



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Doctorado en Comunicación Estratégica y Social



El acceso a la información en el sistema financiero

-Tesis doctoral-

Félix Rodolfo Ayala López

Guatemala, enero de 2020

El acceso a la información en el sistema financiero

-Tesis doctoral-

Félix Rodolfo Ayala López

Guatemala, enero de 2020

Universidad de San Carlos de Guatemala

Autoridades centrales

Rector	MSc. Murphy Olimpo Paíz Recinos
Secretario General	Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Consejo Directivo

Director	MSc. Sergio Vinicio Morataya García
Secretaría General	MSc. Claudia Xiomara Molina Avalos
Representante Docentes	M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo Lic. Mario Enrique Campos Trujillo
Representante de Egresados	M.A. Johnny Michael González Batres
Representante de Estudiantes	Heber Libni Emmanuel Escobar Juárez Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Consejo Académico de Postgrado

Director	MSc. Sergio Vinicio Morataya García
Secretario	MA. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Tribunal Examinador

Presidente	Dra. Elba Marina Monzón Dávila
Lector 1	Dra. Norma Anabella Cerezo Alecio
Lector 2	Dr. Haroldo Shetemul

Para efectos legales, solo el sustentante es responsable del contenido del presente trabajo académico

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO

A Dios:

Quien siempre me acompaña y guía en todo momento, brindándome sabiduría y perseverancia.

A mis Padres:

Rodolfo y Blanqui (Q.E.P.D.) por su amor y apoyo incondicional a lo largo de mi vida. Este trabajo es dedicado a ustedes.

A mis Hermanos:

Samuel y Luis por brindarme su apoyo y amistad en todo momento.

A mis Hijos:

Margarita, Rodolfo, Haydee, María Esther y Alejandro, fuente permanente de regocijo.

A mi nieta:

Amelia, alegría constante en mi vida.

A mis Amigos:

Vicente Herrera, Omar Flores, Fernando Martínez, Jorge Arévalo y Estuardo Valdez por su amistad sincera a través del tiempo.

A mi Asesora:

Dra. Elba Monzón agradecido inmensamente por su ayuda y soporte.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala:

Por abrirme sus puertas y en especial a la Escuela de Ciencias de la Comunicación que me han dado la oportunidad de culminar este Doctorado.



Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 29 de enero de 2020
ECC 123-20

Señor Director
M. A. Gustavo Morán
Depto. De Estudios de Postgrado
Esc. Ciencias de la Comunicación

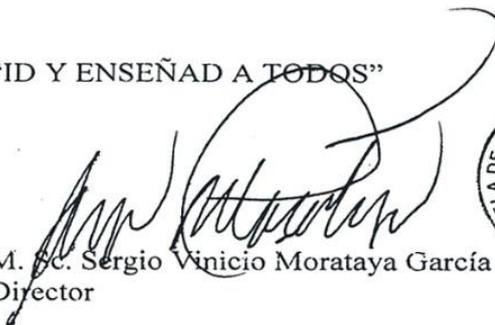
Estimado Señor Director:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por el Consejo Directivo en el Punto **DÉCIMO SEGUNDO**, del Acta No. 03-20, de sesión celebrada el 27-01-2020.

“DÉCIMO SEGUNDO: El Consejo Directivo conoce el Oficio Postgrado 22-2020, de fecha 23 de enero de 2020, en el cual el Director del Depto. Estudios de Postgrado, Dr. Gustavo Adolfo Morán Portillo, solicita que este Órgano de Dirección se sirva emitir orden de impresión de tesis doctorales a los estudiantes: Félix Rodolfo Ayala López, registro académico No. 201690763, de la primera cohorte del Doctorado en Comunicación Estratégica y Social, cuya tesis doctoral se titula: “El acceso a la Información en el sistema financiera”, habiendo aprobado con ochenta y cinco (85) puntos la defensa dela misma, según consta el acta impresa por parte del Departamento de Control Académico y Carlos Orlando Oliva Muralles, registro académico No. 100024111, de la segunda cohorte del Doctorado en Comunicación Social, cuya tesis doctoral se titula: “EL ANÁLISIS TRANSACCIONAL APLICADO AL DISCURSO POLÍTICO: Comparación de los discursos de toma de posesión del presidente Jimmy Morales y del ex presidente Otto Pérez Molina”, habiendo aprobado con ochenta y cinco (85) puntos la defensa dela misma, según consta el acta impresa por parte del Departamento de Control Académico. Al respecto el Consejo Directivo, **ACUERDA:** 13.1 Acuse de recibo al Director del Depto. De Postgrado, Doctor Gustavo Adolfo Morán Portillo, del Oficio Postgrado No. 22-2020, de fecha 23 de enero de 2020. 13.2 Autorizar la Orden de Impresión de tesis doctoral de Félix Rodolfo Ayala López, registro académico No. 201690763, de la primera cohorte del Doctorado en Comunicación Estratégica y Social, cuya tesis doctoral se titula: “El acceso a la Información en el sistema financiera” 13.3 Autorizar la Orden de Impresión de Carlos Orlando Oliva Muralles, registro académico No. 100024111, de la segunda cohorte del Doctorado en Comunicación Social, cuya tesis doctoral se titula: “EL ANÁLISIS TRANSACCIONAL APLICADO AL DISCURSO POLÍTICO.”

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


M. Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director



SVMG/lm



“Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad”
OLIVERIO CASTAREDA DE LEÓN

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN INTRODUCCIÓN

PARTE I. INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1	INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN	1
1.1.	Planteamiento del problema	1
1.2.	Justificación	2
1.3.	Delimitación	3
1.4.	Viabilidad de la investigación	4
1.5.	Objetivos	4
1.5.1.1.	Generales	5
1.5.1.2.	Específicos	5
1.6.	Hipótesis u objetivo central de discusión	5
1.7.	Las preguntas de investigación	6
1.8.	Reflexiones finales	6

CAPÍTULO 2	METODOLOGÍA Y FUENTES	7
2.1.	Aspectos metodológicos	7
2.1.1	Tipo de investigación	7
2.1.2	Paradigma de investigación utilizado	8
2.2.	Métodos empleados	9
2.3.	Pasos que siguió en el diseño de la investigación	9
2.4.	Los sujetos del estudio	10
2.5.	Las técnicas empleadas	11
2.6.	Los instrumentos	12
2.6.1.	Las variables o descriptores	12
2.6.2.	Los indicadores	13
2.6.3.	La medición cuantitativa o cualitativa de los indicadores	13
2.7.	El análisis estadístico o cualitativo	14
2.8.	Caracterización de las unidades de análisis	14
2.9	Las fuentes de información	15
2.9.1.	Fuentes primarias	15
2.9.2.	Fuentes secundarias	16
2.10.	Reflexiones finales	16

PARTE II. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

CAPÍTULO 3.	ANTECEDENTES RELACIONADOS CON LA INVESTIGACIÓN	19
3.1	Surgimiento del problema y su evolución	19
3.2	Breve semblanza del estado del arte	20

3.3 Reflexiones finales	20
-------------------------	----

PARTE III: MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO 4. MARCO TEÓRICO 22

4.1 Reseña Histórica	25
4.2 Los Acuerdos de Basilea	26
4.3 La Banca en Guatemala	29
4.4 Reflexiones finales	30

CAPÍTULO 5. BASES LEGALES DEL ACCESO A LA INFORMACION FINANCIERA 32

5.1 Fundamentación Constitucional	33
5.2 La reforma bancaria 1924-1926	34
5.3 La reforma bancaria de 1946	35
5.4 La reforma bancaria de 2002	37
5.4.1 Ley de Libre Negociación de Divisas	37
5.4.2 Ley contra el Lavado de Dinero u otros activos	38
5.4.3 Ley Orgánica del Banco de Guatemala	39
5.4.4 Ley Monetaria	40
5.4.5 Ley de Supervisión Financiera	40
5.4.6 Ley de Bancos y Grupos Financieros	44
5.5 Reflexiones finales	46

CAPÍTULO 6. BASES TEORICAS DEL ACCESO A LA INFORMACION FINANCIERA 47

6.1 Las estructuras sociales de Bourdieu	48
6.2 El Poder según Foucault	49
6.3 El Discurso	50
6.4 Análisis crítico del discurso (ACD)	52
6.5 Reflexiones finales	54

CAPÍTULO 7. LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA 54

7.1 Los medios de comunicación masiva	57
7.1.1 La Prensa	59
7.1.2 La Radio	59
7.1.3 La Televisión	60
7.1.4 Las Redes Sociales	61
7.2 Reflexiones finales	62

PARTE IV PRESENTACIÓN DE RESULTADOS 64

CAPÍTULO 8 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS 64

8.1 Descripción del contexto	64
8.2 Caracterización del proceso de investigación	65
8.3 Alcances y límites de la investigación	65
8.4 Estrategias de investigación según el tipo paradigma investigativo y	

diseño del estudio	66
8.5 Resultados obtenidos	68
8.5.1 Resultados obtenidos, primera parte, entrevista	68
8.5.2 Análisis e interpretación primera parte, entrevista	70
8.5.3 Resultados y análisis segunda parte, anuncios prensa escrita	82
8.5.4 Cuadros de anuncios por mes por Banco	126
8.6 Interpretación de resultados obtenidos segunda parte, anuncios prensa escrita	132
8.6.1 Anuncios publicados por Banco Industrial	133
8.6.2 Anuncios publicados por Crédito Hipotecario Nacional	135
8.6.3 Anuncios publicados por Banco de los Trabajadores	136
8.6.4 Anuncios publicados por Banco Agromercantil	138
8.6.5 Anuncios publicados por Banco de América Central, BAC-Credomatic	140
8.6.6 Anuncios publicados por Banco de Desarrollo Rural	142
8.6.7 Anuncios publicados por Banco G&T Continental	144
8.6.8 Anuncios publicados por Banco Promerica	146
8.6.9 Interpretación preferencia día/semana de publicación	148
8.6.10 Interpretación preferencia medio escrito	151
8.6.11 Reflexiones finales	151
CAPÍTULO 9 PROPUESTA	152
9.1 Descripción de la propuesta	152
9.2 Reflexiones finales	154
CONCLUSIONES	155
REFERENCIAS	157
ANEXOS	
Anexo No. 1 Ficha hemerográfica	161
Anexo No. 2 Protocolo de guía de entrevista	162
Anexo No. 3 Ley de Libre negociación de divisas	163
Anexo No. 4 Ley contra el Lavado de dinero u otros activos	167
Anexo No. 5 Ley Orgánica del Banco de Guatemala	178
Anexo No. 6 Ley Monetaria	182
Anexo No. 7 Ley de supervisión financiera	184
Anexo No. 8 Ley de Banco y grupos financieros	189
ÍNDICE DE CUADROS	
Cuadro No. 1 Género	68
Cuadro No. 2 Educación (nivel)	68
Cuadro No. 3 Rango de edad	69
Cuadro No. 4 Anuncios en Prensa Escrita, junio 2018	127
Cuadro No. 5 Anuncios en Prensa Escrita, julio 2018	127
Cuadro No. 6 Anuncios en Prensa Escrita, agosto 2018	127
Cuadro No. 7 Anuncios en Prensa Escrita, septiembre 2018	128
Cuadro No. 8 Anuncios en Prensa Escrita, octubre 2018	129
Cuadro No. 9 Anuncios en Prensa Escrita, noviembre 2018	130
Cuadro No. 10 Anuncios en Prensa Escrita, diciembre 2018	131
Cuadro No. 11 Anuncios en Prensa Escrita, enero 2019	132

Cuadro No. 12	Anuncios en Prensa Escrita, febrero 2019	132
Cuadro No. 13	Anuncios en Prensa Escrita, marzo 2019	132
Cuadro No. 14	Anuncios en Prensa Escrita, Banco Industrial	133
Cuadro No. 15	Anuncios en Prensa Escrita, Crédito Hipotecario Nacional	135
Cuadro No. 16	Anuncios en Prensa Escrita, Banco de los Trabajadores	136
Cuadro No. 17	Anuncios en Prensa Escrita, Banco Agromercantil	138
Cuadro No. 18	Anuncios en Prensa Escrita, Banco BAC Credomatic	140
Cuadro No. 19	Anuncios en Prensa Escrita, Banco de Desarrollo Rural	142
Cuadro No. 20	Anuncios en Prensa Escrita, Banco G&T Continental	144
Cuadro No. 21	Anuncios en Prensa Escrita, Banco Promerica	146
Cuadro No. 22	Día de preferencia para publicidad (viernes)	148
Cuadro No. 23	Día de preferencia para publicidad (jueves)	150

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen No. 1	Anuncio Prensa Libre, Página 16, 12 junio 2018	82
Imagen No. 2	Anuncio Prensa Libre, Página 13, 05 julio 2018	84
Imagen No. 3	Anuncio Prensa Libre, Página 12, 05 julio 2018	86
Imagen No. 4	Anuncio Prensa Libre, Página 11, 12 junio 2018	88
Imagen No. 5	Anuncio Prensa Libre, Página 13, 05 agosto 2018	90
Imagen No. 6	Anuncio Prensa Libre, Página 13, 23 agosto 2018	92
Imagen No. 7	Anuncio Nuestro Diario, Página 13, 23 agosto 2018	93
Imagen No. 8	Anuncio Publinews, Página 01, 09 agosto 2018	95
Imagen No. 9	Anuncio Publinews, Página 01, 21 agosto 2018	95
Imagen No. 10	Anuncio Publinews, Página 01, 08 agosto 2018	96
Imagen No. 11	Anuncio Prensa Libre, Página 53, 20 julio 2018	98
Imagen No. 12	Anuncio El Periódico, Página 01, 09 agosto 2018	98
Imagen No. 13	Anuncio Prensa Libre, Página 11, 20 julio 2018	100
Imagen No. 14	Anuncio Prensa Libre, Página 11, 28 agosto 2018	101
Imagen No. 15	Anuncio Prensa Libre, Página Internet, 14 septiembre 2018	102
Imagen No. 16	Anuncio Publinews, Página 03, 03 julio 2018	105
Imagen No. 17	Anuncio Publinews, Página 01, 09 agosto 2018	106
Imagen No. 18	Anuncio Prensa Libre, Página 41, 17 septiembre 2018	107
Imagen No. 19	Anuncio Prensa Libre, Página 33, 16 septiembre 2018	110
Imagen No. 20	Anuncio Prensa Libre, Página Internet, 24 septiembre 2018	111
Imagen No. 21	Anuncio Prensa Libre, Página 11, 15 octubre 2018	112
Imagen No. 22	Anuncio Prensa Libre, Página 25, 20 septiembre 2018	114
Imagen No. 23	Anuncio Prensa Libre, Página Internet, 24 septiembre 2018	115
Imagen No. 24	Anuncio Prensa Libre, Página 05, 19 octubre 2018	116
Imagen No. 25	Anuncio Prensa Libre, Página 23, 19 septiembre 2018	118
Imagen No. 26	Anuncio Publinews, Página 13, 17 enero 2019	119
Imagen No. 27	Anuncio Prensa Libre, Página 01, 25 enero 2019	120
Imagen No. 28	Anuncio Prensa Libre, Página 35, 20 septiembre 2018	122
Imagen No. 29	Anuncio Prensa Libre, Página Internet, 26 noviembre 2018	123
Imagen No. 30	Anuncio Publinews, Página 30, 30 octubre 2018	124

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica No. 1	Cuestionario Pregunta No. 1	71
Gráfica No. 2	Cuestionario Pregunta No. 2	72
Gráfica No. 3	Cuestionario Pregunta No. 3	73
Gráfica No. 4	Cuestionario Pregunta No. 4	74
Gráfica No. 5	Cuestionario Pregunta No. 5	76
Gráfica No. 6	Cuestionario Pregunta No. 6	77
Gráfica No. 7	Cuestionario Pregunta No. 7	78
Gráfica No. 8	Cuestionario Pregunta No. 8	79

Resumen

En respuesta a los avances tecnológicos, la diversificación de los mercados financieros, la complejidad de los instrumentos o productos financieros, los modelos de gestión, y las tendencias internacionales surge la necesidad de revisar los acuerdos bancarios de Basilea. Se contempla como parte de los acuerdos de Basilea específicamente, el Pilar 3 de la Disciplina del Mercado.

La Disciplina del Mercado es la necesidad de contar con una política formal de divulgación de la información como norma de transparencia que permitirá a la clientela evaluar aspectos básicos en cuanto al acceso a la información en el sistema financiero para que los usuarios tomen decisiones en cuanto con quien escogen trabajar sus operaciones bancarias.

Esta investigación está orientada a determinar si los clientes tanto individuales o corporativos de las instituciones financieras tienen acceso a la información financiera de la institución donde guardan sus depósitos. Si la banca cumple con las normas de transparencia y si el mensaje de la banca a sus clientes se realiza adecuadamente, se aumenta la eficacia jurídica del derecho del consumidor a una información suficiente, veraz y oportuna.

Se aplicó el análisis crítico del discurso –ACD- por ser herramienta de análisis basada en la hermenéutica que permite entender los mensajes que las instituciones financieras le envían a su clientela. A partir de la descripción del Grupo de Poder se elaboró la respectiva interpretación de las pautas publicitarias.

Introducción

El funcionamiento adecuado del Sistema Financiero Guatemalteco requiere un arreglo de funciones e instituciones que deben estar destinadas a que dicho sistema opere con eficiencia y seguridad jurídica para los clientes.

A pesar, que el Estado de Guatemala ahora cuenta con una normativa bancaria moderna, clara, vigente y aplicable, compuesta en primer orden por la Constitución Política de la República de Guatemala, en segundo orden la Ley de Bancos y Grupos Financieros Decreto 19-2002 y leyes conexas bancarias y financieras; es hasta ahora donde se contempla como parte de los Acuerdos de Basilea, que están basados en tres pilares: Pilar 1, Requerimiento mínimo de capital; Pilar 2, Proceso de examen supervisor y específicamente el Pilar 3, la Disciplina del Mercado.

El acuerdo establece normas de transparencia y la necesidad de contar con una política formal de divulgación de la información que permitirá a los usuarios evaluar aspectos básicos tales como: a) El ámbito de aplicación; b) Las exposiciones al riesgo; c) Los procesos de evaluación del riesgo; y d) la suficiencia del capital de la institución. Este pilar se vuelve un soporte para fortalecer la seguridad y solidez del sistema bancario. El objetivo es la generalización de las buenas prácticas bancarias y su homogenización internacional. En esencia esto es el acceso a la información en el sistema financiero y la pregunta de investigación tendría que ser: ¿Cuáles son las tendencias, problemas y áreas de oportunidad de los sistemas de comunicación ante los procesos de información a la clientela?, la presente investigación estuvo concentrada en contestar esta pregunta tomando como referencia ocho bancos del sistema para establecer si se cumple o no con que el cliente esté debidamente informado por su banco y que a su vez el cuentahabiente tenga libertad para escoger su propia institución bancaria.

La Reforma Financiera aprobada en el año 2002 que incluye las siguientes leyes: Ley de libre negociación de divisas, Ley contra el lavado de dinero, Ley de Bancos y grupos financieros, Ley orgánica del Banco de Guatemala, Ley Monetaria y la Ley de Supervisión financiera; busca actualizar la reglamentación en el sector financiero a los corrientes actuales mundiales donde el acceso a la información es vital para que los usuarios de los servicios bancarios puedan tomar

libremente su decisión en cuanto al manejo de sus fondos tanto clientes individuales como clientes corporativos.

La Banca trata de enviar un mensaje a sus clientes para que estos se sientan cómodos y manejen sus fondos y operaciones, el propósito de esta investigación es determinar el tipo de mensaje enviado a la clientela a través de la prensa escrita para mantener o incrementarla, el análisis del discurso es vital para este efecto.

La investigación consta de cuatro partes dividida en nueve capítulos, la parte uno se refiere a la introducción a la investigación y consta de capítulos uno y dos que incluyen la introducción a la investigación, así como metodología y fuentes.

La parte dos se refiere a los antecedentes del estudio e incluye capítulo tres acerca de los antecedentes relacionados con la investigación.

La parte tres concierne al marco teórico y comprende los capítulos cuatro, cinco, seis y siete que comprenden el marco teórico, bases legales del acceso a la información financiera, bases teóricas del acceso a la información financiera y la comunicación estratégica.

Finalmente, la parte cuatro que es la presentación, análisis de resultados y la propuesta para hacer posible el acceso a la información de parte de la clientela bancaria.

