percepción. ¿Cree Ud. que faltan cajas vecinas en su localidad?

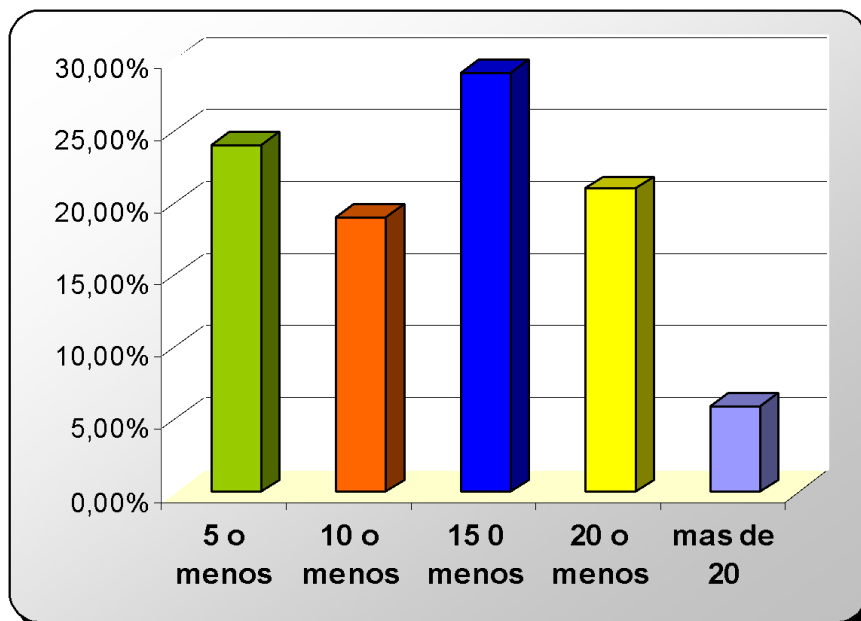


SI	87,00%
NO	13,00%

Fuente: Elaboración propia

- El 87% de los encuestados señala que faltan cajas vecinas en su localidad.

Grafico N° 6: ¿Cuántas veces Ud. Ocupa los servicios de la caja vecina?.

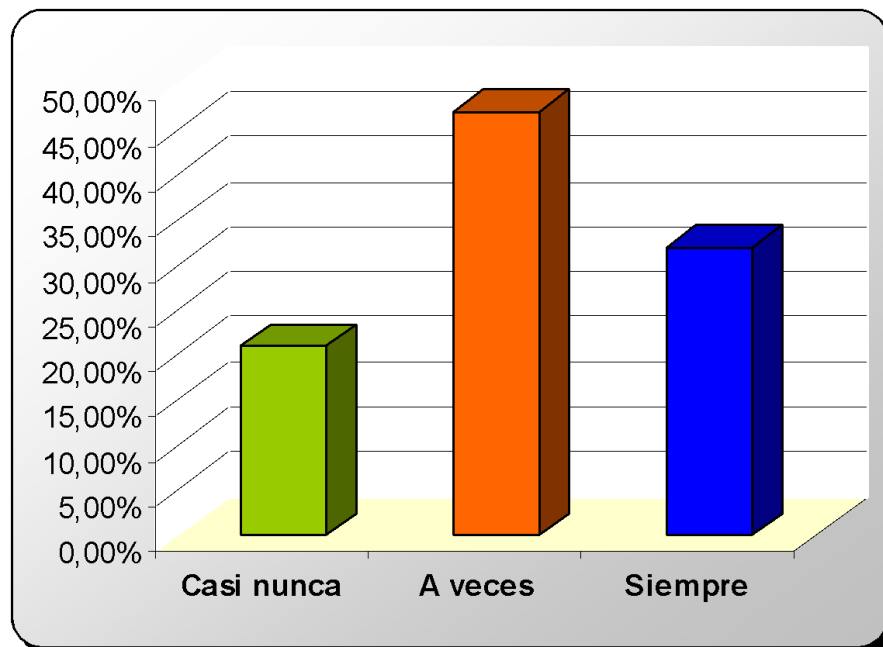


5 o menos	24,00%
10 o menos	19,00%
15 0 menos	29,00%
20 o menos	21,00%
mas de 20	6,00%

Fuente: Elaboración propia

- La gran mayoría de los encuestados señala que ha ocupado 15 veces o menos la caja vecina.

Grafico N° 7: Según su percepción ¿La caja vecina esta disponible para su uso?

