



Yura: Relaciones internacionales

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio

Revista electrónica: ISSN 1390-938X

Nº 3: Julio - septiembre 2015

Análisis estratégico del Cash Management como herramienta generadora de negocios sostenibles en una institución financiera pp. 32-44

Galárraga Cruz Evelyn Adriana

Banco de Guayaquil

Quito, Ecuador

Av. Cristobal Colón.

Dirección electrónica: evelyn_galarraga30@hotmail.com

Análisis estratégico del Cash Management como herramienta generadora de negocios sostenibles en una institución financiera

Galárraga Cruz Evelyn Adriana

Banco de Guayaquil

evelyn_galarraga30@hotmail.com

Resumen

32

El Cash Management es un conjunto de servicios varios orientados a la administración y óptimo control de fondos que permiten a las empresas mantener mejor gestionado el flujo que entra y sale de sus cuentas bancarias. La planificación financiera, liquidez y flujo de dinero, son algunas de las facultades que el servicio del Cash Management brinda a los usuarios de las instituciones bancarias. La agilidad y el dinamismo que ofrece a sus usuarios ha permitido que tanto la banca como los clientes de la misma no solo se vean beneficiados en las buenas normas de manejo de flujo de caja, sino también en la optimización de tiempo y por ende de dinero. El artículo mide los servicios ofertados por una institución financiera desde las perspectivas de la eficiencia de las dimensiones constitutivas, su segmentación bajo la consideración de la edad y la evaluación de la productividad a través de la relación de la actitud hacia el sistema con los criterios óptimos esperados. La metodología fue de tipo descriptiva con la inserción de modelos de análisis que permitan validar los criterios. Los encuentros principales encontrados, se relacionaron con la necesidad de facilidad de consulta de las personas de 18 – 35 años, el banco del barrio y la recaudación para la de 36 a 50, el balcón de servicios para los de 51 a 65 y la reducción de tiempos para los de más de 65 años. La facilidad de consulta y depósito en línea fueron los atributos calificados con mejor productividad.

Palabras clave

Cash Managment, banca electrónica, tesorería.

Abstract

The Cash Management is a set of various services aimed at optimal management and control of funds that allow companies to keep better managed the flow in and out of their bank accounts. Financial planning, liquidity and cash flow are some of the powers of the Cash Management service provides users of banking institutions. Agility and dynamism that offers its users has enabled both banks and clients thereof may benefit not only on good management norms cash flow, but also in the optimization of time and therefore money . The paper measures the services offered by a financial institution from the perspective of the efficiency of the constitutive dimensions, segmentation under consideration of age and evaluation of productivity through the relationship of the attitude towards the system with optimum criteria expected. The methodology was descriptive with the insertion of analytical models to validate the criteria. The main events found were related to the need for ease of reference for people of 18-35 years, the bank and fund district for 36 to 50, the balcony of service for 51-65 and reduction time for over 65 years. The ease of online viewing and placement were qualified with better productivity attributes.

Keywords

Cash management, electronic banking, treasury.

Los servicios financieros gestionados por medio del Cash Management (C.M.) permiten a las empresas manejar de una manera efectiva y en tiempo real la tesorería interna de una institución. Gracias a esta factibilidad la banca se ha visto en la obligación de adquirir un software para llevar a cabo la prestación de este servicio a sus clientes y por medio del mismo, incrementar la aceptación y fidelidad de los usuarios de una institución financiera.

El *Cash Managemnet*, permite: reducir de saldos ociosos (en las partidas de existencias y tesorería, también conocidos como caja y bancos, se maneja el concepto de saldo ocioso, que puede definirse como aquel volumen de fondos inmovilizado en dichas partidas que son necesarios para el funcionamiento de la empresa), administrar mejor el dinero y supone la gestión de los recursos financieros (tesorería) disponibles para la empresa en la gestión operativa de las funciones normales de cobro o pago (Back).

"Los sistemas del Cash Management buscan crear una dependencia por parte de los clientes hacia el banco, lo que incrementa las barreras de salida y genera lealtad" (Cabrera, 2013, p. 15). Las grandes empresas corporativas necesitan una herramienta integral para automatizar procesos y reducir costos, mejorando la calidad de gestión comercial y financiera y el intercambio de información entre los distintos partícipes de su comunidad de negocios.

La obtención de datos, el sondeo del mercado mediante encuestas y el análisis de las transacciones realizadas por medio del Cash Management serán el punto de partida para el análisis propuesto.

Los servicios de digitalización o automatización de manejo de dinero en línea tiene un rango de poca acogida dentro del consumidor del producto por ser aún vulnerable al phishing (delito informático que consiste en suplantación de identidad para obtener información confidencial de forma fraudulenta), la seguridad del software es uno de los principales

Análisis estratégico del Cash Management como herramienta generadora de negocios sostenibles en una institución financiera

motivos por el que el cliente opta por utilizar los servicios tradicionales de la banca dejando de lado el uso del Cash Management.