PARTE I
Introducción

Capítulo 1

Introducción a la investigación

A través de la historia muchos hombres y mujeres han incursionado en los servicios bancarios. Sin embargo, los clientes de los servicios bancarios desconocen los servicios que se prestan, los derechos u obligaciones que están contratando; el cliente de la banca está a merced de la institución financieras que proveen los diferentes servicios.

El usuario de los servicios financieros bancarios conoce muy poco de los servicios que adquiere, toma de buena fe la información proporcionada por las instituciones financieras para realizar sus operaciones.

1.1 Planteamiento del problema

El cliente desconoce la información financiera de la institución donde coloca los fondos y no tiene la menor idea de que sucede en el banco. Al analizar lo que implica el tema surgen las siguientes cuestiones:

- a. ¿Qué tipo de documentos les dan a los clientes para que se informen?
- b. ¿Cuál es el discurso financiero en los medios impresos en los bancos?
- c. ¿Describen el estado financiero de la institución?
- d. ¿Cuáles son los temas que abordan?
- e. ¿Se informa de cuál es la estructura organizativa del banco?
- f. ¿Las temáticas abordadas van en línea con los servicios que prestan?
- g. ¿Cuál es la extensión de la información escrita que brindan los bancos?
- h. ¿Las temáticas que abordan, valora, orienta o persuade?
- i. ¿Cuál ha sido la repercusión en los discursos desarrollados en los documentos que brindan a los clientes?
- j. ¿Les informan de sus derechos y obligaciones?

Los cuestionamientos que se plantean pueden dar respuesta a las inquietudes expresadas anteriormente y por ello se toma como el problema de estudio.

1.2 Justificación

Una de las características principales del sector bancario y financiero mundialmente, es su alto grado de regulación. El fin primordial de esta regulación es el buen funcionamiento del sistema y evitar o limitar las crisis bancarias. Las diferentes regulaciones se han preocupado por la solvencia de las entidades financieras.

El acuerdo denominado Convergencia internacional de medición de capital y estándares de capital, también llamado acuerdo del Comité de Basilea (en inglés Basel Committee), es un comité de bancos centrales y supervisores reguladores de los países más industrializados del mundo que se reúne cada tres meses en el Banco Internacional de Pagos BIS (Bank for International Settlements) en Basilea, Suiza. El BIS es un banco de y para los bancos centrales. El Comité de Basilea es el banco central de los bancos centrales de todo el mundo. El Comité de Basilea fue establecido en 1974 por los gobernadores de los bancos centrales. Su sede está en la ciudad de Basilea, Suiza, en el edificio del Banco de Pagos Internacionales (BIS, acrónimo en inglés), (De Miguel, 2002).

A la fecha, los miembros del comité son: Argentina, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, China, Francia, Alemania, Hong Kong SAR, India Indonesia, Italia, Japón Corea Luxemburgo, México, Países Bajos, Rusia, Arabia Saudita, Singapur, Suráfrica, España, Suecia, Suiza, Turquía, el Reino Unido y los Estados Unidos. El comité de Basilea proporciona un foro permanente de cooperación a sus países miembros en materias de supervisión bancaria, estableciendo métodos para mejorar los sistemas de alerta temprana, la armonía en la red supervisora, el entendimiento supervisor y la calidad a nivel mundial de la supervisión bancaria. Esto se logra a través del intercambio de información sobre disposiciones supervisoras nacionales, el mejoramiento de la efectividad de las técnicas para supervisar los negocios bancarios internacionales, el establecimiento de estándares mínimos para la suficiencia de capital y la evaluación de la conveniencia de establecer estándares en otras áreas de importancia (Superintendencia de Bancos de Guatemala, 2012).

Los Acuerdos de Basilea contemplan tres Pilares: Pilar 1, Requerimiento mínimo de Capital; Pilar 2, Proceso de Examen Supervisor y el Pilar 3, La disciplina del Mercado definiéndose

así: El acuerdo establece normas de transparencia y la necesidad de contar con una política formal de divulgación de la información que permitirá a los usuarios evaluar aspectos básicos tales como: a) El ámbito de aplicación; b) Las exposiciones al riesgo; c) Los procesos de evaluación del riesgo; y d) la suficiencia del capital de la institución.

Este pilar se vuelve un soporte para fortalecer la seguridad y solidez del sistema bancario. El objetivo es la generalización de las buenas prácticas bancarias y su homogenización internacional. (De Miguel, 2002)

La presente investigación fue encaminada a encontrar respuestas al tema descrito anteriormente, puntualmente, la política formal de divulgación de la información. El principio básico de “divulgar la información” deberá permitir al cliente tomar la decisión donde quiere que le presten el servicio, sin embargo, existe en la mayoría de empresas que obligan a sus trabajadores a abrir sus cuentas con el banco de su preferencia para hacer sus transacciones.

Los usuarios, clientes, cuentahabientes tienen la libertad plena para evaluar y elegir la institución con la cual quieren manejar sus operaciones bancarias, tanto individuales como corporativos.

1.3 Delimitación

1.3.1 Delimitación teórica

Esta investigación no pretende hacer un planteamiento profundo sobre que piensan los usuarios de los servicios financieros de sus bancos, sino está enfocada a describir de forma más específica y puntual la información que los bancos proporcionan de acuerdo a sus intereses a la clientela. Partiendo de la información proporcionada a los clientes, se analizan los conceptos, categorías y leyes que tienen vinculación directa con la fundamentación teórica del tema.

1.3.2 Delimitación espacial

El estudio se enfoca geográficamente en el departamento de Guatemala en virtud de que las oficinas centrales de los bancos objetos de estudio están en la ciudad de Guatemala. El mayor

número de clientes tanto individuales como empresas están concentradas en el departamento de Guatemala.

1.3.3 Delimitación temporal

Para esta investigación se hizo la delimitación temporal del período histórico comprendido de junio 2018 a marzo de 2019. La investigación se ha centrado en los Bancos Industrial (BI), Banco de los Trabajadores (Bantrab), Banco G&T Continental, Banco de América Central (BAC), Banco de Desarrollo Rural (Banrural), Banco Agromercantil (BAM), Banco Promerica y Crédito Hipotecario Nacional (CHN). Estos bancos representan aproximadamente 68% de los activos bancarios, el análisis está enfocado en los bancos privados del país y en el único banco estatal para tener una panorámica general de toda la banca en Guatemala. Estos bancos son los que con regularidad pautan publicidad para transmitir sus mensajes a su clientela.

1.4 Viabilidad de la investigación

Es un tema vigente por el hecho que en la actualidad alto porcentaje de ciudadanos buscan las instituciones bancarias para solicitar servicios financieros y a pesar de que existe la ley de acceso a la información, las entidades se reservan información importante y a la que todo cliente tiene derecho a conocer. La investigación está dentro de los límites razonables que permiten su viabilidad.

Se cuenta con

Fuentes de información

Localización y acceso a las fuentes (instituciones, personales, medios impresos)

El tiempo para realizar el estudio

Condiciones mínimas para realizar el estudio (materiales, equipo, financieras).

1.5 Objetivos

Determinar si la política de divulgación de la información establecida en el Pilar 3 de los Acuerdos de Basilea es aplicada por la banca en Guatemala, aplica.

1.5.1 General

Visibilizar las inquietudes de la clientela de servicios bancarios en cuanto al acceso a la información en el sistema financiero.

1.5.2 Específicos

- a) Analizar los instrumentos que las instituciones bancarias tienen disponibles para informar a sus cuentahabientes de los diferentes productos que ofrecen.
- b) Describir específicamente los instrumentos que las instituciones bancarias tienen para informar a sus clientes de su situación financiera.
- c) Evaluar la opinión del cliente individual y comercial en cuanto al acceso a la información.

1.6 Hipótesis u objetivo central de discusión

Hernández, Fernández y Baptista (2010) exponen que: “El enfoque cualitativo, también se guía por áreas o temas significativos de investigación.

Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y análisis de datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes, y después, para refinarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” y no siempre la secuencia es la misma, varía de acuerdo con cada estudio en particular.”

Para la presente investigación no se construye hipótesis dado el enfoque cualitativo que prevalece, se define como cualitativa por lo tanto no aplica hipótesis.

1.7 Las preguntas de investigación

- i. ¿Cuáles son las inquietudes de la clientela de servicios bancarios en cuanto al acceso a la información en el sistema financiero?
- ii. ¿Cuáles son los instrumentos que las instituciones bancarias tienen disponibles para informar a sus cuentahabientes de los diferentes productos que ofrecen?
- iii. ¿Cuál es la opinión del cliente individual y comercial en cuanto al acceso a la información?

1.8 Reflexiones finales

La información que se traslada a la clientela determina muchas veces cuestiones ideológicas propias de cada institución financiera donde contacta clientes y bancos impulsando la dinámica mercantil y el sistema económico. La fundamentación contextual para la presente investigación es el esquema conceptual en cuanto al orden de las ideas de los temas y subtemas relacionados al acceso a la información en el sistema financiero desde un aspecto crítico y constructivo.

Capítulo 2

Metodología y Fuentes

Esta investigación estuvo centrada en el proceso de acceso a la información en el sistema financiero. Es un estudio interdisciplinario entre el aspecto económico, bancario y comunicación en cuanto al acceso a la información para los clientes de la banca.

La dimensión conceptual explica por qué de la orientación metodológica, es la orientación de la investigación. Se tiene libertad de usar métodos y se pueden usar varios siempre y cuando se complementen. La metodología comprende la planeación de los procesos para el desarrollo de la investigación.

2.1. Aspectos metodológicos

De acuerdo a (Sampieri, 2014), la investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema. Se utilizará dentro de esta investigación el enfoque cualitativo.

El enfoque cualitativo busca principalmente la “dispersión o expansión de los datos” e información, mientras que el enfoque cuantitativo pretende “acotar” intencionalmente la información. La planificación es condición *sine qua non* para el desarrollo de la investigación

2.1.1 Tipo de investigación

La investigación científica es, en esencia, como cualquier tipo de investigación, solo que más rigurosa, organizada y se lleva a cabo cuidadosamente, de acuerdo a Hernández (Sampieri, 2014, pág. XXIV), tal clase de investigación cumple dos propósitos fundamentales: a) producir conocimiento y teorías (investigación básica) y b) resolver problemas (investigación aplicada).

La línea de investigación se desarrolló dentro de la metodología cuantitativa por cuanto no se fundamenta en cantidades sino entender y clarificar situaciones dentro del proceso de acceso a la información en el sistema financiero de Guatemala.

Se aplicó el método científico como menciona (Tamayo, 2003) "La investigación es un proceso que, mediante la aplicación del método científico, procura obtener información relevante y fidedigna, para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento.

El proceso de la investigación en cuanto a su alcance será exploratorio descriptivo como lo plantea Hernández (Sampieri, 2014) indica que los estudios exploratorios tienen como objetivo esencial familiarizarnos con un tema desconocido o poco estudiado o novedoso. Los estudios descriptivos son útiles para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. Se pretende determinar si una causa provoca o no un efecto en el acceso a la información en el sistema financiero de Guatemala.

De acuerdo a (Casilimas, 1996), para que los enfoques o modalidades antes citados obtengan resultados con carácter científico, se utilizaran técnicas como: entrevistas, conversaciones y observación no participante. Los instrumentos a utilizar será la guía de entrevista y el análisis de los anuncios de las instituciones bancarias.

2.1.2 Paradigma de investigación utilizado

El paradigma es cómo se ve la realidad social. La investigación social, tal como lo señala Sandoval Casilimas, asume, por medio de enfoques cuantitativos y cualitativos, que el enfoque cuantitativo, hace una lectura de la realidad analítica, mientras que lo cualitativo hace una lectura holística, en cuanto a las observaciones los cuantitativo lo hace por medio de experimentos, mientras que lo cualitativo por medio de observaciones, naturalistas.

La investigación propone evidenciar la verdad tras el mensaje que las instituciones financieras envían a su clientela a través de la prensa escrita.

2.2. Métodos empleados

Los métodos de análisis utilizados en la investigación son:

- a) Hemerografía: este método científico permitió analizar las publicaciones realizadas por los bancos del sistema mencionados el objeto fue recolectar las características más resaltantes de sus publicaciones, examinar, estudiar el mensaje que se quiere transmitir a los usuarios de los servicios bancarios.
- b) Hemerocrítica: este método fue utilizado para entender el espíritu y la esencia de los mensajes publicitarios de los bancos del sistema para poder dimensionar el fondo de los mismos.
- c) Análisis crítico del discurso, la investigación se propuso ahondar en los temas de conveniencia de la información a los clientes, donde el enfoque cualitativo explica la realidad social y el análisis crítico del discurso se basa en la vinculación del enfoque obtenido a través del poder de la institución financiera.

2.3. Pasos que siguió el diseño de la investigación

La investigación se llevó a cabo en dos etapas. La primera la recopilación de las distintas publicaciones de prensa de los ocho bancos del sistema para analizar sus mensajes de información a la clientela en general. La segunda parte fue la realización de entrevistas a usuarios del sistema para determinar su percepción del acceso a la información en el sistema financiero guatemalteco.

a) Selección del contexto

El estudio se enfocó geográficamente en el departamento de Guatemala en virtud de que las oficinas centrales de los bancos están en la ciudad de Guatemala. El mayor número de clientes tanto individuales como empresas están concentradas en el departamento de Guatemala.

b) Ámbito personal

El planteamiento del estudio está dentro de los límites razonables que permiten la viabilidad de la investigación dentro del ámbito personal. Los temas de investigación se abordaron con profundidad y los aportes pueden ser de mucho beneficio para establecer si se cumple el Pilar 3, que es la Disciplina del mercado, en cuanto a la divulgación de la información para los cuentahabientes.

c) Ámbito temporal

Para esta investigación se hizo la delimitación temporal del período histórico comprendido de enero 2018 a marzo de 2019. La unidad de análisis a utilizar para este estudio será las entrevistas a diferentes usuarios tanto individuales como empresariales. Así como, las publicaciones que tengan las instituciones financieras o el órgano superior, la Superintendencia de Bancos.

2.4. Los sujetos del estudio

En cuanto al Universo, Las entrevistas cualitativas requieren de un diseño flexible de la investigación. Ni el número ni el tipo de informantes se especifica de antemano. Es decir, es difícil determinar cuántas personas se debe de entrevistar en un estudio cualitativo, no existe un número ideal. (Bogdan, 1987). Basado en lo anterior, Los entrevistados será un numero de noventa clientes del sistema bancario nacional.

La investigación para efectos de llevar a cabo el análisis de contenido y el análisis del discurso, se centrará en los Bancos Industrial (BI), Banco de Desarrollo Rural (Banrural), Banco de los Trabajadores (Bantrab), Banco G&T Continental, Banco de América Central (BAC), Banco

Agromercantil (BAM), Banco Promerica y Crédito Hipotecario Nacional (CHN). Estos bancos representan aproximadamente un 67% de los activos bancarios, el análisis estará enfocado en los dos bancos privados más grandes del país y en el único banco estatal para tener una panorámica general de toda la banca en Guatemala. En los últimos años, desde 2011, los activos de los bancos del sistema han aumentado en un 51%, de igual manera ha crecido el capital en un 50% (Prensa Libre, 2016, Pag 56).

2.5. Las técnicas empleadas

Se basa esta investigación en el enfoque cualitativo de la impresión del usuario de los servicios bancarios del acceso a la información. El estudio se fundamenta en entender el mensaje que la banca envía a sus clientes.

a) Análisis documental

Se elaboró una revisión del material disponible impreso por las instituciones financieras mencionadas relativo a dar acceso a la información a sus clientes.

b) Análisis del discurso

Se pretende entender cuál es el verdadero mensaje que según Van Dijk (Dijk, 1999) se traslada a los usuarios del sistema financiero.

c) Toma de opiniones

Se llevaron a cabo entrevistas, Los entrevistados serán de las instituciones bancarias mencionadas.

2.6. Los instrumentos

- a) Entrevista la entrevista cualitativa es, en esencia, un encuentro verbal de carácter interactivo entre dos personas, su objetivo el acceso a las perspectivas del entrevistado en torno a algún tema seleccionado por el entrevistador. (Bogdan, 1987).

La investigación utilizó la entrevista para recabar mayor información en cuanto a la percepción de los clientes del acceso a la información en el sistema financiero nacional. Se aplicarán los procesos lógicos de análisis y síntesis.

- b) Matrices para el análisis de contenido y análisis crítico del discurso

Estas matrices se apoyan en la metodología hermenéutica, interpretando lo que las comunicaciones escritas de las instituciones financieras trasladan a sus usuarios.

- c) Fichas hemerográficas para el análisis documental de las publicaciones de las instituciones bancarias y financieras en los periódicos de la ciudad capital de Guatemala. La ficha es una anotación que contiene la información más importante del anuncio de periódico de los bancos del sistema.

- d) Fichas hemerocríticas es la esencia crítica de los textos publicados por los bancos del sistema. El fin es analizar esta información de forma detallada para entender el mensaje que se ha enviado a la clientela bancaria.

2.6.1. Las variables o descriptores

“La gestación del diseño del estudio representa el punto donde se conectan las etapas conceptuales del proceso de investigación como el planteamiento del problema, el desarrollo de la perspectiva teórica y la hipótesis con las fases subsecuentes cuyo carácter es más operativo” (Sampieri, 2014)

El diseño de investigación seleccionado es no experimental, transeccional con la característica de recolección de datos en un momento de tipo exploratorio. En virtud de que el tema planteado “El acceso a la información en el sistema financiero” es poco conocido y probablemente será en cuanto al nivel de medición, variables cuantitativas y cualitativas. En cuanto a la función del preámbulo de futuras investigaciones en este sentido.

2.6.2. Los indicadores

A partir de la conformación de la población objeto de estudio, los indicadores se seleccionan y combinan de manera que representen la propiedad latente que el concepto representa en condiciones de validez y fiabilidad (Sampieri, 2014).

El gran reto es medir las ideas y los mensajes de la banca hacia sus clientes, estos son elementos que nos permiten observar y medir la realidad. En la presente investigación se aplicaron la interpretación de los mensajes publicitarios de los bancos del sistema fundamentados en los teóricos de la comunicación.

2.6.3. La medición cuantitativa o cualitativa de los indicadores

La línea de investigación se desarrollará dentro de la metodología cualitativa por cuanto no se fundamenta en cantidades sino más bien en entender, clarificar situaciones dentro del proceso de acceso a la información en el sistema financiero de Guatemala.

El método de investigación seleccionado se justifica porque la investigación es de naturaleza cualitativa, conforme se obtienen y analizan datos los planteamientos cualitativos están enfocados en profundizar en los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes.

Menciona Hernández (Sampieri, 2014) que el enfoque cualitativo “busca principalmente la dispersión o expansión de los datos de información. El estudio cualitativo se fundamenta primordialmente en sí mismo”. Sabemos dónde comenzamos, pero no dónde habremos de

terminar. Entramos con convicción, pero sin un mapa detallado, preciso. Y de algo tenemos certeza: debemos mantener la mente abierta y estar preparados para improvisar.

Esta investigación nos ha conducido al acceso a la información en el sistema financiero desde el punto de vista del cliente individual y comercial, así como el análisis de las pautas publicitarias de los bancos del sistema.

2.7. El análisis estadístico o cualitativo

Tanto el enfoque cuantitativo, como el cualitativo, como expone (Hernández, Fernández y Baptista, 2006), son fructíferos en cuanto a resultados; no obstante, para esta investigación se utilizó un enfoque cualitativo y método inductivo, en el que más que revisar las teorías sobre ciertos factores, se observa, entrevista y no resulta indispensable obtener una muestra representativa, ni generalizar resultados, puesto que obtiene detalles y experiencias únicas.

Se pretende captar el sentir de la clientela bancaria en cuanto al acceso a la información en el sistema financiero nacional. Así como el mensaje que la banca envía a sus clientes a través de las pautas publicitarias.

2.8. Caracterización de las unidades de análisis

La unidad de análisis para este estudio serán las entrevistas a diferentes usuarios tanto individuales como empresariales. Así como, las publicaciones, anuncios de prensa que tengan las instituciones financieras o el órgano fiscalizador, Superintendencia de Bancos de Guatemala.

Se ha tomado como unidad de análisis los anuncios de los bancos del sistema mencionados en los periódicos locales para interpretar el mensaje enviado.

Los atributos tomados en cuenta han sido

- a) Bancos que hacen publicidad.
- b) Recopilación de:
 - a. Banco
 - b. Fecha de publicación

- c. Periódico
 - d. Página donde publicó.
- c) Mensaje enviado.