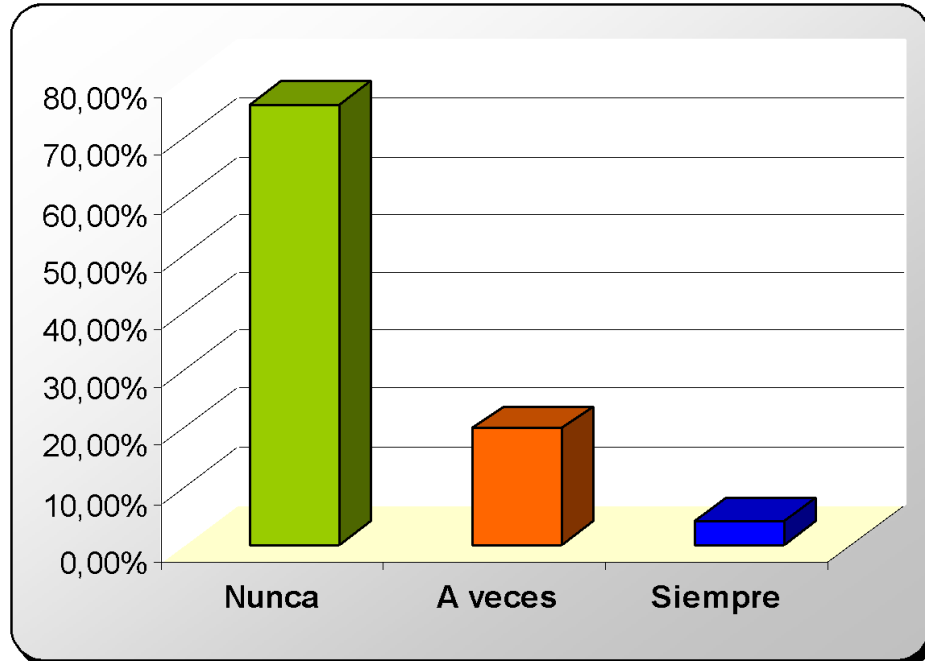


Casi nunca	21,00%
A veces	47,00%
Siempre	32,00%

Fuente: Elaboración propia.

- El 47% señala que la caja vecina esta disponible a veces y el 32% siempre.

Grafico N° 8: Según su percepción ¿Cuando esta cerrada la caja vecina?



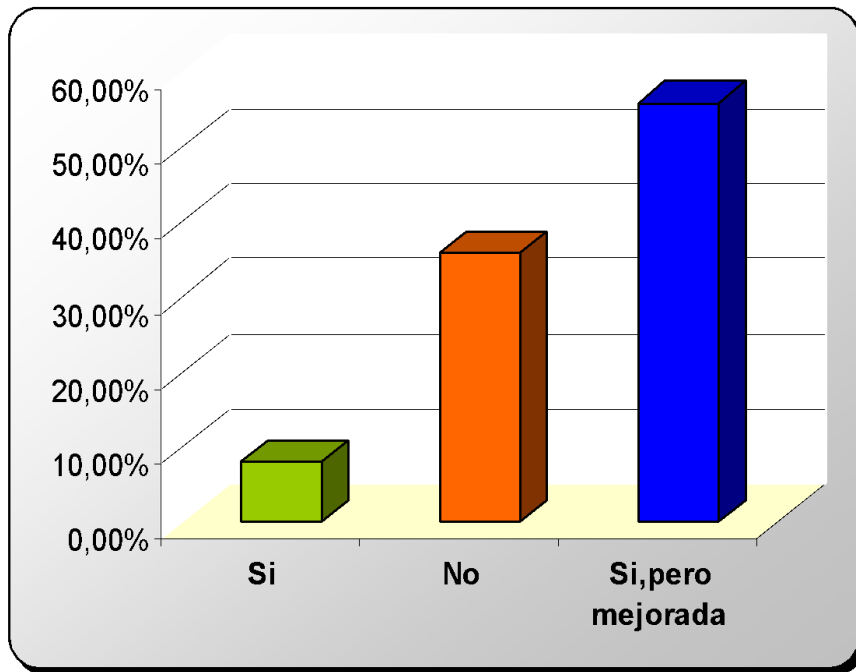
Nunca	76,00%
--------------	--------

A veces	20,00%
Siempre	4,00%

Fuente: Elaboración propia

- El 76% de los encuestados señalan que la caja vecina nunca esta cerrada.