Objetivos

1. Medir la eficiencia de los servicios de (C.M.) por género, en las dimensiones: Facilidad de carga, facilidad de consulta, reducción de tiempos, nivel de seguridad, depósitos en línea, balcón de servicios, atención en ventanilla, banco del barrio, cajeros multifuncionales, pago a terceros, recaudación y nómina de crédito de cuenta;
2. Realizar un análisis de correlaciones de la imagen de la institución financiera por servicios;
3. Identificar indicadores de productividad del servicio de acuerdo a la medición de actitud de uso y las constantes óptimas esperadas de calificación. (En una escala de 1 a 9, lo óptimo sería el 9.)

Método

En vista de la complejidad de la obtención de fichas en cuanto al número total de transacciones que se realizan por medio de los servicios que el Cash Management presta, se han tomado los datos de una institución financiera de alta aceptación en la banca ecuatoriana, para así, hacernos una idea de la magnitud de alcance que el Cash Management tiene en los usuarios.

36

Se obtuvieron bases de datos de las operaciones diarias y mensuales realizadas por internet, del mismo modo fue tomada una muestra de un número aproximado de usuarios del servicio equivalente a 600 personas, para un nivel de confianza del 95% y un error de estimación de 0,4 puntos.

Es importante recalcar que cada uno de los usuarios del Cash Management y las transacciones varían su tipo según el cliente que haga uso de ellas. El tipo de transacción oscila entre conciliaciones de cuentas, cámara de compensación, desembolso controlado..., todo esto siempre relacionado al manejo -en tiempo real- de la caja chica de las empresas o usuarios.

Se utilizó como técnica de investigación a la encuesta, identificándose en su diseño modelos relacionados con: segmentación de mercados, correlación y razón de productividad del sistema en base a la medición de actitudes de los clientes de las categorías de análisis por las evaluaciones esperadas.

Segmentación: Eficiencia f (Edad)

$(y_1, y_2, y_3, y_4 \dots, y_{12}) f(x)$, en donde (y) son los atributos a ser medidos y (x) es el género;

$$\left(\sum_{i=1}^n \frac{y_i}{n} \dots f \sum_{i=1}^n \frac{x_i}{n} \right)$$

Análisis estratégico del Cash Management como herramienta generadora de negocios sostenibles en una institución financiera

Correlación: Imagen f (servicios)

(y) f (x1, x2, x3, x4, x5, x6), en donde (y) es la imagen y (x) son los criterios de servicios;

$$r_{yx} = \frac{\sum (y - \bar{y})(x - \bar{x})}{\sqrt{\sum (yi - \bar{y})^2 \sum (xi - \bar{x})^2}}$$

Razón productividad (rp): Actitud (y= importancia de cada atributo, x= valoración de los atributos) f (a= calificación óptima)

$$rp = \frac{\sum_{i=1}^n y \sum_{i=1}^n x}{a}$$

Resultados

Actualmente es importante denotar el incremento del uso del Cash Management por la globalización del internet y la socialización de los servicios.

Operaciones mensuales	3745512
Operaciones diarias	155965
Usuarios del servicio de Cash Management	8593

Datos al 26 de febrero de 2015

Los datos de volumen de transacciones obtenidos del sistema de un banco son globales por la magnitud y variedad de los procesos con los que cuentan las entidades bancarias, por esta razón sería difícil cuantificar por categoría el flujo de los diferentes tipos de transacciones que se realizan a diario y mucho peor, mensualmente.

Al aplicar el modelo de estudio de segmentación el cual se refiere directamente a la subdivisión de un mercado en un subconjunto de distintos clientes para así alcanzar una estrategia distinta de comercialización, tenemos los resultados detallados en las siguientes tablas:

Tabla 3.1 Eficiencia de los servicios de (C.M.) por edad

Atributos	Edad				Total
	18-35 AÑOS	36-50 AÑOS	51-65 AÑOS	65 EN ADELANTE	
Facilidad de carga	6,60	5,33	6,80	6,25	6,20
Facilidad de consulta	8,40	7,50	4,40	7,50	6,95
Reducción de tiempos	6,80	4,67	6,60	7,50*	6,25
Nivel de seguridad	6,20	7,50	6,60	5,00	6,45
Depósitos en línea	7,80	7,50	7,20	4,25	6,85
Balcón de servicios	6,60	3,50	7,80	7,50	6,15
Atención en ventanilla	6,20	7,00	6,80	6,00	6,55
Banco del Barrio	6,00	8,00	7,20	5,50	6,80
Cajeros multifuncionales	6,80	6,67	7,20	4,25	6,35

Continúa

Análisis estratégico del Cash Management como herramienta generadora de negocios sostenibles en una institución financiera

Pago a terceros	5,00	5,83	6,20	7,50	6,05
Recaudación	4,00	7,50	7,20	7,00	6,45
Nómina crédito de cuenta	7,20	6,00	6,00	5,50	6,20

Nota: Describe las calificaciones de los servicios en una escala de 1 – 9 por edad (La evaluación de 9 es la óptima).