2.9 Las fuentes de información

Se basa esta investigación en el enfoque cualitativo de la sensación del usuario de los servicios bancarios del acceso a la información. En el presente trabajo se entiende como contexto, el espacio y el tiempo. El estudio al momento de tener que tipificarlo, cabe dentro de la metodología cualitativa por cuanto no se fundamenta en cantidades sino en dimensionar y entender el sentir de la clientela bancaria en cuanto al acceso a la información en el sistema financiero de Guatemala.

2.9.1. Fuentes primarias

En el desarrollo de esta investigación utilizamos fuentes primarias de información como: libros, periódicos, documentos oficiales de las instituciones objeto de la investigación y normativa en general.

Para concretizar las ideas que permitieron enfocar una propuesta con relación a la efectividad de las normas evaluativas se consideran necesarios los siguientes puntos como desarrollo teórico

- a. Constitución Política de la República de Guatemala
- b. Acuerdos de Basilea
- c. Ley orgánica del banco de Guatemala
- d. Estructura del sistema financiero
- e. Ley de bancos y grupos financieros
- f. Ley de acceso a la información
- g. La ley de supervisión financiera
- h. Análisis de contenido de Berelson
- i. Análisis del discurso de Van Dijk
- j. La teoría del poder Foucault

2.9.2. Fuentes secundarias

También se utilizarán fuentes secundarias como información organizada, elaborada producto de análisis o reorganización de las fuentes primarias.

2.9.10 Reflexiones finales

El método de investigación seleccionado se justifica porque la investigación fue de naturaleza cualitativa, los planteamientos cualitativos están enfocados en profundizar en los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes.

Indica (Casilimas, 1996) por esta vía emerge, entonces, la necesidad de ocuparse de problemas como la libertad, la moralidad y la significación de las acciones humanas, dentro de un proceso de construcción socio-cultural e histórico, cuya comprensión es clave para acceder a un conocimiento pertinente y válido de lo humano.

La investigación cualitativa indica desde el punto de partida que hay una realidad que descubrir, construir e interpretar, la realidad es la mente. Existen varias realidades subjetivas construidas en la investigación, las cuales varían en su forma y contenido entre individuos, grupos o culturas. Por esta razón es parte de la premisa de que el mundo social es relativo y solo puede ser entendido desde el punto de vista de los actores estudiados.

El método cualitativo admite subjetividad. La realidad si cambia por las observaciones y recolecciones de datos. Es abierto, flexible, construido durante el trabajo de campo y al final los reportes utilizan un tono personal y emotivo; prevalece la parte humana fruto de inspiración y motivación.

Sampieri cita a Creswell, “Durante décadas, las aproximaciones cuantitativa y cualitativa fueron vistas como una dicotomía (en el sentido de la “rivalidad”) al emprender una investigación (como “blanco y negro”), pero hoy en día la mayoría de los metodólogos las consideran como extremos en un continuo en el cual se puede situar cualquier estudio

(Sampieri, 2014). El mundo no es nada más en blanco y negro, sino que abarca una amplísima gama de colores.

El investigador debe poner mucha atención en la obtención de la información, ya que está enfocado a la parte humana de los individuos o grupos que investiga.

En relación a la parte flexible, abierta de la investigación; el investigador está inmerso en la misma pudiendo presentar una parte personal y subjetiva de la misma. La parte flexible hace sumamente interesante la investigación en cuanto a establecer si la clientela del sistema financiero tiene acceso o no a la información.

PARTE II

Antecedentes del estudio

Capítulo 3

Antecedentes relacionados con la investigación

La dimensión conceptual explica por qué de la orientación metodológica, es la orientación de la investigación. Se tiene libertad de usar métodos y se pueden usar varios siempre y cuando se complementen. La metodología comprende la planeación de los procesos para el desarrollo de la investigación.

3.1 Surgimiento del Problema y su evolución

De acuerdo a (Sampieri, 2014), la investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema.

Como se menciona en la definición y surgimiento del problema, A través de la historia muchos hombres y mujeres han incursionado en los servicios bancarios. Sin embargo, desconocen los servicios que se prestan, los derechos u obligaciones que están contratando, están a merced de las instituciones financieras que proveen los diferentes servicios. El usuario de los servicios financieros conoce muy poco de los servicios que adquiere.

El Estado garantiza la formación de capital y el desarrollo como bien jurídico tutelado. La reforma financiera del 2002 actualiza el conjunto de leyes bancarias de 1945 y las adecua a las tendencias actuales y a la globalización. La banca guatemalteca ha incursionado en el proceso de implementar los Acuerdos de Basilea y por ello, la forma tradicional de otorgar servicios bancarios ha dado un giro sustancial, hacia una forma de análisis integral, en el cual se evalúan otros riesgos, como el riesgo de mercado y el riesgo soberano. El papel del ente supervisor de Guatemala, siendo este la Superintendencia de Bancos, también ha cambiado, de ser un sujeto reactivo ha pasado a tener un papel proactivo, orientando hacia las tendencias actuales del manejo integral de riesgos realizado por la banca.

Este estudio pretendió interpretar las inquietudes de la clientela de servicios bancarios en cuanto al acceso a la información en el sistema financiero. La percepción de los usuarios en cuanto al mensaje que se traslada de parte de la institución financiera y cómo pretende estar presente para seguir contando con la fidelidad de los cuentahabientes.

3.2 Breve semblanza del estado del arte

Hernández (2010) expresa que el estado del arte; consiste en detectar, consultar y obtener la bibliografía y otros materiales útiles para los propósitos del estudio, de los cuales se extrae y recopila información relevante y necesaria para el problema de investigación.

Se han consultado una serie de libros, publicaciones y revistas en relación al tema de “Acceso a la información en el sistema financiero” de materias: económicas, comunicación, estadística, sociología, banca, investigación y otros para tener un enfoque completo del problema. Se analizó las publicaciones que las instituciones financieras hacen para mandar su mensaje interpretando el fondo de su discurso. Asimismo, se comentó sobre el rol que hace el ente supervisor, la Superintendencia de Bancos de Guatemala para verificar si cumple con el principio de transparencia estipulado en los Acuerdos de Basilea.

Fue objeto de análisis las leyes vigentes aprobadas en la reforma financiera del 2002, donde se enfocan en garantizar una banca moderna donde el cliente tiene acceso a la información y puede tomar mejores decisiones en cuanto a donde coloca sus inversiones o la confianza de seleccionar determinado banco para sus operaciones.

3.3 Reflexiones finales

El estado del arte que se presenta avala la investigación en su originalidad, novedosa en su contenido, de carácter pertinente e inédita, dado el enfoque de este estudio. La investigación ha sido exhaustiva en el sistema financiero, consultando bibliografía al respecto buscando la esencia del mensaje a transmitir por parte de la banca en cuanto al acceso a la información a sus clientes.

Se espera contribuir con el principio de acceso a la información en el sistema financiero como parte de los pilares de Basilea para la transparencia de la información.

PARTE III
Marco Teórico

Capítulo 4

Marco teórico

...La tipología se refiere al alcance que puede tener una investigación científica. La tipología considera cuatro clases de investigaciones; exploratorias, descriptivas, correlacionales y explicativas. En el capítulo se discute la naturaleza y el propósito de estos tipos de estudio. (Sampieri, 2014).

Este capítulo forma parte del análisis de los fundamentos teóricos que sustenta esta investigación del acceso a la información en el sistema financiero en Guatemala.

La línea de investigación se desarrolló dentro de la metodología cualitativa por cuanto no se fundamenta en cantidades sino más bien en entender, clarificar atributos y situaciones. La línea de investigación es Comunicación y proceso de acceso a la información en el sistema financiero. Es un estudio interdisciplinario entre el aspecto económico, bancario y comunicación en cuanto al acceso a la información para los clientes individuales y comerciales de la banca.

A través de la historia muchos hombres y mujeres han incursionado en los servicios bancarios. Sin embargo, desconocen los servicios que se prestan, los derechos u obligaciones que están contratando, están a merced de las instituciones financieras que proveen los diferentes servicios. El usuario de los servicios financieros conoce muy poco de los servicios que adquiere. El cliente desconoce la información financiera de la institución donde coloca los fondos y no tiene la menor idea de que sucede en el banco. Al pensar y analizar lo que implica el tema surgen las siguientes cuestiones:

- a. ¿Se tiene acceso a la información en el sistema financiero?
- b. ¿Qué tipo de documentos les dan a los clientes para que se informen?
- c. ¿Cuál es el discurso financiero en los medios impresos en los bancos?
- d. ¿Describen el estado financiero de la institución?
- e. ¿Cuáles son los temas que abordan?

- f. ¿Se informa de cuál es la estructura organizativa del banco?
- g. ¿Las temáticas abordadas van en línea con los servicios que prestan?
- h. ¿Cuál es la extensión de la información escrita que brindan los bancos?
- i. ¿Las temáticas que abordan, valora, orienta o persuade?
- j. ¿Les informan de sus derechos y obligaciones?

Los cuestionamientos que se plantean pueden dar respuesta a las inquietudes expresadas anteriormente y por ello se toma como el problema de estudio.

En el mundo existen dos mercados: El mercado de dinero que es el que maneja la banca y el mercado de capitales que es manejado por la bolsa de valores a través de la emisión de bonos y acciones. De acuerdo a lo expuesto por Maurice de Levi, Los vínculos entre los mercados de dinero y de capitales se han vuelto tan estrechos que han vuelto inútil concentrarse sobre cualquier parte en forma individual. (Levi, 1997).

En los mercados desarrollados aproximadamente dos tercios de las operaciones son canalizadas en la bolsa de valores de los respectivos países; en el caso de Guatemala dado el poco desarrollo de los mercados de capital se estima que el noventa y ocho por ciento de las operaciones son trasladadas a los bancos del sistema. Esta es la importancia del acceso a la información financiera en Guatemala ya que la mayor parte de nuestras operaciones pasan por la banca nacional, como esta se comunica y maneja a su clientela tanto individual como corporativa.

Es por ello, que resulta interesante el estudio del acceso a la información en el sistema financiero en lo referente a la pregunta de investigación planteada: ¿Se tiene acceso a la información en el sistema financiero? Y cómo después de la modernización financiera hemos tenido dos procesos de quiebra de Instituciones Financieras (Banco del Café y Banco de Comercio), los cuales han tenido repercusiones económico-jurídicas para una considerable parte de la población de Guatemala y dado su impacto en materia económica y legal, dicho fenómeno debe ser analizado. En cuanto al objetivo general planteado: Analizar el acceso a la información financiera en la banca guatemalteca; se analiza su evolución antes y después de la reforma financiera del año 2002. De igual manera los objetivos específicos tienen como propósito:

Analizar los instrumentos que las instituciones bancarias tienen disponibles para informar a sus cuentahabientes de los diferentes productos que ofrecen; se profundiza en la dinámica actual de descripción de los instrumentos que las instituciones bancarias tienen para informar a sus clientes de su situación financiera, así como la función supervisora por parte del órgano fiscalizador, la Superintendencia de Bancos de Guatemala. De la misma forma, analiza el segundo objetivo específico: Determinar la opinión de los clientes en cuanto al acceso a la información, el sentir y la realidad de los clientes del sistema financiero.

El análisis del acceso a la información en el sistema financiero en Guatemala, producto de los acuerdos del Comité Basilea, requiere un arreglo de funciones e instituciones que deben estar destinadas a que dicho sistema opere con eficiencia y seguridad jurídica, para garantía de los tomadores de crédito; el mismo es de conveniencia e importancia dada la crisis financiera mundial del año 2009 y sus consecuencias mundiales.

Los estudiantes deben contar con preparación respecto al pensamiento económico, pues el Derecho se nutre de los glóbulos rojos del proceso económico. La historia del pensamiento económico, debe ser tomada por el estudiante de Derecho, como un instrumento para el análisis, con el fin de desentrañar el pasado, comprender mejor el presente y anticipar el futuro. El estudio de las materias económicas principalmente del pensamiento económico, puede verse desde dos métodos, el normativo y el positivo, lo que debe ser y lo que es, las doctrinas y teorías económicas y sociales y el derecho creado por ellas; teniendo en cuenta que se trata de promover el uso óptimo de los recursos para bien común. Si nos colocamos en la óptica negativa del estudio de las instituciones jurídicas, sin conocer los factores sociológicos y económicos que las generan, se entregaría para la preparación profesional, el esqueleto de una estructura normativa ajena al acontecer social rígida, dogmática, sin alma, y se presentaría al Derecho como una disciplina mecánica e inevitable, contrario radicalmente a su verdadera esencia humanista. (Couto, 1981).

Se considera de capital importancia la relación entre las ciencias de economía, comunicación y derecho, actuando de la mano como parte del desarrollo de las naciones, no se puede pensar en el Derecho sin el aporte que da la economía y a la comunicación.

Cabe en este sentido, afirmar que la ciencia económica es apolítica o no política, si bien constituye la base de partida de la política en general y de cualquier efectiva actuación pública.

Menciona Ludwig Von Mises, La economía se abstiene de efectuar juicios de valor, por referirse invariablemente a los medios, nunca los fines últimos perseguidos. (Mises Von, 1980).

Este estudio pretende visibilizar las inquietudes de la clientela de servicios bancarios en cuanto a acceso a la información en el sistema financiero. Las operaciones de la banca están basadas en la confianza, los usuarios de los servicios financieros tanto individuales como empresas necesitan colocar sus fondos en la banca producto de sus actividades que generan ingresos; en el caso de los individuales sus salarios o actividades generadoras de ingresos y en el caso de las empresas, el producto de sus ventas.

4.1 Reseña histórica

Esta investigación es relevante para evidenciar las inquietudes de los usuarios de servicios bancarios y su necesidad de poder acceder la información que conlleva los diferentes servicios que contrata, así como también la información relativa a la situación financiera de la institución donde está colocando sus fondos para tomar decisiones conscientes en cuanto a la confianza que es el pilar de todo el aspecto mercantil. Nuestro Código de Comercio, (Código de Comercio, 2010) indica en su artículo 669: Principios filosóficos. Las obligaciones y contratos mercantiles se interpretarán, ejecutarán y cumplirán de conformidad con los principios de verdad sabida y buena fe guardada, a manera de conservar y proteger las rectas y honorables intenciones y deseos de los contratantes, sin limitar con interpretación arbitraria sus efectos naturales. Se parte del principio de confianza, buena fe entre las partes; en este caso los bancos del sistema y sus clientes tanto individuales como corporativos.

El Estado garantiza la formación de capital y el desarrollo como bien jurídico tutelado. La reforma financiera del año dos mil dos actualiza el conjunto de leyes bancarias de mil novecientos cuarenta y cinco; las adecua a las tendencias actuales y a la globalización. La banca guatemalteca ha incursionado en el proceso de implementar los Acuerdos de Basilea y por ello, la forma tradicional de otorgar servicios bancarios ha dado un giro sustancial, hacia una forma de análisis integral, en el cual se evalúan otros riesgos, como el riesgo de mercado y el riesgo soberano. El papel del ente supervisor de Guatemala, siendo este la Superintendencia de Bancos, también ha cambiado, de ser un sujeto reactivo ha pasado a tener un papel proactivo, orientando hacia las tendencias actuales del manejo integral de riesgos realizado por la banca.

4.2 Los Acuerdos de Basilea

El proceso de modernización financiera mundialmente da inicio con el Acuerdo de Capitales de Basilea (Basilea I) pronunciado en mil novecientos ochenta y ocho, que entra en vigencia en mil novecientos noventa y dos. Basilea I surge como una exigencia de los países industrializados para aumentar la solvencia de los sistemas financieros. Su éxito se debió a la simplicidad de su aplicación ya que permitió uniformar criterios en una industria que internacionalmente se manejaba con criterios muy diferentes. El comité estableció que la meta del coeficiente estándar de capital de activos de riesgos ponderados debe ser ocho por ciento. El capital primario o principal deberá ser por lo menos del cuatro por ciento.

Entre los problemas más relevante que presenta Basilea I, es que su propia simplicidad, no permite una adecuada identificación de verdaderos riesgos. Sin embargo, en la década de 1990 se dan avances notables en la medición, evaluación y gestión de riesgos que no estaban contemplados en el acuerdo original (Ayala, Análisis del Fondo de Protección del Ahorro en Guatemala, 2010).

El reconocimiento de esta situación sumando a los modelos y tendencias internacionales en materia de riesgos y gobierno corporativo, han sido los motivadores del Nuevo Acuerdo de Basilea (Basilea II).

Este comité tiene su sede en la ciudad suiza del mismo nombre. El comité de Basilea es conocido también como “El Banco Central de los Bancos Centrales” porque está integrado por los representantes de los Bancos Centrales de los países miembros. Debe aclararse que Basilea emite recomendaciones que orientan, pero no son de carácter obligatorio para los supervisores bancarios de cada país. Guatemala se adhiere a las recomendaciones de Basilea por medio de la Superintendencia de Bancos y el Banco de Guatemala.

Entre los objetivos que persigue Basilea II, están a) Perfeccionar el acuerdo anterior b) Promover la salud y seguridad de los sistemas financieros c) Fomentar la competencia en igualdad de condiciones d) Definir capitales mínimos regulados en base a criterios más sensibles de riesgo e) Mejorar la eficiencia de los procesos bancarios, f) Mejorar la supervisión

bancaria y g) la transparencia de la información. En resumen, sus fines son poner más énfasis en la gestión de riesgo, fomentar mejoras continuas para mejorar, evaluar los riesgos y el último objetivo es la base de la presente investigación, la transparencia de la información que hemos denominado como el acceso a la información en el sistema financiero.

Para lograr estos tres objetivos, Basilea II se basa en tres pilares

Pilar I Requerimiento Mínimo de Capital

Persigue un adecuado gerenciamiento de riesgo por parte de las entidades bancarias, fomentando el desarrollo de modelos de gestión de riesgos. Mediante el establecimiento de un capital, mínimo de ocho por ciento o más y un requerimiento de capital por cada uno de los riesgos siguientes crédito, mercado y operación se busca entender mejor el negocio del cliente tanto de operaciones activas como pasivas y lograr un adecuado balance de riesgo-retorno.

Pilar II Proceso de Examen Supervisor

Los órganos supervisores están capacitados para incrementar el nivel de prudencia exigido a los bancos bajo su jurisdicción. Además, se exige que la alta dirección del banco se involucre activamente en el control de riesgos y en la planificación futura de necesidades de capital. Se busca un diálogo activo entre los bancos y los supervisores. Esta autoevaluación de las necesidades de capital debe ser discutida entre la alta dirección bancaria y el supervisor.

Pilar III Disciplina de Mercado

El acuerdo establece normas de transparencia y la necesidad de contar con una política formal de divulgación de la información que permitirá a los usuarios evaluar aspectos básicos tales como a) El ámbito de aplicación b) Las exposiciones al riesgo c) Los procesos de evaluación del riesgo; y d) la suficiencia del capital de la institución. Este pilar se vuelve una palanca para fortalecer la seguridad y solidez del sistema bancario. El objetivo es la generalización de las buenas prácticas bancarias y su homogenización internacional.

La Disciplina del Mercado es la esencia de la presente investigación, los clientes individuales y corporativos tienen acceso a estas normas de transparencia que establece Basilea II y si se

cuenta con una política formal de divulgación de la información para que los clientes se sientan cómodos con su banco.

En cuanto a Basilea III, la crisis financiera mundial ha puesto al descubierto debilidades de regulación y de supervisión prudenciales. Basilea III es un conjunto integral de reformas elaborado por el Comité de Supervisión Bancaria de Basilea, en respuesta a la crisis financiera. Su objetivo es fortalecer, la regulación, supervisión y gestión de riesgos del sector bancario (Ayala, Evolución Histórica del Riesgo de Crédito en la Banca Guatemalteca, 2012).

Estas medidas persiguen

- a) Mejorar la capacidad del sector bancario para afrontar perturbaciones ocasionadas por tensiones financieras o económicas de cualquier tipo.
- b) Mejorar la gestión de riesgos y el buen gobierno de los bancos.
- c) Reforzar la transparencia y la divulgación de información de los bancos.

Se trata de penalizar el crédito de alto riesgo, especulativo, desincentivar la inyección indiscriminada de liquidez; todo esto para que el crédito no crezca más que el Producto Interno Bruto y sobretodo la cartera morosa. Se indica que, si los bancos quieren especular, o apoyar la especulación de otros, por qué no permitirselos, deben hacerlo con su propio dinero no con el dinero de terceros (los depositantes).

Las reformas están dirigidas a

- a) La regulación de los bancos a título individual (dimensión micro prudencial), para aumentar la capacidad de reacción de cada institución en períodos de tensión.
- b) Los riesgos sistémicos (dimensión macro prudencial) que puedan acumularse en el sector bancario en su conjunto, así como la amplificación pro cíclica de dichos riesgos a lo largo del tiempo.