Grafico N° 9: Según su percepción ¿Encuentra que la caja vecina es una solución para que los clientes puedan acceder a los servicios bancarios con mas facilidad?.

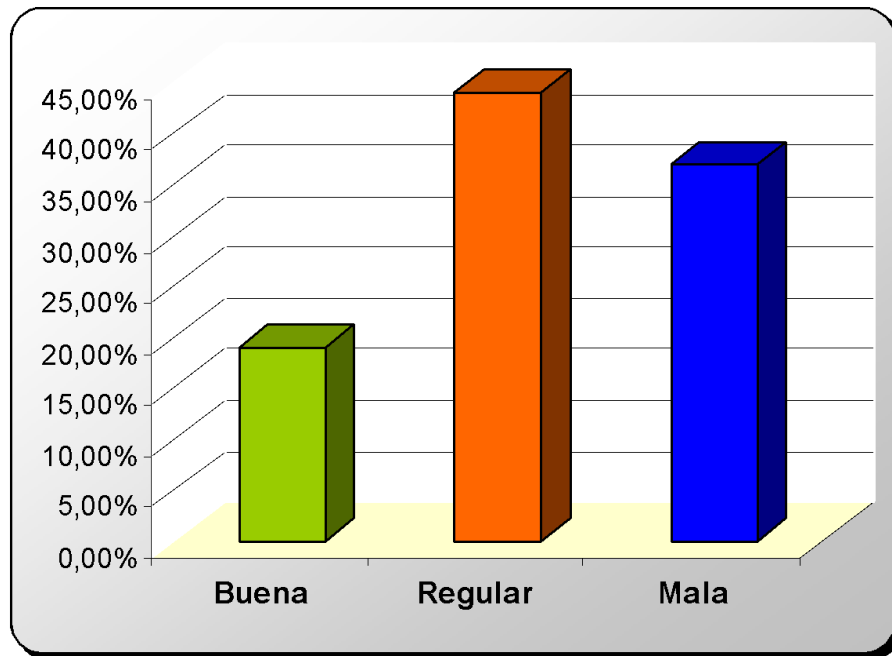


Si	8,00%
No	36,00%
Si, pero mejorada	56,00%

Fuente: Elaboración propia

- Gran parte de los encuestados está de acuerdo que la caja vecina es una solución para bancarizar a los clientes sin embargo, es necesario mejorar algunos aspectos.

Grafico N° 10: Según su percepción ¿Como calificaría la calidad de la atención en la caja vecina?.

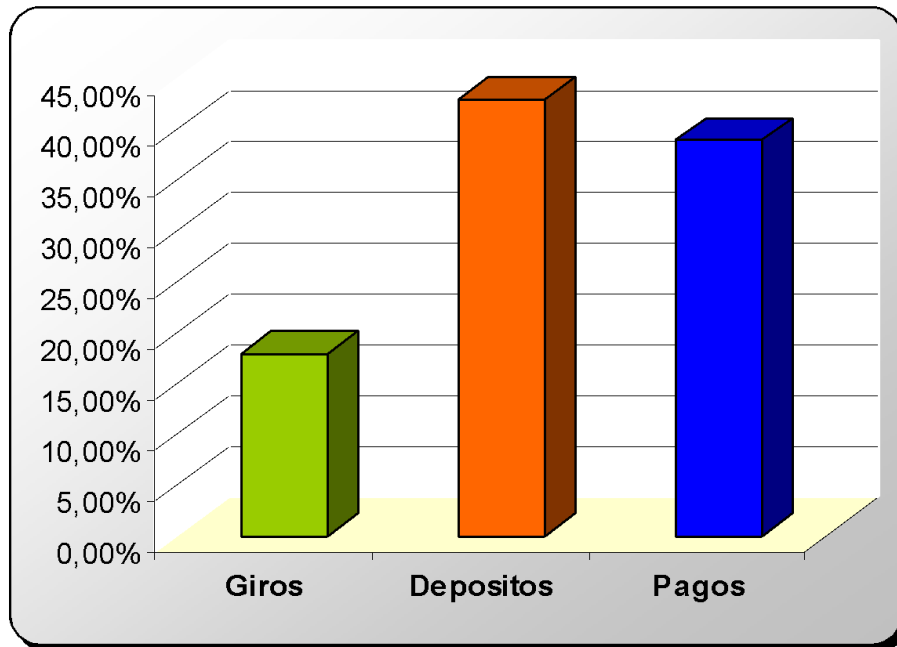


Buena	19,00%
Regular	44,00%
Mala	37,00%

Fuente: Elaboración propia.