Tabla 3.2 Análisis de Varianza

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Facilidad de carga * Edad	Inter-grupos (Combinadas)	35,583	3	11,861	1,138	,338
	Intra-grupos	1000,417	96	10,421		
	Total	1036,000	99			
Facilidad de consulta * Edad	Inter-grupos (Combinadas)	230,250	3	76,750	16,957	,000
	Intra-grupos	434,500	96	4,526		
	Total	664,750	99			
Reducción de tiempos * Edad	Inter-grupos (Combinadas)	117,083	3	39,028	4,674	,004
	Intra-grupos	801,667	96	8,351		
	Total	918,750	99			
Nivel de seguridad * Edad	Inter-grupos (Combinadas)	77,250	3	25,750	3,024	,033
	Intra-grupos	817,500	96	8,516		
	Total	894,750	99			
Depósitos en línea * Edad	Inter-grupos (Combinadas)	173,500	3	57,833	9,422	,000
	Intra-grupos	589,250	96	6,138		
	Total	762,750	99			
Balcón de servicios * Edad	Inter-grupos (Combinadas)	320,250	3	106,750	17,296	,000
	Intra-grupos	592,500	96	6,172		
	Total	912,750	99			
Atención en ventanilla * Edad	Inter-grupos (Combinadas)	16,750	3	5,583	,680	,566
	Intra-grupos	788,000	96	8,208		
	Total	804,750	99			
Banco del Barrio * Edad	Inter-grupos (Combinadas)	97,000	3	32,333	4,858	,003
	Intra-grupos	639,000	96	6,656		
	Total	736,000	99			
Cajeros multifuncionales * Edad	Inter-grupos (Combinadas)	114,333	3	38,111	3,817	,012
	Intra-grupos	958,417	96	9,984		
	Total	1072,750	99			
Pago a terceros * Edad	Inter-grupos (Combinadas)	71,583	3	23,861	2,481	,066
	Intra-grupos	923,167	96	9,616		
	Total	994,750	99			Continúa

Recaudación * Edad	Inter-grupos	(Combinadas)	203,250	3	67,750	9,406	,000
	Intra-grupos		691,500	96	7,203		
	Total		894,750	99			
Nómina crédito de cuenta * Edad	Inter-grupos	(Combinadas)	37,000	3	12,333	1,560	,204
	Intra-grupos		759,000	96	7,906		
	Total		796,000	99			

Tabla 3.3 Medidas de asociación

40

	Eta	Eta cuadrado
Facilidad de carga * Edad	,185	,034
Facilidad de consulta * Edad	,589	,346
Reducción de tiempos * Edad	,357	,127
Nivel de seguridad * Edad	,294	,086
Depósitos en línea * Edad	,477	,227
Balcón de servicios * Edad	,592	,351
Atención en ventanilla * Edad	,144	,021
Banco del Barrio * Edad	,363	,132
Cajeros multifuncionales * Edad	,326	,107
Pago a terceros * Edad	,268	,072
Recaudación * Edad	,477	,227
Nómina crédito de cuenta * Edad	,216	,046

En cuanto a los resultados del modelo de estudio correlacional el cual tiene como objetivo medir el grado de asociación de dos variables aleatorias cuantitativas, se obtuvo:

Tabla 3.4 Correlaciones

Imagen	1
Facilidad de carga	-,010
Facilidad de consulta	,138
Reducción de tiempos	,257**
Nivel de seguridad	,041
Depósito en línea	-,211*
Balcón de servicios	,373** Continúa

Análisis estratégico del Cash Management como herramienta generadora de negocios sostenibles en una institución financiera

Atención en ventanilla	,077
Banco del Barrio	-,101
Cajeros Multifuncionales	-,083
Pago a terceros	-,202*
Recaudación	,169
Crédito de cuenta	-,296**
Reducción de costos	-,183
Facilidad de carga	,095
agilidad de consulta	-,238*
Reducción de tiempos	-,375**
Nivel de seguridad	,351**
Depósitos en línea	-,113
Balcón de servicios	,199*
Atención en ventanilla	,006
Banco del Barrio	-,113
Cajeros multifuncionales	,092
Pago a terceros	,119
Recaudación	-,038
Nómina crédito de cuenta	-,027

Nota: En este cuadro se relacionó cómo influye la imagen frente a los servicios.