Basilea III no sustituye los marcos anteriores (Basilea I y Basilea II), sino los complementa con un conjunto integral de medidas e introduce algunos conceptos macro prudenciales como lo es la disciplina del mercado motivo de investigación de esta tesis que trata de investigar el acceso a la información en el sistema financiero de Guatemala.

4.3 La Banca en Guatemala

En Guatemala cita Daniel Ramírez, La actividad principal de los bancos, consiste en ser intermediarios financieros en el proceso de captación de recursos de capital, por medio de los depósitos del público, y de colocación o transferencia de dichos recursos, a los sectores productivos por medio del otorgamiento de créditos en sus distintas modalidades. (Ramírez, 2010).

La banca como define el maestro Ramírez es el proceso de intermediación financiera, captar depósitos y colocar créditos, esta es la esencia de la banca en todas partes del mundo. Sergio Rodríguez define el sistema bancario de la siguiente manera “conjunto de autoridades, entidades e instituciones que señalan las normas, realizan y controlan la intermediación en el crédito “. (Rodríguez, 2002, pág. 33). Nos señala en forma general los elementos a nivel general que tenemos que considerar en cuanto a la forma organizacional del sistema bancario en Guatemala.

Junta Monetaria

Guatemala está organizada bajo el sistema de banca central y este sistema es dirigido por la Junta Monetaria, asimismo, ejerce la dirección del Banco de Guatemala. Es la entidad superior en materia bancaria en nuestro país y por tanto la que dicta la política monetaria, cambiaria y crediticia del país, vela por la liquidez y solvencia del sistema bancario nacional y asegura la estabilidad y el fortalecimiento del ahorro nacional. Esta responsabilidad es otorgada por mandato Constitucional.

Banco de Guatemala

Esta entidad depende de la Junta Monetaria, goza de autonomía, tiene patrimonio propio y se rige por su Ley Orgánica y la Ley Monetaria. El banco de Guatemala tiene como objeto fundamental, la creación y mantenimiento de las condiciones más favorables al desarrollo ordenado de la economía nacional, promoviendo la estabilidad general de precios.

Los Bancos Privados

A diferencia de El Crédito Hipotecario Nacional de Guatemala, los bancos privados que operan en nuestro país, están constituidos como Sociedades Anónimas y por lo tanto su capital está dividido y representado en acciones nominativas.

Son de gran importancia para el desarrollo económico y social de nuestro país, en virtud de que a través de su actividad de intermediación financiera que consiste en captar recursos de los ahorrantes para canalizarlos a los diversos sectores productivos de nuestro país por medio de operaciones de crédito en sus distintas modalidades generan fuentes de trabajo y de inversión. (Ramírez, 2010).

Actualmente, en nuestro país operan diez y ocho bancos privados y el Crédito Hipotecario Nacional de Guatemala como banco del Estado, que se rige por su ley de creación y supletoriamente las leyes ordinarias y resoluciones de la Junta Monetaria.

Los Grupos Financieros

“Los Grupos Financieros esta conformados por Sociedades Anónimas de objeto social de contenido financiero (Bancos, Aseguradoras, Almacenes Generales de Depósitos y otras) que, en virtud de realizar cada una operación diferente, pero complementarias entre sí, se agrupan alrededor de una Sociedad Controladora y tendrá como objeto social exclusivo, la dirección, administración, control y representación de las demás sociedades del grupo que conforme”. (Ramírez, 2010, pág. 64).

4.4 Reflexiones Finales

Cabe hacer notar que todas las empresas de un grupo financiero están sujetas al régimen de control y vigilancia de la Superintendencia de Bancos de Guatemala. Para constituirse en un grupo financiero debe tener como mínimo dos empresas de las cuales uno tiene que ser un banco. Los integrantes del grupo financiero pueden usar denominaciones iguales que los identifiquen añadiendo la denominación grupo financiero.

El rol de la banca en los países es de vital importancia ya que conlleva el manejo del mercado de dinero, la intermediación financiera que es básicamente captar depósitos y otorgar créditos. Esta actividad es relevante para el desarrollo económico y social de los países porque en virtud del ahorro de las personas se permiten hacer los préstamos que llevan a desarrollar la cadena productiva, comercial, industrial trayendo el consecuente desarrollo y bienestar de la población.

Como cualquier actividad que se lleva a cabo actualmente la banca se va adaptando a los requerimientos que le impone la sociedad y el diario acontecer, esta es la razón de la promulgación de los Acuerdos de Basilea para estandarizar mundialmente la gestión bancaria.

Capítulo 5

Bases Legales del acceso a la información financiera

Este capítulo forma parte del análisis de las bases legales que sustenta esta investigación del acceso a la información en el sistema financiero en Guatemala.

“Las entidades bancarias juegan un papel importante en el desarrollo de las economías mundiales, como un sistema dinámico requiere una certeza jurídica, demanda profesionales calificados que respondan a las circunstancias económicas y necesidades actuales de los Estados” (Ramírez, 2010, pág. XV)

Es por ello que resulta interesante el estudio del acceso a la información en el sistema financiero en lo referente a la evolución de las leyes que aplican al sector bancario donde forman parte importante del desarrollo de las economías mundiales demandando un alto grado de especialización para la conducción de sus actividades. Las actividades bancarias necesariamente tienen que ver con el proceso de desarrollo económico social, sustentado en la creación legal de riqueza y el aprovechamiento eficiente de las ventajas competitivas y comparativas de los países y los individuos.

Para comprender las legislaciones debemos conocer los factores sociológicos y económicos que los genera, son el complemento de las actividades bancarias; las leyes son producto de esa naturaleza humana que conlleva la parte sociológica y económica. Se considera de capital importancia la relación entre las ciencias de economía, derecho y comunicación, actuando de la mano como parte del desarrollo de las naciones, no se puede pensar en el Derecho sin el aporte que da la economía y la comunicación.

La crisis mundial del año dos mil nueve, obligó a la banca nacional e internacional a replantear sus modelos de manejo integral de riesgos, específicamente el denominado riesgo de crédito, debido a las múltiples pérdidas ocasionadas a la banca y a su clientela, tanto cuentahabiente como de crédito (Ayala, Evolución Histórica del Riesgo de Crédito en la Banca Guatemalteca, 2012).

En Guatemala con la reforma financiera del año dos mil dos se dieron los primeros pasos para un sistema bancario acorde a los cambios modernos de globalización y las tendencias mundiales modernas de la banca internacional.

5.1 Fundamentación Constitucional

El proteger la formación de capital, el ahorro y la inversión, es el bien jurídico tutelado, como se desprende de la Constitución Política de la República que establece en el artículo ciento diecinueve que es obligación fundamental del Estado: “(...) k) proteger la formación del capital, el ahorro y la inversión” (Constituyente, 1985).

La reforma financiera del año dos mil dos actualiza el conjunto de leyes bancarias de mil novecientos cuarenta y cinco; las adecua a las tendencias actuales y a la globalización. La banca guatemalteca ha incursionado en el proceso de implementar los Acuerdos de Basilea y por ello, la forma tradicional de otorgar servicios bancarios ha dado un giro sustancial, hacia una forma de análisis integral, en el cual se evalúan otros riesgos, como el riesgo de mercado y el riesgo soberano. El papel del ente supervisor de Guatemala, siendo este la Superintendencia de Bancos, también ha cambiado, de ser un sujeto reactivo ha pasado a tener un papel proactivo, orientando hacia las tendencias actuales del manejo integral de riesgos realizado por la banca.

La fundamentación constitucional del sistema bancario y de la actividad bancaria, la encontramos en los artículos ciento treinta y dos y ciento treinta y tres de la Constitución Política de la República de Guatemala (Constituyente, 1985), el primero expresa que es potestad exclusiva del Estado, emitir y regular la moneda, así como formular y realizar las políticas que tiendan a crear y mantener condiciones cambiarias y crediticias favorables al desarrollo ordenado de la economía nacional; esta es la importancia del aspecto comunicacional entre la banca y sus clientes ya que van de la mano, debiendo ser oportuna y transparente.

Las actividades monetarias, bancarias y financieras, estarán organizadas bajo el sistema de banca central, el cual ejerce vigilancia sobre todo lo relativo a la circulación de dinero y a la deuda pública. Dirigirá este sistema, la Junta Monetaria como máxima autoridad en materia bancaria en nuestro país.

El Código de Comercio, (Código de Comercio, 2010, pág. 137) indica en su artículo seiscientos sesenta y nueve: Principios filosóficos. Las obligaciones y contratos mercantiles se interpretarán, ejecutarán y cumplirán de conformidad con los principios de verdad sabida y buena fe guardada, a manera de conservar y proteger las rectas y honorables intenciones y deseos de los contratantes, sin limitar con interpretación arbitraria sus efectos naturales. Se parte del principio de confianza, buena fe entre las partes.

5.2 La reforma bancaria 1924-1926

El sistema bancario de Guatemala es un grupo de entidades que prestan el servicio de banca, hace la intermediación financiera. Este sistema se originó durante la reforma bancaria y financiera de los años mil novecientos veinte y cuatro al mil novecientos veinte y seis, durante la presidencia del Ingeniero José María Orellana, cabe mencionar que el billete actual de cincuenta quetzales es en su honor por haber originado la reforma monetaria de mil novecientos veinte y cuatro.

En noviembre de mil novecientos veinte y cuatro fue promulgada la Ley Monetaria de la República de Guatemala la cual dio vida a la nueva unidad monetaria, el quetzal. En el año de mil novecientos veinte y cinco, el gobierno de turno publicó las bases de lo que debería ser el Banco Central y mediante el Acuerdo Gubernativo del treinta de junio de mil novecientos veinte y seis fue fundado el Banco Central de Guatemala como establecimiento de emisión, giro y descuento, el cual tenía carácter privado y participación del Estado como accionista (Jaime, 2015).

Con esta disposición comienza la primera reforma bancaria en Guatemala donde inicialmente se sustituye el peso por el quetzal y empieza la transformación del sector bancario. Estos acontecimientos trastornaron la economía mundial, posteriormente después de la Convención Financiera de Bretton Woods en New Hampshire en Estados Unidos de América, surgió una nueva normativa bancaria.

“En mil novecientos veinte y seis se produjo la primera reforma monetaria y bancaria total, mediante la cual se creó el Banco Central de Guatemala, como único banco emisor, se emitió

la Ley de Instituciones de Crédito-ley de bancos-, y se estableció el patrón oro, mediante el cual un quetzal podía cambiarse por un dólar o su equivalente en oro puro” (Ramírez, 2010, pág. 12). Posteriormente en el año de mil novecientos treinta y tres se abandona el patrón oro debido a la crisis de la gran depresión.

Esta primera reforma bancaria y financiera es lo que coloca a Guatemala en el contexto mundial de las naciones en materia bancaria, monetaria y financiera.

5.3 La reforma bancaria de 1946

Derivado de la gran depresión mundial (mil novecientos veinte y nueve-mil novecientos treinta y tres) que afectó la economía guatemalteca gravemente, y sometió a una difícil prueba al Banco Central y su política monetaria fue necesario impulsar una nueva reforma monetaria y bancaria durante el período comprendido de mil novecientos cuarenta y cuatro a mil novecientos cuarenta y seis, para lo cual se creó el Banco de Guatemala como sucesor del antiguo Banco Central de Guatemala (Jaime, 2015).

La crisis de la depresión mundial del año mil novecientos veinte y nueve colapsó el sistema bancario y de bolsa de los Estados Unidos de América con repercusiones mundiales incluyendo Guatemala y se tiene que reestructurar la reforma financiera y bancaria del año mil novecientos veinticuatro y mil novecientos veinte y seis. Es el paso normal de la evolución de los mercados monetarios sin que en esa época existiera el acceso a la información en general, teléfonos celulares o internet. Guatemala tuvo que ajustarse a estos cambios para salir adelante bancaria y financieramente.

Posteriormente, en mil novecientos cuarenta y seis se hace la segunda reforma monetaria y bancaria total, cuando nace el Banco de Guatemala (BANGUAT) mediante su Ley Orgánica; se emite la Ley de Bancos y una nueva Ley Monetaria” (Ramírez, 2010).

El Estado trata de preservar un sistema bancario confiable y solvente, delegando en el Banco de Guatemala su accionar. El espíritu de la ley, trató de proteger el ahorro como bien jurídico tutelado y tener un sistema financiero estable, ya que entiende que el efecto multiplicador de la Banca es el desarrollo de la industria, comercio, servicios y agricultura.

El Banco Central, (Banco de Guatemala) implícitamente garantizaba la totalidad de los depósitos de los bancos del sistema, dados los alcances del Decreto 7-72 del Congreso de la República, función que es propia del manejo de cada institución financiera con la ayuda de mecanismos como el Seguro de Depósitos. El objeto principal de la banca central ha sido y debe ser manejar la política cambiaria, monetaria y crediticia del país (Ayala, Análisis del Fondo de Protección del Ahorro en Guatemala, 2010).

Con éste marco de fondo la actividad bancaria era relativamente cómoda para los banqueros, del lado de las operaciones pasivas, sus depósitos eran garantizados en su totalidad por la Banca Central y por el otro lado de operaciones activas, era vital por parte del sector corporativo y de consumo el acceso a las gerencias generales o a los miembros de junta directiva, para la concesión de crédito y apoyo a sus actividades de desarrollo empresarial.

La banca no es el negocio más rentable para sus accionistas, sus márgenes de operación no se comparan a los de una empresa comercial, desde el punto de vista del accionista/dueño. Sin embargo, la banca no da esa rentabilidad, pero otorga a sus accionistas otros beneficios, como son la capacidad de otorgar crédito; esto es un poder mayor que la propia rentabilidad. Las empresas en algún momento de su ciclo de vida experimentan expansiones, crisis o situaciones difíciles, es allí donde juega un papel preponderante la banca, donde auxilia al empresariado en sus diferentes necesidades crediticias apoyando el desarrollo económico de Guatemala.

La Junta Monetaria establecía los techos y pisos para las tasas activas y pasivas que aplicaban los bancos, en otras palabras, las reglas de juego ya estaban dadas y el marco de operación era en esas bandas así que no requería mayor complejidad su control. Se tenía claro el límite legal (máximo de crédito) por cliente que era el diez por ciento del capital pagado más reservas y la cartera solo podía crecer hasta diez veces su capital pagado más reservas. Las reglas eran sencillas, seguras, conservadoras y fáciles de ejecutar, no requerían mayor sofisticación de parte de los departamentos operativos y administrativos de los bancos.

Un acontecimiento importante dentro de la historia bancaria de nuestro país, es el nacimiento del Crédito Hipotecario Nacional de Guatemala, en el año de mil novecientos veinte y nueve como un banco del Estado, que inicia operaciones con capital proveniente de una aportación estatal. Se rige por su Ley de creación, su Ley Reglamentaria y supletoriamente por las leyes ordinarias y resoluciones de la Junta Monetaria. Con esta segunda reforma donde se establecen las Leyes del Banco de Guatemala, la Ley de Bancos, la Ley Monetaria y las Leyes aplicables

al primer banco del Estado se inicia un nuevo concepto de banca adaptado a las circunstancias prevalecientes de la época. La mencionada reforma prevaleció por más de cincuenta y siete años con algunas modificaciones en el transcurso del tiempo hasta llegar a la última gran reforma del año de dos mil dos.

5.4 La reforma bancaria de 2002

Entre los años dos mil y dos mil dos, se promulga la Nueva Normativa Bancaria y Financiera adhiriéndonos a los acuerdos Basilea, como respuesta a los diversos incidentes que se provocan en las instituciones financieras no reguladas y reguladas. En el caso de Guatemala no se aprueban como tal los acuerdos de Basilea, sino que vienen implícitos en las leyes aprobadas como parte de esta reforma financiera considerada la reforma “Central”, esta aceptación se da en los considerandos de estas leyes; posteriormente se emiten otras leyes que se denominan: reforma “Complementaria”. Esta normativa bancaria y financiera incluye las leyes siguientes:

5.4.1 Decreto Número 94-2000 del Congreso de la República Ley de Libre Negociación de Divisas

Las cuatro leyes fundamentales, cuya vigencia inicia en junio de dos mil dos en conjunción con esta ley de Libre Negociación de Divisas, constituyen un cuerpo integral y consistente de legislación financiera, como se desprende de los diferentes considerandos de dichas ley, en el caso del Decreto Número 94-2000 del Congreso de la República Ley de Libre Negociación de Divisas, indica en el considerando segundo lo siguiente “Que el país debe participar eficazmente en el nuevo orden cambiario internacional, a fin de no quedarse rezagado o en desventaja con respecto a sus principales socios comerciales, particularmente con los países de la región, para lo cual es necesario que cuente con un marco jurídico de orden cambiario actualizado y flexible” (Guatemala C. d., Ley de Libre Negociación de Divisas, Decreto Número 94-2000, 2000).

La importancia de la Ley de Libre Negociación de Divisas radica en la promulgación de la libre disposición, tenencia, compra, venta, manejo de depósitos y cuentas en moneda extranjera como una apertura económica y un acceso al mundo globalizado. Asimismo, esta Ley contempla la

definición del concepto de tipo de cambio de referencia, que se utiliza para la liquidación de obligaciones tributarias u otras que supongan pagos del Estado o al Estado y sus entidades, así como para que la resolución de conflictos en el ámbito administrativo y jurisdiccional. El tipo de cambio de referencia del Quetzal con respecto al Dólar de los Estados Unidos de América, lo calcula y publica diariamente el Banco de Guatemala.

5.4.2 Decreto Número 67-2001 del Congreso de la República Ley Contra el Lavado de Dinero u otros Activos

El progreso y desarrollo económico de las naciones conlleva también un elemento delictivo por el apetito desordenado de riqueza y avaricia de algunas personas, por esta razón se promulga esta ley que en su considerando primero indica “Que el Estado de Guatemala ha suscrito y ratificado tratados internacionales con el compromiso de prevenir, controlar y sancionar el lavado de dinero u otros activos, de manera que se proteja la economía nacional, la estabilidad y solidez del sistema financiero guatemalteco” (Guatemala C. d., Ley contra el Lavado de Dinero u otros activos, Decreto Número 67-2001, 2001).

“Esta ley aplica a todas formas de depósito que tienen las instituciones financieras y se establece un proceso estandarizado bancario internacional para controlar este flagelo, donde es importante señalar, que en esta Ley se tipifica el Delito de Lavado de Dinero u otros Activos, entendiéndose por Lavado de Dinero quien invierta, convierta, transfiera o realice cualquier transacción financiera con bienes o dinero, sabiendo, que los mismos proceden o se originan de la comisión de un delito” (Ayala, Evolución Histórica del Riesgo de Crédito en la Banca Guatemalteca, 2012, pág. 34).

También aplica para quien oculte o impida la determinación de la verdadera naturaleza, el origen, ubicación, destino, el movimiento o la propiedad de bienes o dinero, sabiendo que los mismos son productos de la comisión de un delito.

La Ley contra el Lavado de Dinero u otros Activos tiene como objeto prevenir, controlar, vigilar y sancionar el lavado de dinero u otros activos procedentes de la comisión de cualquier delito. Tomar conciencia del papel que desempeñan los Estados y sus ciudadanos en la prevención del lavado de activos, cambia la función de ser espectadores, a ser parte activa de la solución de este grave problema.

5.4.3 Decreto Número 16-2002 del Congreso de la República Ley Orgánica del Banco de Guatemala

Esta ley clave dentro del marco de la Reforma Financiera, está orientada a favorecer la estabilidad macroeconómica que permita a los agentes económicos la correcta toma de decisiones referente al ahorro, consumo y a la inversión productiva. El rol que venía ejecutando la Banca Central da un giro sustancial limitando sus funciones exclusivamente a ser el ente rector de la Política Monetaria, Cambiaria y Crediticia del país. Los considerandos de esta Ley son de suma importancia como se desprende “Que en Guatemala la legislación bancaria vigente data de los años mil novecientos cuarenta y cinco, cuando fue emitido, entre otros, el Decreto Número 215 del Congreso de la República, Ley Orgánica del Banco de Guatemala, por lo que conveniente adecuar el referido marco legal a los cambios que se han generado en los mercados financieros y a las prácticas modernas de implementación de la política monetaria y financiera” (Guatemala C. d., Ley Orgánica del Banco de Guatemala, Decreto Número 16-2002, 2002).