- Gran parte de los encuestados califica como regular y mala la calidad de la atención en la caja vecina.

Grafico N ° 11: ¿Cuales son los servicios que ud. recurre de la caja vecina?

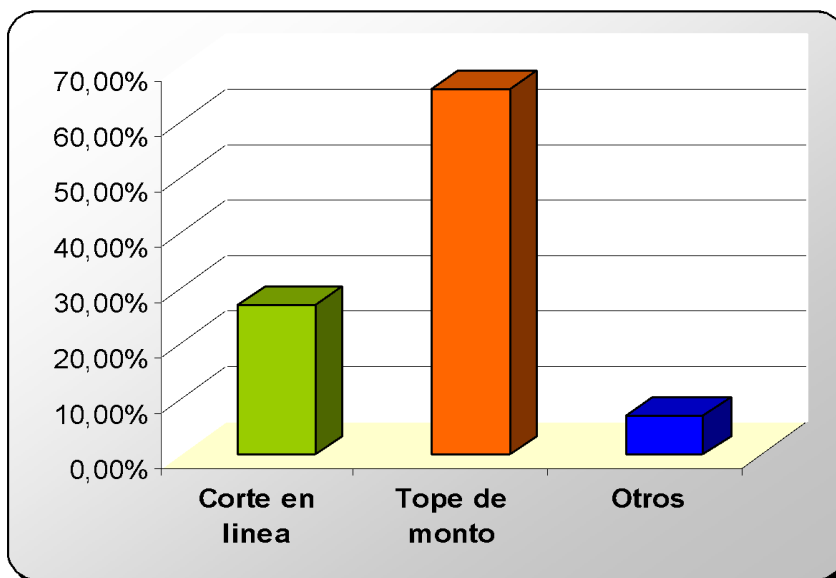


Giros	18,00%
Depósitos	43,00%
Pagos	39,00%

Fuente: Elaboración propia

- Como se aprecia en la tabla la caja vecina es un medio para realizar depósitos, pagos giros.

Grafico N° 12: Según su percepción ¿Por qué motivos se encuentra cerrada la caja vecina?

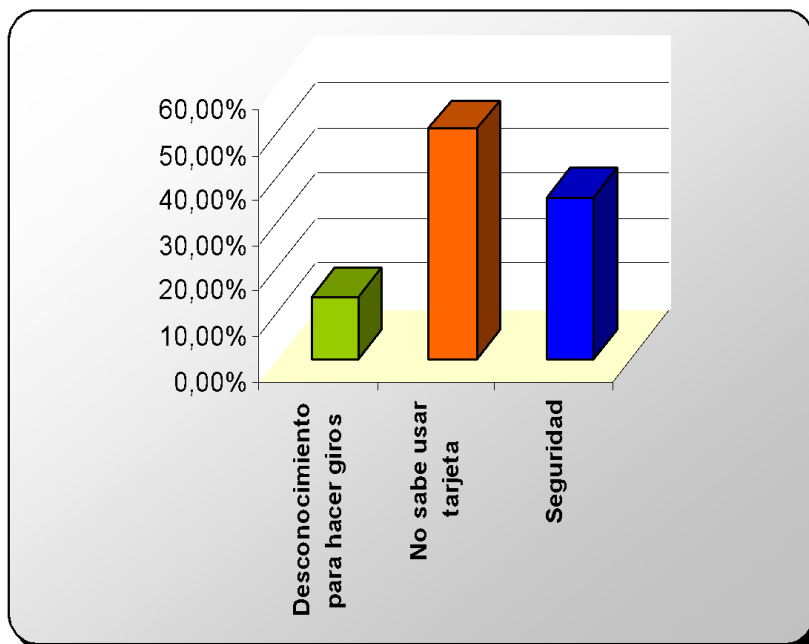


Corte en línea	27,00%
Tope de monto	66,00%
Otros	7,00%

Fuente: Elaboración propia

- El motivos que los encuestados señalan el no funcionamiento de la caja vecina.

Grafico N° 13: Según su percepción ¿Cuales son los motivos por los cuales los clientes no giran en la caja vecina?



Desconocimiento para hacer giros	14,00%
No sabe usar tarjeta	51,00%
Seguridad	36,00%

Fuente: Elaboración propia

- La mayoría de los clientes de la caja vecina no saben utilizar la tarjeta de debito.