El modelo de productividad, el cual analiza la importancia que las personas confieren a los atributos versus la evaluación de los mismos en el servicio prestado y su relación con los estándares esperados nos permite identificar por ejemplo, la necesidad de mejorar el concepto de cajeros multifunción; la de mejorar los atributos de facilidad de carga, banco del barrio y crédito de cuenta; así como la de consolidar los estándares de facilidad de consulta, reducción de tiempos, nivel de seguridad, depósitos en línea, balcón de servicios, atención en ventanilla, pago a terceros y recaudación, todo esto con la finalidad de empatar los servicios ofertados

por la plataforma tecnológica con las necesidades de clientes variados que buscan soportes diseñados a la medida de sus necesidades.

Tabla 3.5 Razón productividad de servicios

Facilidad de carga	,75
Facilidad de consulta	,88
Reducción de tiempos	,82
Nivel de seguridad	,84
Depósitos en línea	,88
Balcón de servicios	,81
Atención en ventanilla	,84
Banco del barrio	,77
Cajeros multifunción	,68
Pago a terceros	,81
Recaudación	,84
Crédito de cuenta	,79

Nota: En este cuadro se observa los índices de importancia con la eficiencia.

Discusión

- El uso del Cash Management va en crecimiento en el Ecuador. El aumento del uso de transacciones bancarias por internet estimula el flujo de dinero y por ende, el mismo, dinamiza su economía;
- Los usuarios del Cash Management esperan de su entidad bancaria resguardo de sus fondos por lo que sería muy importante incrementar los estándares de seguridad para de esta manera eludir al delito del phishing;
- La implantación de los servicios del Cash Management ha colaborado con las empresas y con las entidades financieras un importante ahorro de costos, mayor agilidad, mejor seguimiento de los movimientos de su tesorería y una amplia gama de beneficios que recaen tanto usuarios como a la banca ecuatoriana;
- El desarrollo tecnológico ha alcanzado inimaginablemente una amplia gama de competencias y ofertas de servicios que se adaptan según a las necesidades de las empresas, por esta razón, la demanda de servicios tecnológicos ha incrementado y la oferta de servicios de Cash Management ha resultado ser una línea de negocios en las entidades bancarias, creando competencia en el mercado de obtención de servicios;
- Está en manos de las entidades financieras la sociabilización de los servicios brindados por Cash Management, ya sea por publicidad o por el incentivo que los empleados del balcón de servicios den a los clientes frecuentes de las agencias bancarias.
- Los cajeros multifuncionales o la implementación de máquinas especializadas en el uso del servicio de Cash Management, dentro de las agencias bancarias o en sitios estratégicos, son un factor importante para que, el cliente que no conoce del sistema se familiarice con el mismo y lo pueda utilizar desde donde se encuentre.

Lista de referencias

Alés, E. C. (2000). "Los orígenes del arte cibernético en España : el seminario de Generación Automática de Formas Plásticas del Centro de Cálculo de la Universidad de Madrid : (1968-1973)."Norbert Wiener y el Origen de la Cibernética.

Back, P. F. (1997). *Corporate Cash Management: Strategy and Practice*, Woodhead Publishing Limited.

44

Cabrera Ojeda, A. (2013). *Diseño de un sistema de gestión de calidad, en función del Capability Maturity Model Integration (CMMI), nivel II, para la empresa EasySoft que provee soluciones tecnológicas, situada en la ciudad de Quito provincial de Pichincha.*(Tesis de pregrado). Recuperado de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5208/1/UPS-QT03784.pdf>

López, Á. J. G. & A. S. Pascual (2008). *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social*. Madrid, España, Pearson Educación, S.A.

Mora, J. J. (2002). *Introducción a la Teoría del Consumidor De la preferencia a la estimación*, Juan Carlos Martínez Coll.

Namakforoosh, M. N. (2000). *Metodología de la investigación*, Limusa.

Pamies, D. S. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*, Esic Editorial.

Pareja, I. V., M. G. Merlo, et al. (2009). "Potential Dividends and Actual Cash Flows: A Regional Latin American Analysis." *Estudios Gerenciales. Journal of Management and Economics of Iberoamerica* **25**(113): 151-184.

Ramírez, S. (1999). *Teoría general de sistemas de Ludwig Von Bertalanffy*. México, UNAM, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades U.N.A.

Salkind, N. J. & R. L. Escalona (1999). *Métodos de investigación*, Pearson Educaci"n.

Shannon, C. & W. Weaver (1949). *"The Mathematical Theory of Communication."*