Asimismo, el considerando cuarto menciona: “Que es indispensable incorporar a la legislación bancaria, cambios que se traduzcan en elementos importantes para fortalecer la gestión de la política monetaria, en un entorno moderno y dinámico, toda vez que reviste fundamental importancia el hecho de que el Banco Central implemente un proceso de transparencia y rendición de cuentas ante la sociedad, referente a las medidas adoptadas para el logro de su objetivo fundamental”. Es en este considerando donde radica la importancia del tema de la presente investigación, en cuanto al “Acceso a la información en el sistema financiero” ya que se indica que es indispensable el proceso de transparencia y rendición de cuentas a la sociedad.

Esta ley define el objetivo fundamental del Banco Central, a efecto de fortalecer su autonomía financiera y exigirle transparencia y rendición de cuentas ante la sociedad. Se evidencia en este considerando la implementación del Pilar III del Acuerdo de Basilea (Basilea II) en lo que respecta a la Disciplina de Mercado. El título VI se refiere en exclusividad a la transparencia de la información y contiene un capítulo único donde menciona la Rendición de Cuentas y Divulgación. Esta es la base de esta investigación donde la clientela debe entender que juega un papel vigilante en cuanto estar informados de la situación financiera bancaria del banco con el cual trabajan, para su bienestar y de la misma institución bancaria.

Es un proceso de dos vías donde la institución financiera transparente su información y le da al cliente la potestad de elegir trabajar con él, consciente de los riesgos que implica. Este proceso

es posible por la “comunicación” que debe existir entre las dos partes. Es la sincronía que debe existir entre el proceso económico de los países, el rol de la banca y sus clientes. Las partes van conjuntamente interactuando en base a la “comunicación” que nos permite acceder a la información para la toma de decisiones.

5.4.4 Decreto Número 17-2002 del Congreso de la República Ley Monetaria

Esta ley complementa a la Ley orgánica del Banco de Guatemala, estableciendo las responsabilidades de la emisión monetaria, la definición de reservas internacionales y la determinación de las especies monetarias. El Estado delega en el Banco de Guatemala, por mandato constitucional la vigilancia sobre todo lo relativo a la circulación de moneda. Indica el artículo 132 de la Constitución que: “Es potestad exclusiva del Estado, emitir y regular la moneda, así, como formular y realizar las políticas que tiendan a crear y mantener condiciones cambiarias y crediticias favorables al desarrollo ordenado de la economía nacional (Guatemala C. d., Ley Monetaria. Decreto Número 17-2002, 2002).

Las actividades monetarias, bancarias y financieras, estarán organizadas bajo el sistema de banca central, el cual ejerce vigilancia sobre todo lo relativo a la circulación del dinero y la deuda pública. Esta ley financiera se enfoca a regular lo relativo a la circulación del dinero; es decir, la creación de dinero primario por parte del Banco Central, y a la creación de dinero secundario por parte de los bancos del sistema, es en esta ley donde se definen las especies monetarias del país.

5.4.5 Decreto Número 18-2002 del Congreso de la República Ley de Supervisión Financiera

Esta ley está enfocada a favorecer la solidez y solvencia del sistema bancario y posibilitar la estabilidad del sistema financiero. La supervisión financiera como segundo Pilar de los Acuerdos de Basilea busca fomentar la intervención supervisora temprana; los supervisores deben tener la habilidad de requerirle a los bancos, mantener capital en exceso de los rangos de capital mínimo establecido. El Decreto 18-2002 del Congreso de la República La Ley de Supervisión Financiera enmarca esta vigilancia y es importante mencionar los principales

Considerandos (Guatemala C. d., Ley de Supervisión Financiera, Decreto Número 18-2002, 2002)

“Que corresponde a la Superintendencia de Bancos, entre otras atribuciones, cumplir y hacer cumplir las leyes, reglamentos, disposiciones y resoluciones aplicables, a fin de que las entidades sujetas a su vigilancia e inspección mantengan la liquidez y solvencia adecuadas que les permita atender oportuna y totalmente sus obligaciones, y evalúen y manejen adecuadamente la cobertura, distribución y nivel de riesgo de las operaciones que efectúen, en función de la protección de los intereses del público que confía sus ahorros a dichas entidades”.

“Que, para el adecuado cumplimiento de las funciones constitucional y legalmente asignadas a la Superintendencia de Bancos, se hace necesario un marco regulatorio que dote al órgano de supervisión, entre otras, de la capacidad para desarrollar su labor de vigilancia e inspección de manera preventiva, así como de facultades sancionatorias”.

Se tiene plasmado en estos considerandos toda la reforma financiera, el primer pilar del nuevo Acuerdo de Basilea (Basilea II), que abarca los requerimientos mínimos de capital que son el manejo adecuado de los riesgos de crédito, riesgos de mercado y riesgos operativos.

Así como la facultad propia de ente inspector de manera preventiva, no reactiva, supervisor, vigilante y sancionatorio. Su principal objetivo es implementar mejores prácticas de supervisión basadas en el manejo de riesgos.

Dicho enfoque permite al supervisor evaluar y dar seguimiento a los diversos riesgos, financieros y no financieros, que son inherentes y relevantes a las entidades supervisadas, en función de su tamaño y complejidad.

La Reforma Financiera actualiza todas nuestras leyes bancarias poniéndolas de acuerdo a las nuevas exigencias de los mercados internacionales y la globalización, pero el proceso de supervisión no se da al mismo ritmo por lo que se produce un desfase entre la nueva legislación y la función de supervisión. Como consecuencia de esta situación se siguen experimentando problemas en el Sector Financiero donde se dan las siguientes situaciones

Quiebras, intervenciones, fraudes

Comienza el ciclo de quiebras, con Banco Empresarial y Banco Promotor en el año dos mil uno, posteriormente el siguiente año dos mil dos, es la quiebra del Banco Metropolitano.

En el año dos mil seis, Banco del Café con depósitos por seis mil setecientos setenta y seis millones de quetzales y más de un millón de cuentahabientes. En el año de dos mil siete, Banco de Comercio con depósitos por novecientos cincuenta y uno millones y cerca de ciento veinte mil cuentahabientes.

A pesar de la vigencia del Delito de Intermediación Financiera los guatemaltecos probablemente motivados por el ánimo de un mejor rendimiento en sus depósitos, olvidando la premisa básica de inversión que, a mayor rendimiento mayor riesgo, mantienen sus cuentas en entidades no reguladas donde se dan también fraudes y quiebras en ese sector como: Equity Financial Enterprise en el año dos mil seis, con depósitos por cuarenta y cuatro millones de quetzales. Siempre en el año dos mil seis, tenemos a Valat International Holding con una defraudación de treinta millones de dólares americanos afectando a cerca de trescientas personas. Siguiendo en dos mil siete con Cuentas S.A. con inversiones por cuarenta millones de quetzales. Finalmente, en el año dos mil ocho, MDF con depósitos por sesenta y dos millones de dólares y ochenta inversionistas; en este caso en particular afectando al mismo Congreso de la República de Guatemala con ochenta y dos millones de quetzales (Ayala, Evolución Histórica del Riesgo de Crédito en la Banca Guatemalteca, 2012, pág. 38).

Al mismo tiempo de los eventos de quiebras, intervenciones y fraudes se va dando dentro del proceso normal de reacomodo financiero, situación económica internacional y globalización las siguientes

Fusiones y Adquisiciones

En el año de mil novecientos noventa y uno tenemos la primera adquisición en Guatemala donde Banco Uno compra al Bank of America que era un banco constituido bajo el régimen de banca extranjera en Guatemala. Posteriormente en el año mil novecientos noventa y siete se crea Banrural que adquiere al Banco Nacional de Desarrollo Agrícola (BANDESA). En mil novecientos noventa y nueve Banco del Café adquiere el Multibanco.

Comenzando el nuevo milenio tenemos en el año dos mil se tiene una fusión entre Banco del Agro y el Banco Agrícola Mercantil dando por resultado el nuevo Banco BAM actual. Se tiene también este mismo año una adquisición Banco Reformador adquiere Banco de la Construcción. La reforma financiera actual no ha sido aprobada todavía pero ya empieza el proceso de reacomodo bancario que se ha dado en todo el mundo.

Para el año dos mil uno se da la primera gran fusión, entre Banco Granai & Townson y Banco Continental, ahora G&T Continental.

En el año dos mil tres, el Crédito Hipotecario Nacional adquiere el Banco del Nororiente (previamente en dos mil dos había adquirido Banco del Ejército). En dos mil cuatro, Banco Cuscatlán adquiere Lloyds Bank International. En dos mil seis Banco Industrial adquiere Banco de Occidente. El año dos mil siete se dan cuatro procesos de Adquisición: a) Banco G&T Continental a Banco de Exportación. Banco Industrial a Banco del Quetzal. Banco Reformador a Banco SCI y Citibank adquiere a Banco Uno y Banco Cuscatlán.

Cabe señalar que de un total máximo de veintiocho bancos los mismos se reducen a dieciocho, cantidad que se estima todavía grande para una economía del tamaño de Guatemala. Lo importante es, que, en virtud del proceso de fusiones y adquisiciones por primera vez, la Banca Guatemala se hace apetecible a la inversión de la Banca Internacional; ya que con menos jugadores la posición de mercado (market share) hace atractiva la inversión. Anteriormente si algún Banco Internacional quería invertir en Guatemala y aun comprando el Banco más grande, hace diez años escasamente llegaba al diez por ciento del mercado, lo cual a todas luces no es atractivo. Es por eso que ahora tenemos competidores internacionales de la talla de GE Capital y Citibank. Otros Bancos de renombre internacional ahora están interesados en la plaza.

“Como se indicaba anteriormente este desfase de la función supervisora con el marco legal promulgado, los cambios propios del mercado (local e internacional) y la readecuación de la Reforma Financiera han provocado estos años de inestabilidad del sector financiero” (Ayala, Análisis del Fondo de Protección del Ahorro en Guatemala, 2010, pág. 32)

Cerrando este proceso de fusiones y adquisiciones en los últimos diez años se tienen cinco: En dos mil diez, Grupo Aval de Colombia adquiere al Grupo BAC en dos mil doce, Bancolombia adquiere El Grupo BAM en el año dos mil trece el Grupo Aval de Colombia, BAC participa nuevamente en el mercado bancario guatemalteco y compra a Banco Reformador.

Es interesante hacer notar que con menos bancos se hace más interesante para la inversión extranjera porque aumenta la participación de mercado (market share). La presencia de la Banca colombiana refleja esta situación.

5.4.6 Decreto Número 19-2002 del Congreso de la República

Ley de Bancos y Grupos Financieros

La Ley de Bancos y Grupos Financieros está orientada a propiciar la estabilidad del sistema financiero, permitir una mayor eficacia en cuanto a la captación del ahorro, fortalecer el sistema de pagos, aumentar la solidez y solvencia del sistema financiero. Incorpora los aspectos de la modernización financiera contenidos en los Acuerdos de Basilea tales como a) Definición, autorización y creación de Grupos financieros incluyendo el concepto de la empresa controladora o “holding” b) Adecuación del capital, que lo establece en un mínimo de diez por ciento en relación a los activos en riesgo c) El Delito de Intermediación Financiera contenido en el artículo noventa y seis de esta ley d) La regulación referente a las Entidades Fuera de Plaza u “offshore” ya se contempla en este cuerpo legal, e) Todo lo concerniente al Manejo y Administración de Riesgos f) La Regularización, Suspensión de Operaciones y Exclusión de Activos y Pasivos y g) Fondo para la Protección del Ahorro.

Los cuatro considerandos de esta ley son igualmente importantes por lo que se procede a enunciarlos y a comentarlos (Guatemala C. d., Ley de Bancos y Grupos Financieros, 2002)

El primer considerando que textualmente indica

“Que el desarrollo económico y social del país requiere de un sistema bancario confiable, solvente, moderno y competitivo, que mediante la canalización del ahorro hacia la inversión contribuya al crecimiento sostenible de la economía nacional, y que, de acuerdo con los procesos de apertura de las economías, debe ser capaz de insertarse adecuadamente en los mercados financieros internacionales”.

El Estado de Guatemala en función del desarrollo económico del país, garantiza la inversión y el ahorro como bien jurídico tutelado, indica que en los tiempos modernos de globalización nuestra banca debe estar al tanto de las nuevas corrientes y tendencias.

El segundo considerando menciona

“Que en la actualidad los bancos del sistema precisan de una normativa moderna que les permita seguir desarrollándose para realizar más eficazmente sus operaciones y de prestar mejores servicios a sus usuarios, tomando en cuenta las tendencias de globalización y el desarrollo de los mercados financieros internacionales”.

En este Considerando nuestro Congreso de la República se adecúa a la evolución económica del mundo e indica que las leyes bancarias tienen que actualizarse, ya que las que teníamos para esa época eran de mil novecientos cuarenta y cinco con algunas reformas. Menciona la eficiencia de las operaciones bancarias como parte de las tendencias de globalización y competitividad.

“Que los bancos del sistema han desarrollado estructuras corporativas que, aun cuando tienen una función económica positiva para el país, las mismas carecen de regulación específica, aspecto que podría inducir a tales entidades a asumir excesivos riesgos, en su perjuicio, así como en perjuicio del propio sistema, pero fundamentalmente, para los usuarios de tales estructuras, y por ende, para la economía nacional, por lo que es necesario establecer la normativa que prevea lo atinente a grupos financieros y a los mecanismos de su supervisión consolidada de acuerdo con las prácticas internacionales”.

En este considerando se establece el manejo integral de riesgos, entendiéndose para las instituciones bancarias, fundamental para el éxito de sus planes, metas, objetivos y resultados. Una adecuada administración de riesgos debe actuar de manera proactiva en la identificación de oportunidades de negocio donde el equilibrio entre riesgo y beneficio sea atractivo. La administración de riesgos es la aplicación sistemática de políticas, procedimientos y prácticas de gestión, a la tarea de identificar, analizar, evaluar y controlar los riesgos. Los eventos que nunca pensamos que puedan ocurrir han ocurrido; la banca está en alerta y puede dar seguimiento a ciertas situaciones que quisieran evitar que ocurrieran.

De acuerdo con el Comité de Basilea, la supervisión basada en riesgos es aquella en la cual el supervisor evalúa las distintas áreas de negocio de las entidades y la calidad de los sistemas de administración y controles internos, para identificar las áreas de mayor riesgo y preocupación. La intensidad de la supervisión es dirigida principalmente a dichas áreas. El objetivo fundamental del proceso de supervisión en este enfoque es determinar y mantener actualizado el perfil de riesgo de cada entidad, para monitorear su comportamiento y de ser necesario requerir las acciones para su mitigación y control.

El perfil de riesgo de una entidad resume la probabilidad de que una entidad supervisada manifieste problemas de solvencia, rentabilidad y liquidez en el futuro

“Que el artículo 119, literal k) de la Constitución Política de la República de Guatemala establece que es obligación fundamental del Estado proteger la formación del capital, el ahorro e inversión”.

El bien jurídico tutelado es la formación de capital, ahorro e inversión que vienen a ser la función primordial en la banca que es la intermediación financiera (captar depósitos y colocar créditos).

La tendencia es que los mercados financieros provean señales de información, necesarias y suficientes para que los usuarios de los servicios financieros, estén plenamente informados en cuanto a la solvencia de las instituciones financieras y las decisiones tomadas por los clientes, sean libres y conscientes. El acceso a la información en el sistema financiero es condición *sine qua non* para el buen desarrollo del sector financiero y es el estudio de la presente investigación. La estabilidad financiera de las instituciones va más allá de capital y liquidez, es el manejo integral de riesgos con el consecuente acceso a la información.

5.5 Reflexiones finales

El ordenamiento jurídico es esencial para el buen desenvolvimiento del Estado de derecho, la banca no es la excepción como el sector que maneja el mercado de dinero y en Guatemala ha sido conservadora su implementación. El desarrollo económico es más rápido que la adecuación de las leyes respectivas, en especial la banca es cauteloso y conservador.

La Constitución de la República de Guatemala, como máxima ley del país incluye el apartado correspondiente a la banca, por su importancia en la evolución y desarrollo del país; de este cuerpo legal se desprende históricamente las tres reformas bancarias que ha tenido Guatemala.

La reforma vigente del año dos mil dos persigue adaptarnos a los desafíos que conlleva el mundo globalizado donde la mayor parte de las personas tienen acceso a la información en general. La banca local debe seguir los lineamientos de los Acuerdos de Basilea ya que estos son de aplicación mundial, es parte de un mundo ordenado para lograr una mejor convivencia en todo sentido. En el caso de la clientela individual y comercial, este es el acceso a la información financiera.

Capítulo 6

Bases teóricas del acceso a la información financiera

Este capítulo forma parte del análisis de las bases teóricas que sustenta esta investigación del acceso a la información en el sistema financiero en Guatemala.

“Las entidades bancarias juegan un papel importante en el desarrollo de las economías mundiales, como un sistema dinámico requiere una certeza jurídica, demanda profesionales calificados que respondan a las circunstancias económicas y necesidades actuales de los Estados” (Ramírez, 2010, pág. 15)

Es por ello que resulta interesante el estudio del acceso a la información en el sistema financiero en lo referente a las distintas teorías que existen de la comunicación que aplican al sector bancario donde forman parte importante del desarrollo de las economías mundiales demandando un alto grado de especialización para la conducción de sus actividades. Las actividades bancarias necesariamente tienen que ver con el proceso de desarrollo económico social, sustentado en la creación legal de riqueza y el aprovechamiento eficiente de las ventajas competitivas y comparativas de los países y los individuos.

Para comprender las legislaciones debemos conocer los factores sociológicos y económicos que los genera, son el complemento de las actividades bancarias; las leyes son producto de esa naturaleza humana que conlleva la parte sociológica y económica. Se considera de capital importancia la relación entre las ciencias de economía y derecho, actuando de la mano como parte del desarrollo de las naciones, no se puede pensar en el Derecho sin el aporte que da la economía.

La crisis mundial del año dos mil nueve, obligó a la banca nacional e internacional a replantear sus modelos de manejo integral de riesgos, específicamente el denominado riesgo de crédito, debido a las múltiples pérdidas ocasionadas a la banca y a su clientela, tanto cuentahabiente como de crédito (Ayala, Evolución Histórica del Riesgo de Crédito en la Banca Guatemalteca, 2012, pág. 1).

En Guatemala con la reforma financiera del año dos mil dos se dieron los primeros pasos para un sistema bancario acorde a los cambios modernos de globalización y las tendencias mundiales modernas de la banca internacional, por lo tanto, es menester analizar los mensajes que la banca envía a su clientela para posicionarse en el mercado dentro de las estructuras de los teóricos de la comunicación.

6.1 Las estructuras sociales de Bourdieu

Pierre Bourdieu hace una crítica a las estructuras sociales, partiendo de sus ideas tanto en teoría social como en sociología empírica especialmente en la sociología de la cultura de la educación y de los estilos de vida. Su teoría destaca por ser un intento de superar la dualidad tradicional en sociología entre las estructuras sociales. Es el creador de dos nuevos conceptos: el *habitus* y *el campo*, así como reinventa uno ya establecido el capital.

Por *habitus* entiende las formas de obrar, pensar y sentir que están originadas por la posición que una persona ocupa en la estructura social. En cuanto al campo es el espacio social que se crea en torno a la valoración de hechos sociales, cuyos espacios están ocupados por agentes con distintos *habitus*, y con capitales distintos, que compiten por los recursos materiales como simbólicos del campo. Los capitales, aparte del capital económico, están formados por el capital cultural, el capital social y por cualquier tipo de capital.

“Los agentes, con el *habitus* dada su posición social, y con los recursos de que disponen “juegan” en los distintos campos sociales, y en este juego contribuyen a reproducir y transformar la estructura social” (Bourdieu, 1988).

“Destaca especialmente toda su labor de crítica de la cultura, y afirma que la distinción cultural no es más que una forma encubierta de dominación, a la que denominó complicidad ontológica entre el campo y el *habitus*. Esta crítica no le lleva al cinismo ante las manifestaciones de la alta cultura, sino a considerar que todos deberían tener igual acceso a la misma” (Monzón, 2016, pág. 76).

Lo manifestado por Monzón en cuanto a las estructuras sociales es parte del sustento de esta investigación en cuanto al acceso a la información financiera en el sistema bancario de Guatemala, donde existe una dominación clara y explícita del sistema financiero, su *habitus* encaja perfectamente en los campos sociales que es su nicho de clientes tanto de manera individual como empresarial.

6.2 El poder según Foucault

La noción de poder involucra todo el concepto de control sobre dos instancias: los actos de las personas y la mente de las personas; hablar de poder es hablar de control. El control remite a la limitación de la libertad de acción de otros.