4.3.- PREGUNTAS REALIZADAS EN LA ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD.

AL Señor GERENTE COMERCIAL DE CAJAS VECINAS

DON: Jorge Isla Vinagre

- ¿Como ha sido la implementación de la caja vecina en la región?
- ¿Considera que este nuevo proyecto de Banco Estado bancariza a los sectores rurales de Ovalle?
- ¿Cuales son las ventajas y desventajas que ha tenido la caja vecina en el sector rural?
- ¿Cuales son los desafíos futuros de la caja vecina?
- ¿Encuentra Ud. Que este proyecto ayuda a mejorar la calidad de la atención de los clientes de banco estado?
- ¿Se han cumplido los objetivos que el banco esperaba para la caja vecina?
- ¿Cual ha sido el mayor problema que ud. Ha detectado en la implementación de esta nueva herramienta?
- ¿Cuál es el nivel de expansión de las cajas vecinas?
- ¿Cuál es el aumento en el nivel de transacción?
- ¿En cuanto ha aumentado la bancarización?
- ¿Cuál ha sido el mayor obstáculo para la operación de las cajas vecinas?
- ¿Cuál ha sido el aporte de la cuenta Rut a este sistema?
- ¿Ha habido un problema con la seguridad?

4.4.- RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

- La implementación de la caja vecina en la región ha sido un gran desafíos ya que en la región nuestros clientes no están acostumbrados a usar la

servicios tecnológicos ni ha recurrir a filiales del banco ya que estos prefieren recurrir a los bancos comunales.

- Si, este proyecto permite llegar a clientes que nunca han tenido algún producto bancario, además de permitir acceder a aquellos clientes que han tenido problemas de financieros acceder a una tarjeta de debito (vista) como lo es la chequera electrónica.
- Algunas de las ventajas de la caja vecina pueden ser:
 1. Que permite bancarizar a los clientes.
 2. Permite entregar servicios bancarios mas cerca de los clientes
 3. Permite llegar a lugares apartados.

Algunas desventajas.

1. Que tiene un tope de transacciones
 2. El usuario no sabe ocupar los servicios de la caja vecina.
 3. Necesita una tarjeta para operar.
- El siente una cierta inseguridad en las transacciones, debido al bajo nivel educacional de los clientes en relación a temas bancarios.
 - El desafío futuro de la caja vecina es educar a los clientes para hacer uso correcto de sus servicios, conjuntamente de ofrecer una mayor cantidad de servicios para los clientes.
 - Este proyecto permite entregar un servicio más cercano a los clientes y se adecua a las necesidades actuales de los clientes (tiempo) además de descongestionar los bancos de la zona por lo que permite entregar una mejor atención a todos los clientes.
 - Sí, uno de los objetivos primarios era ampliar la red y hasta noviembre del 2009 se han habilitado 2500 cajas vecinas, de las cuales el 60% corresponde al sector rural y el resto está ubicado en grandes ciudades, donde también existen problemas de distancias para llegar a una sucursal de banco estado.

- Uno de los problemas radica esencialmente en el apoyo técnico para instalar el terminal bancoestado, el que está integrado a la red central para efectuar las transacciones en línea.
- Ha sido una expansión superior a lo esperado de tal forma que en este instante, NO EXISTE comuna que no este integrada a la red; se ha llegado a lugares geográficos bastante remotos, y casi inaccesibles como Pichasca, Cerro de tamaya, Poconchile, Visviri, El salado.
- Durante el 2007 se realizaron por caja vecina 920 mil transacciones por un monto total acumulado de \$23.160 millones. Del total de las operaciones, 46 mil corresponden a pagos de creditos,162mil a giros y 250 mil a depósitos. Mientras que durante el primer trimestre del 2008 se han registrado 513 mil transacciones por un monto total de \$15500 millones, superando en tres meses la barrera del 50% logrado el año anterior.
- Ha aumentado ostensiblemente, lo que nos ha llevado a posicionarnos en el primer lugar de la región latinoamericana, hasta abril del 2008 Chile ya figuraba como el país mas bancarizado de la región, según el estudio de la federación latinoamericana de bancos, aunque está lejos de los países desarrollados, cuenta con un 60% de la población adulta con acceso a servicio financiero.
- El mayor obstáculo es el monto asignado a cada caja vecina, que debido al bajo movimiento de giro y el gran número de depósitos y pagos, copan rápidamente el límite asignado, en un futuro cercano se podría llegar a la flexibilización con aumento de este monto en los días de gran demanda.
- Ha sido un gran aporte por cuanto para la apertura de la cuenta RUT solo se necesita tener 18 años, y carnet de identidad; por lo cual ha tenido el aumento explosivo de esta tarjeta, esto nos ha hecho superar en más de lo esperado el número de transacciones.