El control de los actos en general puede hacerse directa o indirectamente. Los grupos que tienen acceso al poder y de control social son generalmente, grupos que han sido legitimados y tienen a su vez acceso al discurso público (Foucault, *El sujeto y el Poder*, 1996)

Michel Foucault expone y explora las relaciones de poder que existen en las sociedades. Trata de dar una explicación sobre que las motiva y las implicaciones que genera. También expone como las instituciones sociales funcionan como mecanismos disciplinarios sobre los sujetos.

El sistema bancario nacional es un grupo legitimado por leyes vigentes y la sociedad en general, mediante su discurso mantienen el control de la mente y de las personas.

Una de las instituciones es el hogar y la escuela donde la disciplina es el eje alrededor del cual los individuos organizan sus actividades. Mediante la aplicación de la disciplina se mantiene un orden conveniente para uniformar el conocimiento y, como consecuencia la visión del mundo. En el hogar y la familia se aprende qué tiene valor y que no la tiene, qué se acepta y que se rechaza. Estos aprendizajes se relacionan con todo lo que la conforma, entre ellos los seres humanos, los cuales se clasifican de acuerdo a múltiples características o elementos (Monzón, 2016, pág. 87).

La familia es la base de la sociedad y es donde comienza la disciplina de las personas, tratando de encausar su vida hacia un ordenamiento que se plantea como útil para el futuro de las personas.

Foucault plantea una noción de poder que no hace exclusiva referencia a lo gubernativo, sino que contiene la multiplicidad de poderes que se ejercen en la esfera social, lo cuales se pueden definir como poder social. En la cátedra impartida el 14 de enero de 1976 Foucault expresó:

...Lo que he intentado analizar hasta ahora, grosso modo, desde 1970-1971, ha sido el cómo del poder; he procurado captar sus mecanismos entre dos puntos de relación, dos límites: por un lado, las reglas del derecho que delimitan formalmente el poder, por otro, los efectos de verdad

que este poder produce, transmite y que a su vez reproducen este poder. Un triángulo pues: poder, derecho, verdad. (Foucault, 1976)

La interpretación es que no es el poder político ni los aparatos del Estado ni el de una clase privilegiada, sino el conjunto de pequeños poderes e instituciones situadas en un nivel más bajo, se dan múltiples relaciones de autoridad situadas en distintos niveles, apoyándose mutuamente y manifestándose de manera sutil. (Foucault, Microfísica del poder, 1971)

El poder se construye y funciona a partir de otros poderes, de los efectos de estos, independientes del proceso económico. Las relaciones de poder se encuentran estrechamente ligadas a las familiares, sexuales, productivas; íntimamente enlazadas y desempeñando un papel de condicionante y condicionado.

“El poder transita transversalmente, no está quieto en los individuos; se disuelve el principal tipo de poder, el estatal; el poder está en los pequeños poderes que se integran y hacen uno más grande y global” (Monzón, 2016, pág. 74).

Las sociedades actúan en base al poder en la vida cotidiana, el poder desde la perspectiva jurídica es un conjunto de leyes que fijan los límites de lo lícito y lo ilícito, los límites que el Estado impone, de donde realiza su influencia en la sociedad a través de la familia, el trabajo, la escuela y está presente en todos nuestros actos.

6.3 El Discurso

“Un estudio adecuado de las relaciones entre el discurso y la sociedad, presupone que el discurso se localiza en la sociedad como una forma de práctica social o de interacción de un grupo social. Estos estudios deben profundizarse a través de la explicación acerca de qué propiedades del texto y el habla condiciona, cuáles propiedades de las estructuras sociales, políticas y culturales, y viceversa “(Dijk, 1999).

Se trata de entender la parte pragmática del discurso que se transmite, ¿Qué es la información que las autoridades bancarias quieren que sus clientes se enteren?, ¿Es completo el acceso a la información del sistema financiero por parte de los clientes individuales o corporativos? O solo únicamente se cumple con los requisitos mínimos establecidos por el órgano fiscalizador, la Superintendencia de Bancos.

Las palabras y oraciones declaradas son una parte integral del discurso, pero el discurso no se encuentra en sí mismo solo en el conjunto de palabras y oraciones expresadas en el texto y el habla. Como empíricamente hablando el significado del discurso es una estructura cognitiva, hace sentido incluir en el concepto de discurso no solo elementos observables verbales y no verbales o interacciones sociales y actos de habla, sino también las representaciones cognitivas y estrategias involucradas durante la producción o comprensión del discurso (Dijk, 1999).

Lo que se pretende es observar y analizar el discurso como algo dinámico de nuestras interacciones sociales que llevamos a cabo todos los días y cómo influye en la toma de decisiones respecto de nuestra preferencia al escoger una institución financiera.

Un estudio empírico de actos de habla, nos conducirá necesariamente a observarlos en la dimensión específica del discurso, tanto una forma específica del uso del lenguaje como una forma específica de interacción social. Así el discurso se interpreta como un evento comunicativo completo en una situación social. Lo que distingue el análisis del discurso de la gramática de la oración es que el análisis de discurso en la práctica se concentra en los fenómenos detrás de la oración (Monzón, 2016, págs. 75,76)

La pregunta que se plantea es si la clientela de servicios financieros bancarios está adecuadamente informada para tomar su propia decisión en cuanto a donde debe manejar su dinero o al final ni siquiera participa en la decisión ya que la institución para la cual labora le impone el banco con el cual debe tener su cuenta en el caso de los clientes individuales. Hasta el mismo Estado impone a través de sus dependencias gubernativas donde deben colocarse los fondos a sus trabajadores.

La forma en que se comprende los significados de los hechos y en que se adquiere y procesa la información y conocimiento del mundo que poseemos no depende sólo de las operaciones semánticas realizadas al producir, escuchar o comprender un acto discursivo, sino que estas mismas operaciones están a su vez ligadas a otras operaciones de orden cognitivo, mediante las cuales se organiza mentalmente dicha información y lo significados que atribuimos. Estas operaciones de orden cognitivo, estarían formando parte de la triada psico- socio- lingüística, de la cual extraemos los elementos para un análisis interdisciplinario del discurso (Monzón, 2016, pág. 78).

Van Dijk plantea que los estudios del discurso constituyen una nueva ciencia transdisciplinaria que comprende la teoría y análisis del texto y la conversación en casi todas las ramas de las humanidades y las ciencias sociales, por lo que procede profundizar en el mensaje que la banca transmite a sus usuarios ya que desde que nos volvemos adultos entramos al mercado del dinero que maneja la banca mediante algún producto o servicio: cuentas de cheques, ahorros, tarjeta de crédito o incluso préstamos para adquisición de vehículo.

6.4 Análisis crítico del discurso

El análisis crítico del discurso es un tipo de investigación analítica sobre el discurso que estudia primariamente el modo en que el abuso de poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político. El análisis crítico del discurso, con tan peculiar investigación, toma explícitamente partido, y espera contribuir de manera efectiva a la resistencia contra la desigualdad social (Dijk, 1999).

Para Van Dijk la importancia del análisis crítico del discurso es saber cómo el discurso contribuye a la reproducción de la desigualdad y la injusticia entendiendo quienes tienen acceso a estructuras discursivas y de comunicación aceptables y legitimados por la sociedad.

El análisis crítico del discurso trata principalmente de la dimensión discursiva del abuso del poder, de la injusticia y la desigualdad que resulta de ello y propone los siguientes pasos:

- * Búsqueda de crítica generalizada de actos repetidos inaceptables, no aislados.
- * Búsqueda de crítica estructural de instituciones y de grupos más que de personas. Refiriéndose a las personas, como miembros del grupo.
- * Lo mismo pasa cuando se refiere al parlamento: hace la referencia al grupo que detenta el poder político. Es decir, el abuso de poder cometido por grupos y por instituciones.
- * Focalización en actos y actitudes inaceptables que indiquen un abuso de poder y evidencia de dominación.

En el mundo real de los problemas sociales y de la desigualdad la investigación adecuada no puede ser sino multidisciplinar. El uso del lenguaje, los discursos y la comunicación entre

gentes reales poseen dimensiones intrínsecamente cognitivas, emocionales, sociales, políticas, culturales e históricas. Incluso la teorización formal necesita por tanto insertarse dentro del más vasto contexto teórico de los desarrollos en otras disciplinas. El ACD, tal como se le suele denominar en abreviatura, tiene sus correspondientes equivalencias e los desarrollos críticos de la psicología y las ciencias sociales, estimula muy especialmente la multidisciplinariedad (Dijk, 1999).

“Es una herramienta que se tiene para entender los mecanismos de poder que existen en la sociedad orientado a descubrir estructuras, estrategias y legitimación de poder. Los grupos dominantes saben que para controlar los actos de los otros es necesario controlar sus estructuras mentales. Los actos son intenciones y contralar las intenciones implica controlar los actos” (Dijk T. V., 2008).

Una noción central en la mayor parte del trabajo crítico sobre el discurso es la del poder, y más concretamente el poder social de grupos o instituciones. Resumiendo, un complejo análisis filosófico y social, definiremos el poder social en términos de control. Así, los grupos tienen (más o menos) poder si son capaces de controlar (más o menos) en su propio interés, los actos y las mentes de los miembros de otros grupos, Esta habilidad presupone un poder básico consistente en el acceso privilegiado a recursos sociales escasos, tales como la fuerza, el dinero, el estatus, la fama, el conocimiento, la cultura, o incluso varias formas del discurso público y de la comunicación (Dijk V. T., 1999). El sector bancario en Guatemala es un sector poderoso que controla a sus clientes tanto individuales como empresas transmitiendo para los primeros información publicitaria orientada a beneficios aparentes y al sector empresarial evidenciando una solidez incuestionable.

El Código de Comercio, (Código de Comercio, 2010) indica en su artículo seiscientos sesenta y nueve: Principios filosóficos. Las obligaciones y contratos mercantiles se interpretarán, ejecutarán y cumplirán de conformidad con los principios de verdad sabida y buena fe guardada, a manera de conservar y proteger las rectas y honorables intenciones y deseos de los contratantes, sin limitar con interpretación arbitraria sus efectos naturales. Se parte del principio de confianza, buena fe entre las partes.

6.5 Reflexiones finales

De qué manera los grupos dominantes en la presente investigación, la banca guatemalteca proporciona información acerca de su situación financiera para controlar actos e intenciones de acceso a la información o que dado el control de la estructura mental que se tiene ni siquiera interesa saber la situación donde tenemos nuestro dinero.

El control se ejerce a través de publicidad orientada a premios y sorteos para desviar nuestra atención de lo realmente importante, la sanidad financiera de las instituciones bancarias.

Capítulo 7

La comunicación estratégica

El contenido del presente capítulo aborda la temática ¿Qué es la Comunicación Estratégica?, que sustenta esta investigación del acceso a la información en el sistema financiero en Guatemala y su impacto en la comunicación a través de un mundo de señales, en qué consisten estas señales y su evolución en los últimos años.

En la realización de este capítulo se toma en consideración la vinculación entre la estrategia como condición “sine qua non” para que el tema de comunicación proyecte valores y objetivos que hagan sentido dentro de las organizaciones buscando una relación armoniosa de intereses y objetivos.

Una de las características principales de los humanos es la necesidad de transmitir y comunicarse, siendo comunicar el compartir algo propio de nosotros mismos. Indica Fonseca: La comunicación es un fenómeno social en constante dinamismo y alteración (Fonseca Yerena, 2005) donde cultivar el espíritu de la comunicación brinda el poder de comprender a nuestros semejantes y con ello, conocernos mejor a nosotros mismos.

Todos los días estamos enviando y recibiendo mensajes para compartir información, tratamos de convencer a otros sobre nuestra posición o punto de vista y para en esencia para entendernos. En la guerra de Irak la comunicación estratégica juega un importante rol, y muestra con elocuencia el protagonismo que ha adquirido las comunicaciones en el mundo de hoy, y al

mismo tiempo las limitaciones que exhiben cuando deben enfrentarse a la crudeza de la *realpolitik* (Tironi Eugenio, 2011).

Los procesos de comunicación son complejos y nos vemos en la necesidad de utilizar estrategias como parte de procesos de pensamiento analizando personas y situaciones puntuales y específicas.

La noción de masas ha estado presente a través de la historia en el ser humano, siempre se ha tratado de enviar mensajes, el líder cautiva, seduce y ejerce un efecto adormecedor y de seducción sobre las masas. Indica Toussaint: este es un proceso de comunicación colectiva que de igual forma que la comunicación interpersonal, se desarrolla. La diferencia es el mayor número de individuos y elementos que intervienen en ella. La fuente transmite un cúmulo de mensajes en forma masiva, cifrado para un público distante y heterogéneo que es el destino (Florence, 1991).

Las masas son una unidad creada por el contacto físico y sensorial, gobernada por líderes, el público es producto de una cohesión intelectual y es gobernado por la prensa y quienes la dominan, los publicistas, Comenta Tironi que los medios de comunicación son responsables de la creación de públicos en vez de masas, así como la gestación de un estado de congregación psíquico o hipnosis en gran escala. Después del capitalismo industrial y financiero, he aquí el capitalismo simbólico, que no se basa en las máquinas ni en el dinero, sino en la comunicación (Tironi Eugenio, 2011).

La comunicación estratégica viene a ser una práctica que tiene como objetivo convertir a las organizaciones con su entorno cultural, social y político orientado a sus intereses y objetivos.

La comunicación ha entrado en un maridaje profundo con los poderes constituidos, por lo que se encuentra amenazada en un producto más del mercado señala Ramiro Mac Donald, que la marca es la reina del mercado. Y como la comunicación es considerada un producto más, pero que acelera el propio mercado, pues manipula los contenidos simbólicos que las masas ansían. La lógica mercantil se implantó en el mundo entero (Ramiro, 2015).

Implica la comunicación una estrategia donde se envían mensajes que salen de las investigaciones, mercados, aceptación de productos y servicios, que se dirigen hacia los componentes que pueden ser: empleados, junta directiva, accionistas, clientes, proveedores, competidores o la misma comunidad. Se necesita recabar toda esta información que ofrece la

investigación, mercados para garantizar que el mensaje será exitoso y llegará a donde ha sido destinado.

Es la comunicación destinada a buscar y reforzar posicionamiento estratégico global de la empresa y de sus marcas. Debe ser un estudio profundo y detallado dentro del marco legal porque hoy en día el principal riesgo que se corre es el Reputacional, o sea la imagen de la empresa que ha costado muchos años llevarla y que en un descuido o una falta de atención puede ser alterado o damnificada.

En la actualidad se pide a los principales ejecutivos de las empresas que garanticen y controlen sus prácticas de comunicación, las mismas deben estar en armonía con la misión y visión de la empresa.

La expansión simultánea de la democracia, el mercado y los medios de comunicación masivos, gatilla un conjunto de tendencias que facilitan la expansión de la Comunicación estratégica debido a que plantean nuevos desafíos a las organizaciones (Tironi Eugenio, 2011) entre estas La disminución del poder del estado, La multiplicación de los centros de poder, El protagonismo de la empresa privada y sus ejecutivos, La multiplicación de los conflictos, La importancia atribuida a la opinión pública para citar algunos.

Estos nuevos desafíos plantean el reto para las organizaciones de hacer una planeación adecuada, estratégica de cómo quieren llegar a su público meta. Las empresas han puesto en marcha comunicaciones periódicas para transmitir su mensaje de forma justa, coherente y puntual, las empresas controlan sus prácticas de comunicación porque es el éxito esperado.

Debido a la profunda transformación social, económica, política y cultural derivada de la revolución informática que impacta al mundo, nos presenta la siguiente disyuntiva es una sociedad de la información o es una sociedad del conocimiento, la humanidad está en serio conflicto en torno a la información entre una filosofía técnica y económica, por un lado, y una filosofía humanista y democrática por el otro (Ramiro, 2015).

Esta investigación es relevante para evidenciar las inquietudes de los usuarios de servicios bancarios y su necesidad de poder acceder la información que conlleva los diferentes servicios que contrata, así como también la información relativa a la situación financiera de la institución donde está colocando sus fondos para tomar decisiones conscientes en cuanto a la confianza que es el pilar de todo el aspecto mercantil. Nuestro Código de Comercio, Decreto 2-70

(Código de Comercio, 2010) indica en su artículo 669 Principios filosóficos. Las obligaciones y contratos mercantiles se interpretarán, ejecutarán y cumplirán de conformidad con los principios de verdad sabida y buena fe guardada, a manera de conservar y proteger las rectas y honorables intenciones y deseos de los contratantes, sin limitar con interpretación arbitraria sus efectos naturales. Se parte del principio de confianza, buena fe entre las partes.

7.1 Los medios de comunicación masiva

Indica Argenti, a finales de la década de los noventa, internet también comenzó a influir en las actitudes del público a medida que los diferentes grupos activistas fueron teniendo acceso a este foro de difusión en el que plantear sus argumentos en contra de las empresas. Actualmente los grupos activistas tienen la capacidad de hacer llegar sus mensajes instantáneamente a destinatarios afines a su ideología en todo el mundo (Argenti, 2014), deduciendo que la información está disponible para todos y cuando hay cambios, estos se conocen inmediatamente porque el cambio es lo único constante en esta época globalizada.

La comunicación estratégica viene a ser una práctica que tiene como objetivo convertir a las organizaciones con su entorno cultural, social y político orientado a sus intereses y objetivos.

Los medios de comunicación masiva son una de las maneras más eficaces y rápidas para transmitir un mensaje, mediante el cual los diferentes grupos sociales pueden ser escuchados. Los medios de comunicación son activos estructurales proyectados de funciones o disfunciones, de efectos deseados o no deseados sobre el auditorio a quién va dirigido, en otras palabras, los medios de comunicación son utilizados por las masas para distintas funciones, ya sean de su beneficio o no, reduciendo incertidumbre (Wright, 1998). Funda una teoría de la comunicación para lograr interpretar los problemas de la sociedad, basada en la importancia de la comunicación en la historia de la humanidad y los efectos positivos o negativos.

A los principales ejecutivos de las empresas se les pide que garanticen y controlen sus prácticas de comunicación, las mismas deben estar en armonía con la misión y visión de la empresa.

Como resultado de este cambio constante donde la empresa y sus mensajes tienen que estar alineados para que haga correlación entre sus principios y el mensaje que se lleva a cabo.

La experiencia de las empresas en los últimos decenios, cuando no supieron manejarse en medio de las rápidas transformaciones, puede servir de aviso a todas las empresas, instituciones y Estados-nación que hoy se enfrentan a esos cambios inevitables y no porque sean listos y conscientes, sino por la velocidad del cambio, es sencillamente abrumadora para ellos (Friedman, 2006). Lo único constante es el cambio.

La banca seduce e invita a participar conjuntamente con ella en su mensaje que es captar depósitos para posteriormente apalancar la operación crediticia, sin depósitos no hay créditos, de tal suerte que necesita de nuestro aporte para la consecución de sus fines. Sus mensajes son alegres, bonitos y entusiasman.

La disfunción social la crean esas noticias amenazantes de la sociedad, estas pueden censurar información, o ser mal recibida e interpretada por la audiencia, creando pánico o disturbio social. Esto también genera disfunciones en los propios individuos ocasionando que la sociedad se vuelva una masa monótona incapaz de actuar debidamente impidiendo el movimiento próspero de la sociedad (Monzón, 2016).

El sector financiero trata de evitar que su imagen sea afectada y evita las noticias amenazantes sobre el gremio, no es pertinente el pánico o disturbio social y mediante su estrategia de medios de comunicación masiva impide limitando el acceso a la información el movimiento de conocimiento de la sociedad.

Para poder implementar estos temas fundamentales es condición “sine qua non” la comunicación estratégica, llevada a cabo desde la planeación estratégica que conlleva dos grandes áreas de acción, la anticipación y la decisión (Fundación Manuel Buendía A.C. Universidad Popular Autónoma de Puebla, Jose Antonio Meyer, 2009) La comunicación estratégica viene a ser una práctica que tiene como objetivo convertir a las organizaciones con su entorno cultural, social y político orientado a sus intereses y objetivos. Donde la principal estrategia del sector financiero es la utilización de los medios de comunicación masiva para permear la mente de sus clientes tanto individuales como corporativos.

7.1.1 La Prensa

La prensa o periódico es un medio editado normalmente con una periodicidad diaria o semanal, cuya función principal consiste en presentar noticias. El periódico además puede defender las diferentes posturas públicas, proporcionar información, aconsejar a sus lectores y en ocasiones incluyen tiras cómicas, chistes y artículos literarios. En casi todos los casos y en diferente medida, sus ingresos económicos se basan en la publicidad. Es calificado como el medio de comunicación más influyente en materias de opinión (Monzón, 2016).

La prensa escrita viene a representar un medio a través del cual se expresan ideas y planteamientos de determinados grupos sociales en un tiempo y un espacio dado.

Ventajas de la Prensa

- a) Bajo costo por lectores alcanzados.
- b) Permanencia física del mensaje impreso
- c) Oportunidad de comunicación
- d) Flexibilidad geográfica, alcance local, regional nacional.
- e) Presentación detallada del anuncio, incluye toda la información requerida.

Desventajas de la Prensa

- a) En el caso de amplia cobertura geográfica, poca selectividad de clientes específicos.
- b) Limitaciones técnicas, papel y tintas de baja calidad.

Este medio de comunicación masiva es ampliamente utilizado por la banca aprovechando sus ventajas de bajo costo por clientes alcanzados, permanencia del mensaje y principalmente la oportunidad de comunicación con su clientela. Las desventajas del medio no son relevantes por el mensaje que se transmite a sus usuarios.

7.1.2 La Radio

Este medio de comunicación es efectivo para el hombre, pues no necesita de imágenes para poder transmitir la información, le es mucho más fácil llegar a lugares lejanos.

La importancia de la radio como medio de difusión, se concentra principalmente en la naturaleza de lo que ésta representa como medio en sí, ya que, posee una calidad íntima de tú a tú, que la mayoría de los otros medios no tienen (Monzón, 2016). Uno de los factores más importantes de la radio es que su costo de producción es menos elevado que el de otros medios, esta característica, nos permite utilizar diversos medios creativos como voces, música y anunciadores en los comerciales. Se puede impactar directamente a las personas y esto es aprovechado por la banca para lanzar sus anuncios pegajosos que gustan a sus clientes.

Ventajas de la Radio

- a) Su bajo costo
- b) Excelente poder de cobertura y penetración
- c) Su popularidad, se enfoca según el nicho o sector que se focaliza.

9.2 Desventajas de la Radio

- a) Fugacidad, no se puede incluir información detallada
- b) Infinidad de públicos.

Dada su bajo costo la banca hace muchos anuncios por este medio impactando directamente a sus clientes actuales y potenciales.

7.1.3 La Televisión

La televisión es el más reciente de los principales medios de comunicación, pero el de más rápido desarrollo, que ha desplazado y disminuido el consumo de los otros, Uno de los factores que hicieron posible este rápido desarrollo, fue la base financiera a la que podía recurrir, prometiendo ser el vínculo más eficaz para la propaganda comercial.

Ventajas de la televisión

- a) Poder creativo
- b) Poder comunicacional
- c) Nivel de recordación de anuncios televisados

Desventajas de la televisión

- a) Alto costo
- b) Vida actual

La televisión es un medio poderoso para acercarse a la clientela donde el sector financiero no escatima a pesar de su alto costo por pauta; sin embargo, se ha visto afectado por la oferta de canales comerciales gratuitos a través de redes sociales que hacen que las personas estén más pendientes de sus redes sociales en sus celulares que en la televisión.

Actualmente se tiene una gran mayoría de personas especialmente los “millennials” que su comunicación es a través de redes sociales convirtiéndose en comunicación deshumanizada, sin contacto físico de ninguna forma, no hay estrechada de manos, abrazos, sonrisas, gestos; es simplemente un tecleo de información que incluso genera un lenguaje simplificado en base a palabras incompletas o abreviaturas.

Pareciera contradictorio ya que cuando más se accede a la información menos contacto tenemos y se pierden ciertas conductas básicas de convivencia. En algunos casos la saturación de información provoca que las personas se alejen y no desean contacto teniendo como resultado la incomunicación. La ecuación no resuelta es si no tuviéramos redes sociales, plataformas, correos o teléfonos inteligentes, como se hace el proceso de comunicación y que tan efectivo sería. Existen detractores y gente a favor, pero cada día que pasa las posturas los alejan diametralmente.

7.1.4 Las redes sociales

Las redes sociales se constituyen en dominadoras culturales de las personas, se expanden como sistemas abiertos en constante construcción de sí mismos, al igual que las personas que las utilizan. Es una conexión entre personas relacionadas a algún criterio o acuerdo. Tienen mucha influencia por que la información se obtiene desde un teléfono celular o Tablet y siempre está a disposición del usuario.

7.2 Reflexiones finales

Entender el arte de la planificación para construir una imagen, de la mano con un liderazgo transparente, serio, envuelto en la problemática social de relaciones con todos: clientes, proveedores, accionistas, comunidades; requiere de una adecuada comunicación estratégica donde se realza los objetivos de las empresas, su visión, su misión, para garantizar que el mensaje llegue a todos los lugares que interesa. El poder conocer y saber que efectivamente estamos llegando a todas nuestras partes interesadas y que las mismas lo toman en cuenta y el mensaje no es ignorado.

PARTE IV
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Capítulo 8

Presentación y Análisis de Resultados

8.1 Descripción del contexto

Como resultado de la presente investigación es procedente realizar la presentación de los resultados y su interpretación. Lo primordial de este capítulo es verificar si la pregunta de investigación puede ser respondida en base a revisar los antecedentes y el fundamento teórico.

La investigación se realizó en dos etapas: En la primera etapa, los instrumentos que se utilizaron en el presente trabajo consisten en cuestionarios e efecto de analizar el acceso a la información en el sistema financiero, personas especializadas en la materia, como Juristas guatemaltecos, clientes bancarios y empleados bancarios, así como personas que trabajan en materia económica y en comunicación dada la importancia del tema. Se llevaron a cabo noventa entrevistas para este efecto y se utilizaron dos cuadros para vaciar la información.

Dentro del Pilar III de los acuerdos de Basilea se establece: La Disciplina de Mercado donde establece normas de transparencia y la necesidad de contar con una **política formal de divulgación de la información** que permita a los usuarios evaluar aspectos básicos tales como: a) El ámbito de aplicación; b) Las exposiciones al riesgo; c) Los procesos de evaluación del riesgo; y d) la suficiencia del capital de la institución. Este pilar se vuelve una palanca para fortalecer la seguridad y solidez del sistema bancario. El objetivo es la generalización de las buenas prácticas bancarias y su homogenización internacional. (De MIGUEL, 2002).

La investigación revela que las preguntas planteadas son temas enfocados a la problemática actual que vive el país.

La segunda etapa de la investigación, incluyó el análisis del discurso de la publicidad de tres instituciones bancarias de acuerdo a los parámetros definidos en el instrumento.

8.2 Caracterización del proceso de investigación

El Profesor Rengifo García es siempre claro en establecer que la publicidad si es información y es vinculante. Si el mensaje de la banca se realiza adecuadamente, si aumenta la eficacia jurídica del derecho del consumidor a una información suficiente, veraz y oportuna. (Mora C. A., 2017)

Guatemala ha implementado los acuerdos de Basilea I y II, ejecutados por la Superintendencia de Bancos, la misma banca considera oportuno por parte de ellos compartir su información financiera con sus clientes, de alguna manera la clientela de la banca está siendo informada. Se busca reforzar la transparencia y la divulgación de información de los bancos a sus usuarios.

Es menester en esta investigación ahondar en la teoría del poder de Foucault, la teoría de los campos de Bourdieu, el análisis del discurso de Van Dijk para entender claramente el mensaje que se pasa de la banca a los usuarios de servicios financieros, se cumple o no con la pregunta de investigación en cuanto a) ¿Tenemos acceso a la información en el sistema financiero? Comprobaremos la misma en el desarrollo de la investigación.

8.3 Alcances y límites de la investigación

Los cuestionarios fueron contestados por un total de noventa personas de género masculino y femenino; de nivel educativo secundaria y universitaria. Otro aspecto tomado en cuenta fue el rango de edad para ver la incidencia de las diferentes generaciones en cuanto a su percepción del acceso a la información en el sistema financiero.

En cuanto a la segunda parte de la investigación, enfocada a la investigación documental fue conformada por dos periódicos Prensa Libre y Publinews que son los medios utilizados más activamente por los bancos para llevar a cabo su publicidad y el envío de su mensaje. Se tomó en cuenta también la información de seis bancos del sistema bancario de Guatemala: Crédito Hipotecario Nacional (CHN) que es el único banco estatal, así como los siguientes bancos privados: Banco de los Trabajadores (Bantrab), Banco Industrial (BI), Banco de Desarrollo

Rural (Banrural), Banco de América Central (BAC), Banco G&T Continental, Banco Promerica y Banco Agro Mercantil (BAM) Estos bancos representan en su conjunto representan el 68% del total de activos.

La publicidad es un producto, un servicio gratuito de información para los cuentahabientes y usuarios de servicios bancarios y está enfocada a proveer alguna experiencia positiva para el receptor. La libertad económica que garantiza nuestra Constitución de la República de Guatemala le da a la banca esa posibilidad de publicitar sus productos y servicios, o sea es una actividad totalmente legitimada. La libertad económica mencionada es de doble vía, el consumidor también tiene derechos y en la presente investigación es el acceso a la información para poder tomar de mejor manera sus decisiones sobre el manejo de su dinero.

8.4 Estrategias de investigación según el tipo de paradigma investigativo y diseño del estudio

El diseño de la investigación fue llevado a cabo en la medida que se procedía a avanzar en la misma, inicialmente se contempló entrevistas, las personas entrevistadas (noventa) de esta investigación fueron estudiantes hombres y mujeres inscritas en el primer y tercer semestre de la Escuela de Estudios de Postgrado de Ciencias de la Comunicación (treinta y cinco) y de la Escuela de Estudios de Postgrado de la Escuela de Estudios de Postgrado de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Facultad de Derecho (cincuenta y cinco) de la Universidad de San Carlos de Guatemala. En virtud de la muestra se calculó una muestra probabilística donde:

$$n = \frac{N}{1 + \frac{z^2 s^2}{N - 1}}$$

n= tamaño de la muestra que se desea conocer

N= número total de los sujetos de la población (206 estudiantes: de Escuela de Estudios de Postgrado de Ciencias de la Comunicación (80) y de la Escuela de Estudios de Postgrado de la

Escuela de Estudios de Postgrado de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Facultad de Derecho (126).

d = desviación o error que se está dispuesto a tolerar, 5%

z = puntuación típica correspondiente al nivel de confianza, 95%

s²= varianza de la población (lo que es normal), en este caso 50%

$$s^2 = (0.50) (0.50) = 0.25$$

Sustituyendo:

$$90 = \frac{206}{1 + \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50)}{(206 - 1)}}$$

Inicialmente se contempló las entrevistas, pero producto de las mismas fue necesaria ampliar la investigación con la interpretación del mensaje acerca de lo que los bancos quieren transmitir a sus clientes y como ejercen ese poder para mantener cautiva a su clientela.

Se identificaron atributos dentro del discurso por un espacio de nueve meses tales como: fecha de publicación, día de publicación, la institución bancaria que pauta, el mensaje enviado. Con lo mencionado se estima que los resultados obtenidos tienen validez y confiabilidad para el motivo central de esta investigación.

El paradigma de investigación cualitativa es una herramienta de gran valor ya que dentro del enfoque cualitativo es un campo interdisciplinario y transdisciplinario. Está orientado al proceso, es holístico, trata de comprender para estar enterado de todas las inquietudes de la clientela de la banca referentes al acceso a la información financiera. Conlleva también una conversación heurística que realiza entrevistas, toma nota de la publicidad relevante para incidir sobre el cliente individual y corporativo.

8.5 Resultados obtenidos

La investigación fue realizada en dos diferentes contextos, inicialmente la opinión de la clientela bancaria en cuanto su opinión acerca de los servicios prestados y del acceso a la información. La segunda parte un análisis de los anuncios de la banca a través de los periódicos Prensa Libre y Publinews donde se trató de analizar a los grupos de poder en cuanto el mensaje que quieren enviar a sus clientes.

8.5.1 Resultados Obtenidos, Primera Parte, Entrevistas

Los cuestionarios fueron contestados por un total de noventa personas de diferente género, edad, nivel escolar: donde su información general obtenida para esta investigación es la siguiente:

Cuadro No. 1
Genero

GÉNERO		
MASCULINO	50 personas	55%
FEMENINO	40 Personas	45%
TOTAL	90 Personas	100%

Fuente: elaboración propia

Desde la perspectiva de género es relevante mencionar la participación cada día más grande en las diversas actividades económicas del país. Esta muestra de 90 personas nos evidencia que el 45% de la información recolectada pertenece al género femenino como parte integral de la fuerza laboral en Guatemala.

Cuadro No. 2
Educación (nivel)

EDUCACIÓN (NIVEL)		
SECUNDARIA	17 Personas	19%
UNIVERSITARIO	73 Personas	81%
TOTAL	90 Personas	100%

Fuente: elaboración propia

El grado de estudio dentro de la muestra es interesante ya que en su mayoría son personas ya con un grado académico desde estudiantes, técnicos, licenciados, maestros hasta doctores, plenamente conscientes del funcionamiento del mercado de dinero manejado por las instituciones cubriendo básicamente sus necesidades respecto del manejo del dinero. Es interesante comentar que a pesar de que la muestra tiene un 19% sin grado académico, las personas evidenciaron un amplio dominio de las operaciones bancarias que apoyan sus labores cotidianas donde sobresalen los comerciantes.

Cuadro No. 3
Rango de edad

RANGO DE EDAD			GENERACION
21-25 años	8 Personas	9%	Millennials
26-30 años	20 Personas	22%	Millennials
31-35 años	16 Personas	18%	Millennials
36-40 años	14 Personas	15%	Generación X
41-45 años	10 Personas	11%	Generación X
46-50 años	6 Personas	7%	Generación X
51-55 años	6 Personas	7%	Baby Boomers
56-60 años	6 Personas	7%	Baby Boomers
61-65 años	4 Personas	4%	Baby Boomers
TOTAL	90 Personas	100%	

Fuente: elaboración propia

En relación al rango de edad de las personas encuestadas por rango de edad con diferencia de cinco años, la edad más participativa es la de 26-30 años, veinte personas que equivalen al 22% de porcentaje de la muestra; en segundo lugar 31-35 años con un 18% estos dos rangos suman el 40% de la muestra y están catalogados generacionalmente como “Millennials”. Estos rangos reflejan la realidad de Guatemala como un país muy joven donde el rango de diez años de 26 a 35 años son las personas que están en control del país. Características de los Millennials es que: a) cuestionan el Status quo, b) respetan la diversidad, c) la tecnología es algo normal para ellos, siempre están conectados virtualmente, d) son cuestionadores y desafiantes y e) les interesa el balance del trabajo y la vida

familiar. Estas características serán evidenciadas en las respuestas al cuestionario donde no les satisface el servicio de las instituciones financieras y demandan mejor atención al cliente, así como una mejor banca electrónica.

La generación “X” viene en segundo lugar con un 33% de la muestra, sus características son individualistas, solidarios, escépticos, practican la cultura de la inmediatez y creen en sí mismos y no en los otros; esto también se evidencia en la percepción que tienen del acceso a la información en el sistema financiero.

Los Baby boomers representan un 18% de la muestra, en esta generación está concentrado el mayor grado académico y sus preocupaciones manifestadas se enfocan hacia la solidez y seguridad financiera de los bancos para salvaguardar sus ahorros a diferencia de las dos generaciones anteriores que les preocupa más el servicio y que la banca electrónica funcione adecuadamente.

8.5.2 Análisis e interpretación, Primera Parte, Entrevistas

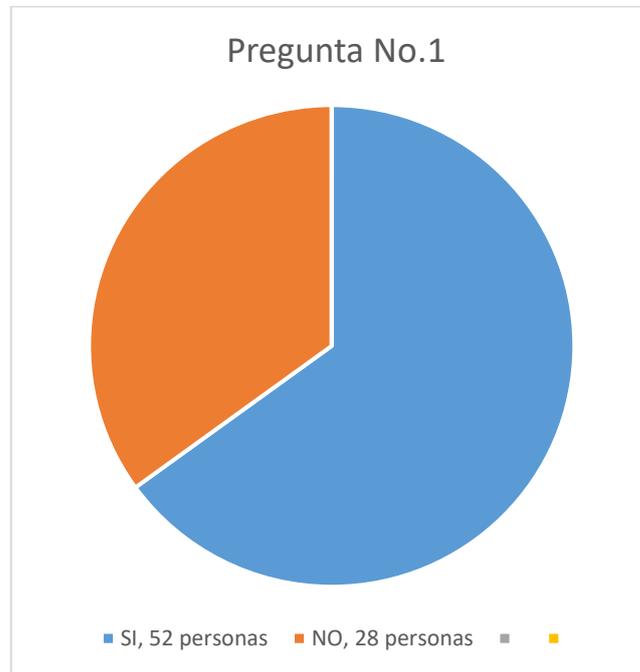
Análisis de preguntas del cuestionario

Pregunta 1

¿Considera usted, estar cómodo con la institución financiera que trabaja

Resultado 52 personas (65%) Respondieron SI, y 28 personas (35%) Respondieron NO

Gráfica No. 1
Pregunta No.1



Fuente: elaboración propia

Análisis

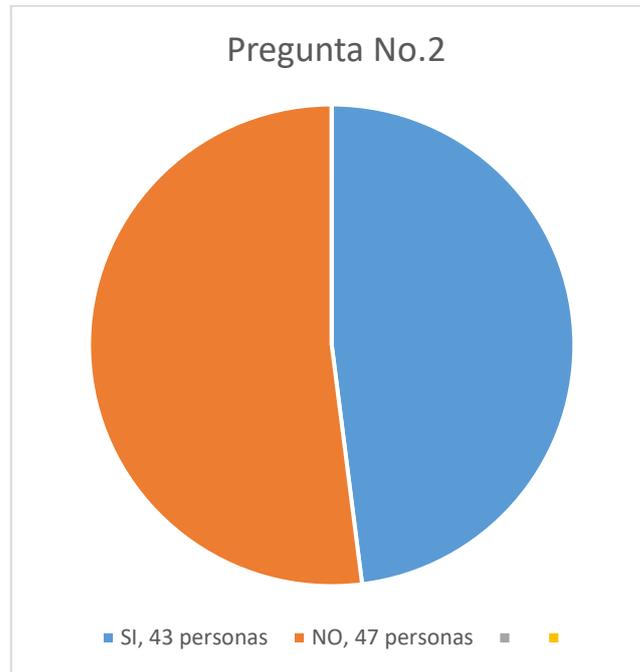
La mayor parte de los entrevistados consideran estar cómodo con la institución financiera que trabaja, como una tendencia natural, cabe señalar que hasta el momento que la pregunta fue planteada no habían pensado en esto. Dentro de la argumentación positiva esgrimida por los entrevistados tenemos estabilidad, buen servicio, solidez, ubicación, eficiente; todas son percepciones en base a experiencias personales. Las argumentaciones negativas mencionan cómodo, pero no satisfecho, la banca electrónica no es clara, no hay guías para la elaboración de documentos, mal servicio al cliente, poco deseo de informar al cliente. Las generaciones de Millennials y Generación “X” están orientadas al servicio al cliente y un buen funcionamiento de la banca electrónica. Características propias de ellas en contra sentido a los Baby boomers que se focalizan en seguridad financiera, solidez para salvaguardar sus ahorros.

Pregunta 2

¿Cuándo inició su relación bancaria, tuvo la oportunidad de escoger su banco?

Resultado 43 personas (48%) Respondieron SI, y 47 personas (52%) Respondieron NO.