- Por la forma como se implementa tanto en montos asignados, como en el número de transacciones, ha sido bajísimo el nivel de siniestralidad, dado que solo una caja ha tenido problemas,.

CONCLUSION.

A la luz de los datos obtenidos en la encuesta y otros antecedentes se puede decir que es una solución, pero faltan algunos problemas que resolver; como los que a continuación se indican:

- a) Analizar la posibilidad de flexibilizar por ciertos días “pick” el monto asignado
- b) Hacer alianza estratégica con municipalidades, junta de vecinos, para una alfabetización digital básica.
- c) Abrir nuevas cajas vecinas en sectores desvalidos.

Por otra parte, también se han determinado ventajas que son las siguientes:

- a) El ahorro de tiempo y dinero es otro punto importante; el ahorro de tiempo por ejemplo de sectores como Punitaqui, Los Perales, hasta Ovalle, la locomoción demora aprox. una hora y 30 minutos hasta 2 horas y de sectores como Pichasca, Río Hurtado y Las Breas, el tiempo de traslado desde los sectores más cercanos están a 2 horas llegando en sectores más lejanos a 3 horas 30 minutos.

- b) Cancelación de deudas con el banco créditos de consumo, prestamos hipotecarios.
- c) Pago de servicios básicos como agua, luz etc.
- d) La atención se mantiene mientras el local comercial este abierto al público, lo que es mayor al horario de atención bancaria.
- e) Atención más personalizada debido al conocimiento y relación humana que se genera en la actividad del día a día.
- f) La seguridad de no estar expuesto a robos como en la ciudad.
- g) Por lo que la bancarización de sectores alejados de segmento rural se cumple.

BIBLIOGRAFÍA

- MEMORIA ANUAL BANCO ESTADO 2006 - 2007 – 2008 – 2009
- DIARIO EL FINANCIERO
- Plan estratégico 2007 - 2010
- Plan estratégico 2010 - 2013
- Diccionario económico
- Revista institucional “COMPROMISO”
- Circulares internas
- Estudio de mercado “caja vecina”
- Datos Censo 2002
- Departamento de Estudios Financieros del Ministerio de Hacienda
- Hernández Sampieri Roberto; Fernández Collado Carlos; Baptista Lucio Pilar: “Metodología de la Investigación”.
- Banca y la Cola Larga, Revista Compromiso.

ANEXO

CUESTIONARIO

Buenos días (tardes), soy, estoy realizando una investigación acerca de la bancarización en lugares apartados. ¿Sería tan amable de contestar las siguientes preguntas?

ANTECEDENTES GENERALES

EDAD _____
NIVEL DE ESTUDIO _____

ANTECEDENTES ESPECIFICOS.

- 1.- Según su percepción. ¿Cree Ud. que faltan cajas vecinas en su localidad?
 - a) Si
 - b) No

- 2.- ¿Cuántas veces Ud. Ocupa los servicios de la caja vecina?.
 - a) 5 o menos
 - b) 10 o menos

- c) 15 o menos
- d) 20 o menos
- e) Mas de 20

3.- Según su percepción ¿La caja vecina esta disponible para su uso?

- a) Casi nunca
- b) A veces
- c) Siempre

4.- Según su percepción ¿Cuando esta cerrada la caja vecina?

- a) Nunca
- b) A veces
- c) Siempre

5.- Según su percepción ¿Encuentra que la caja vecina es una solución para que los clientes puedan acceder a los servicios bancarios con mas facilidad?

- a) Si
- b) No
- c) Si, pero mejorada

6.- Según su percepción ¿Como calificaría la calidad de la atención en la caja vecina?.

- a) Buena
- b) Regular
- c) Mala

7.- ¿Cuales son los servicios que ud. recurre de la caja vecina?

- a) Giros
- b) Depósitos
- c) Pagos

8.- Según su percepción ¿Por qué motivos se encuentra cerrada la caja vecina?

- a) Corte en línea
- b) Tope de montos
- c) Otros

9.- Según su percepción ¿Cuales son los motivos por los cuales los clientes no giran en la caja vecina?

- a) Desconocimiento para hacer giros
- b) No sabe usar tarjeta
- c) Seguridad