Gráfica No. 2



Fuente: elaboración propia

Análisis

Es práctica en la iniciativa privada de que la institución financiera de la preferencia de las autoridades gerenciales y administrativas del banco es la que determina la apertura de cuentas de los empleados, por simple reciprocidad. De igual manera pasa en el sector público donde el Estado maneja todos sus fondos con Banrural y obliga a todos los empleados del Gobierno que tengan cuenta con esta institución financiera. Es la misma situación entre el sector privado y el sector de gobierno, los empleados no tienen opción para la apertura de su cuenta; esto no está en consonancia con lo que requiere los Acuerdos de Basilea respecto de Dentro del Pilar III que establece: La Disciplina de Mercado, donde establece normas de

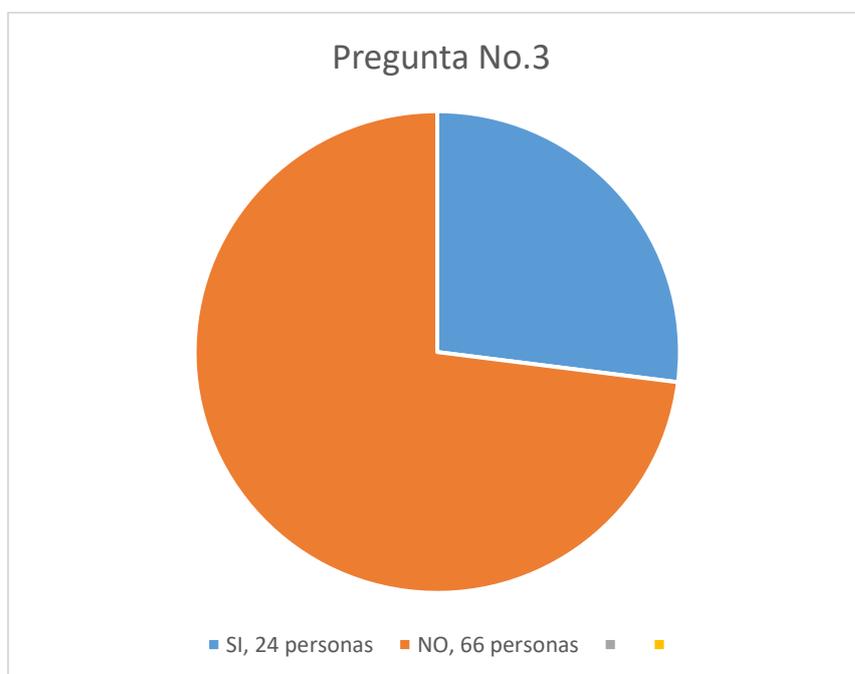
transparencia y la necesidad de contar con una **política formal de divulgación de la información** que permitirá a los usuarios evaluar aspectos básicos de la institución financiera. Los clientes están conscientes de que no tienen este acceso a la información porque no se tiene una política formal de divulgación de la información. Esto se hace evidente con los Millennials y los Baby boomers. En el caso de la presente pregunta, esta es la razón de por qué el No es mayor que el Sí. El proceso normal para Basilea es que el cuentahabiente sea el que decida donde quiere poner sus fondos.

Pregunta 3

¿Considera usted que conoce la situación financiera de su banco?

Resultado 24 personas (27%) Respondieron SI, y 66 personas (73%) Respondieron NO.

Gráfica No. 3



Fuente: elaboración propia

Análisis

Las personas que respondieron negativamente a este interrogante indicaron que desconocen completamente la situación financiera de su banco. Algunas veces ven pautas publicitarias enfocadas a productos, pero no en cuanto a la situación financiera. Indican que no tienen acceso a la información, que no se han tomado el tiempo de investigar, la información publicada en periódicos y en redes sociales es simple, práctica enfocada a los productos que necesitan, comentan que presentan una idea vaga de la estabilidad financiera institucional. Hacen referencia a que los bancos en instituciones financieras trasladan la información que a ellos como banco les interesa que conozca su clientela, pero no es esta la situación financiera.

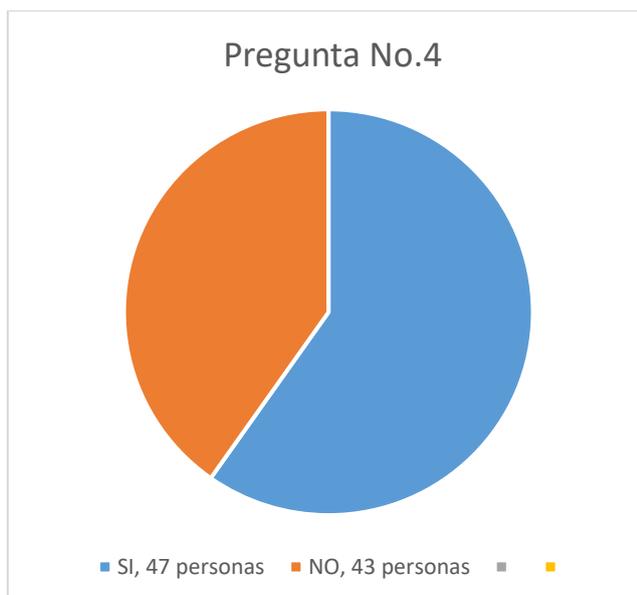
Las personas que dan respuesta positiva comentan que ven el portal de la Superintendencia de bancos siendo estas 24 equivalente al 27%.

Pregunta 4

¿Considera usted adecuada la participación del ente fiscalizador en los momentos actuales?

Resultado 47 personas (52%) Respondieron SI, y 43 personas (48%) Respondieron NO.

Gráfica No. 4



Fuente: elaboración propia

Análisis

Esta interrogante presenta una respuesta más balanceada en cuanto a la percepción de los clientes, arriba de la mitad piensa que es adecuada la participación del ente fiscalizador en los momentos actuales. La percepción es producto de anuncios de prensa, televisión, redes sociales y comentarios de amigos. Entre los comentarios positivos tenemos: La Superintendencia de Bancos es una institución muy activa que cuida su imagen y opera con personas capacitadas, Sus auditorías son constantes, No hemos tenido últimamente noticias negativas de la banca, Existen propuestas actuales a la Ley de Bancos y Grupos Financieros, Dadas las circunstancias actuales hay un enfoque grande en lavado de dinero. La percepción de la clientela es importante para los bancos y la Superintendencia de Bancos juega un papel determinante para esta imagen del sector bancario y de los grupos financieros.

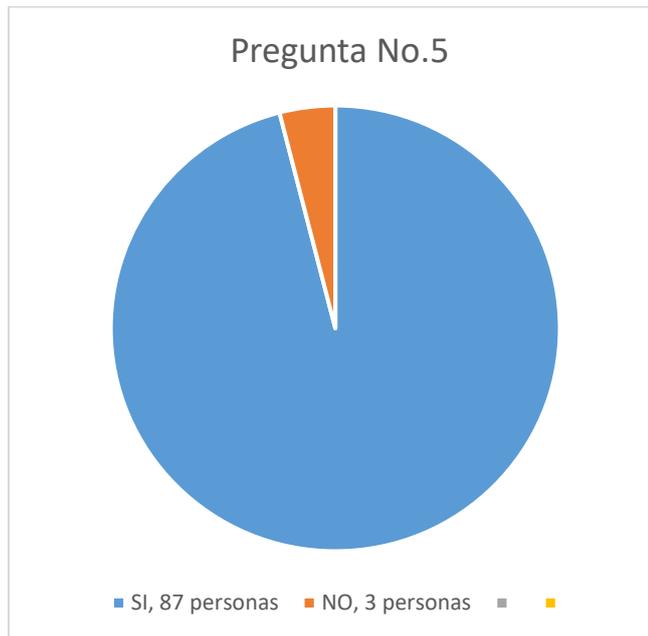
Los comentarios en sentido negativo están enfocados en: No se tiene suficiente personal para auditar a todo el sector financiero, hacen poco en cuanto a lavado de dinero, fiscalizan todas las operaciones, le faltan herramientas legales, su alcance es limitado, el usuario no tiene información sencilla y accesible, la banca esconde actuaciones en sus contratos, no tienen una política preventiva y no me he tomado el tiempo para investigar, Se interpreta de estos comentarios que dado el nivel académico de los entrevistados donde predomina el sector universitario se tiene un conocimiento más amplio de la situación de la banca actual, la opinión de los Baby boomers es la que se manifiesta por las experiencias acumuladas individualmente como corporativamente.

Pregunta 5

¿Cómo se entera de la situación financiera de su banco, periódicos, portal de internet, comentarios de amigos?

Resultado 87 personas (96%) Respondieron SI, y 3 personas (4%) Respondieron NO.

Gráfica No. 5



Fuente: elaboración propia

Análisis

La inmensa mayoría de las personas entrevistadas respondieron estar informadas por su banco, no precisamente de su situación financiera sino acerca de productos y servicios. En cuanto a los medios para comunicarse con sus clientes el resultado es el siguiente: Periódicos: equivalente al 50% de la muestra, 36% es a través de redes sociales o internet, 8% vía pláticas o reuniones de amigos y la televisión es únicamente el 6%. El resultado que arroja esta pregunta en cuanto a la importancia que se otorga a los periódicos (50%), incide para plantear el análisis teórico al mensaje transmitido de acuerdo a las estructuras sociales de Bourdieu, la teoría del

poder de Foucault y el análisis crítico del discurso de Van Dijk en los anuncios que hace la banca para entender por qué este medio es utilizado para enviar su mensaje a la clientela. Siendo esta la segunda parte de la presente investigación.

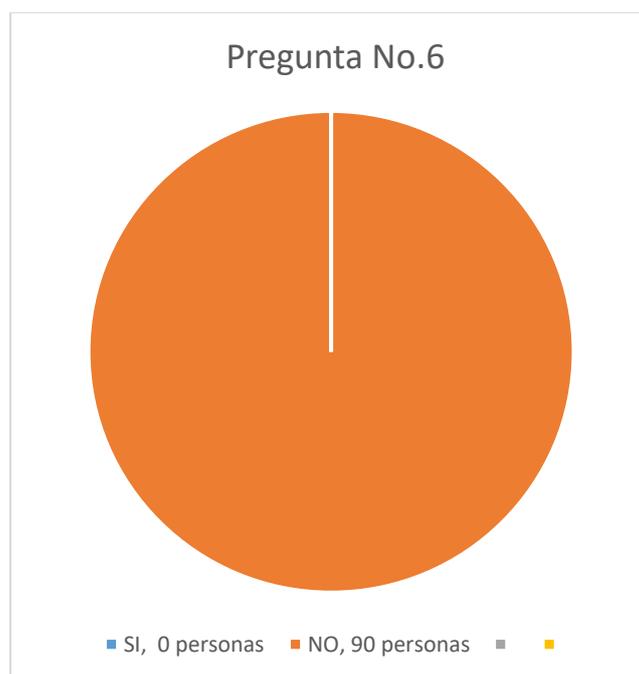
De la muestra tres personas manifestaron no estar informadas absolutamente nada de su banco o institución financiera y que no les interesa esa información.

Pregunta 6

¿Alguna vez ha solicitado información de la situación de su banco?

Resultado 0 personas (0%) Respondieron SI, y 90 personas (100%) Respondieron NO.

Gráfica No.6



Fuente: elaboración propia

Análisis

Esta es la única interrogante de la presente investigación que por unanimidad toda la muestra contestó un No rotundo, algunos de los comentarios esbozados a continuación: Me informo por las publicaciones de periódico, consulto el portal de

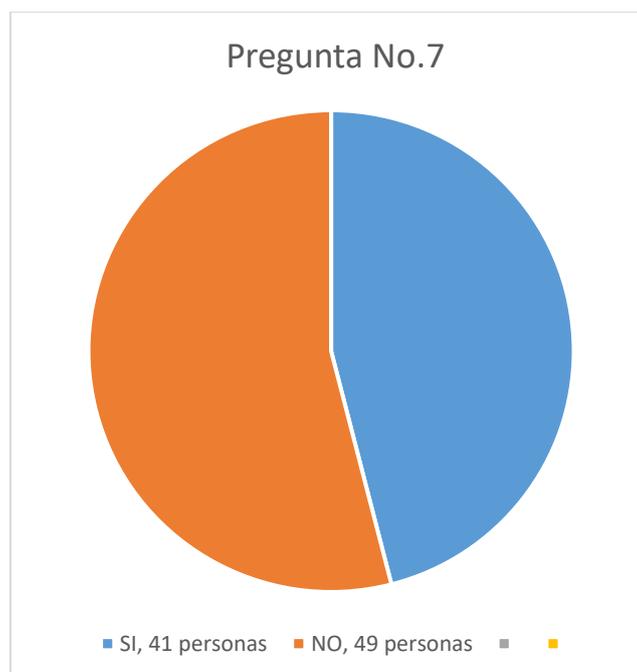
la Superintendencia de Bancos, nunca he tenido esa iniciativa, no me interesa, no ha sido necesario, no porque los bancos no son abiertos. Se infiere de las respuestas que el mensaje enviado por la banca a sus clientes es suficiente desde su punto de vista, a tal extremo que las personas no solicitan información de la situación financiera. El manejo que se hace de la comunicación entre el banco y sus clientes es desarrollado estratégicamente a su beneficio no cumpliendo con la transparencia que imponen los Acuerdos de Basilea, es sorprendente el resultado de esta pregunta.

Pregunta 7

¿Recibe con alguna periodicidad información de su institución bancaria?

Resultado 41 personas (46%) Respondieron SI, y 49 personas (54%) Respondieron NO.

Gráfica No.7



Fuente: elaboración propia

Análisis

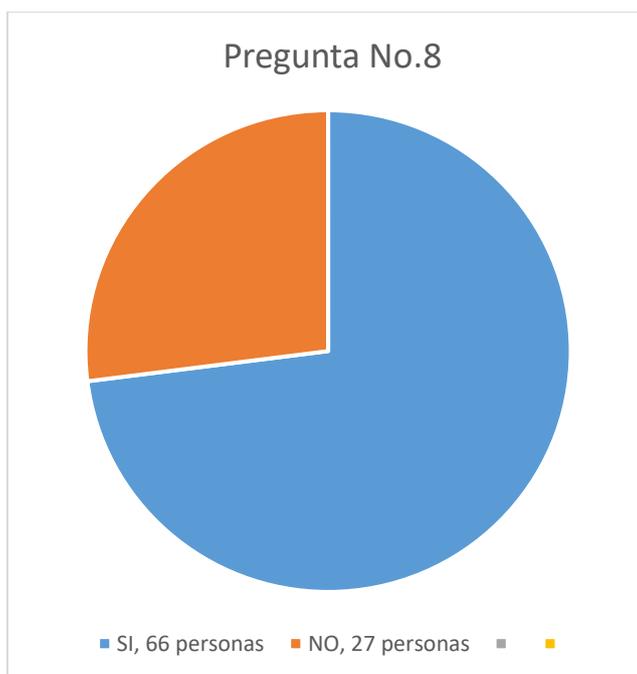
El resultado de la pregunta planteada da una respuesta que no fue la buscada en este cuestionario, 41 personas, el 46% respondieron afirmativamente aclarando que es únicamente con fines publicitarios o de venta, verbigracia: Recibo información de mis cuentas pero no del banco, recibo información de promoción de seguros, envían algunas veces boletines de información general no importante, solo recibo publicidad, eventualmente mandan correos para activar sus aplicaciones en línea, solo información publicitaria no financiera, Se evidencia un manejo estratégico de la comunicación por medio de la banca en cuanto que interesa vender sus productos u operaciones, la parte de la situación financiera no se transmite o traslada al cliente.

Pregunta 8

A su criterio ¿Considera sana la banca en Guatemala?

Resultado 66 personas (73%) Respondieron SI, y 24 personas (27%) Respondieron NO.

Gráfica No.8



Fuente: Elaboración propia

Análisis

Casi tres cuartas partes de las personas entrevistadas indican que consideran sana la banca en Guatemala, básicamente por las siguientes razones: Se ha fortalecido después de las malas experiencias (Banco del Café y Banco de Comercio), se transmite seguridad, hay bastantes bancos y se puede escoger el que convenga, es muy estable la banca nacional, es sana pero se debe mejorar en aspectos como la tarjeta de crédito, es estable con tendencia a mejora continua, no se presta a favores políticos. Una cuarta parte manifiesta su no satisfacción señalando: Es estable pero no sana, existe lavado de dinero, es contralada por grupos de poder, se tiene mucha desinformación, falta mejorar los controles del ente fiscalizador, los bancos gozan de muchos beneficios y poca fiscalización.

La muestra es significativa ya que se han pronunciado con balance de género, nivel académico, rango de edad y representación generacional, Todo es percepción y eso es lo que transmite y vende, algunas respuestas evidencian un conocimiento a fondo de la situación bancaria guatemalteca, pero prevalece la percepción que vemos en esta investigación el poder que para este sector tienen los periódicos siendo el 50% de acceso a la información por esta vía.

Se mencionan los grupos de poder que se comenta en el aspecto teórico de la presente investigación en cuanto a la teoría del poder de Foucault. Asimismo, se observan las estructuras sociales de Bourdieu como parte de la clientela bancaria. Como resultado de la respuesta de la pregunta cinco, se procede a analizar la publicidad en los periódicos que tanta penetración tiene en la clientela bancaria.

En las respuestas de este planteamiento se evidencia la participación dirigida, estratégica del órgano fiscalizador, la Superintendencia de Bancos que colabora a trasladar la imagen de estabilidad en el sistema financiero para evitar el riesgo de contagio y pánico financiero en los clientes. Los efectos de controlar el contagio son irreparables para el sistema ya que todo gira en torno a la confianza y a la buena fe.

Pregunta o comentario final

¿Algún otro comentario que desee agregar a la entrevista?

Algunos comentarios expresados por los entrevistados se debería informar de la situación financiera de los bancos en sus informes, los casos del pasado no dejan de causar cierto temor entre los clientes, existe discriminación en cuanto al acceso al crédito, se debe conocer el sistema financiero de Guatemala, la información en los medios de be ser entendible y comprensible no solo propaganda, actualmente la banca está muy monitoreada por la Superintendencia de Bancos y el nivel de exigencia se ha adecuado a la situación financiera del país y su población, la atención telefónica de cualquier banco es terrible e inhumana, existe una diferencia abismal entre tasas activas y pasivas, la banca debe ser transparente en el manejo de fondos públicos sometidos a fideicomisos.

Al hacer esta pregunta abierta se abre la posibilidad a tener acceso a otra información relativa a como se siente el cliente en la gestión diaria en los bancos e instituciones financieras. La mayoría de los comentarios son negativos dado el carácter abierto del interrogante. Desde el punto de vista de servicio y atención al cliente estos comentarios son vitales para una mejora del servicio. La clientela se da cuenta del manejo estratégico que hace la banca de la información general, aunque no lo exige.

8.5.3 Resultados y Análisis, Segunda Parte, Anuncios prensa escrita

La segunda etapa de la investigación, incluyó el análisis del discurso de la publicidad de seis instituciones bancarias de acuerdo a los parámetros definidos en el instrumento.

A continuación, se enumeran las unidades propuestas para el análisis, basadas en la teoría del análisis crítico de Van Dijk: a) Nombre institución financiera; b) Fecha; c) Título de la publicación; d) Tema; e) Medio y página; f) Abordaje y f) Análisis.

Anuncio No.1

Banco Industrial

Guatemala, martes 12 de junio de 2018

Las tarjetas débito y crédito del Banco Industrial, Copa Mundial de la FIFA



Imagen No.1. Fuente Prensa Libre, Página 16

Análisis Anuncio 1

En el transcurso de la investigación como resultado del cuestionario planteado a noventa personas de diferente género, nivel estudiantil y edad se determinó que el 50% de los entrevistados su principal medio de lo que consideran acceso a la información del sistema financiero es el periódico, razón por la cual se ha elabora un análisis de anuncios para entender el mensaje que se traslada a su clientela.

Grupos de poder

El Banco Industrial es parte del grupo financiero más grande de Guatemala, en los últimos veinte y cinco años ha mantenidos esta posición posicionándose como Grupo Financiero Corporación BI con nueve empresas en distintas ramas del negocio bancario financiero: Financiera, Almacenes Generales de Depósito, Seguros, Fianzas, Offshore y tarjeta de crédito. Identificado como la institución más grande y sólida de Guatemala.

Banco Industrial emergió en el seno de la Cámara de Industria de Guatemala en mil novecientos sesenta y ocho con el propósito de ayudar al sector industrial del país, el primer banco con una orientación corporativa por definición en Guatemala

Su publicidad lo evidencia contratando para su anuncio al internacional futbolista de Portugal, Képler Laverán Lima Ferreira mejor conocido como “Pepe”, es un futbolista brasileño nacionalizado portugués, que juega como defensa en el Besiktas JK de la Superliga de Turquía y exjugador del Real Madrid de España. Este grupo de poder, “Banco Industrial” evidencia claramente su poder económico al utilizar a “Pepe” como imagen del banco con ocasión de que este año es la copa Mundial de la FIFA para anunciar sus tarjetas de crédito y débito.

Análisis crítico del discurso

La región de Centro América y especialmente Guatemala centra su atención este año en el futbol, al hacer el análisis del anuncio el mensaje que manda el Banco Industrial es que es sólido, estable, confiable y por lo tanto puede contratar a una figura internacional para sus anuncios.

Conclusión

En esta pauta publicitaria se evidencia el grupo de poder enviando el mensaje que pueden hacer lo que sea para que su clientela esté tranquila y satisfecha con su

institución, indicando su dinero está en buenas manos y debidamente respaldado. Su discurso es su solidez, estabilidad, confiabilidad, el grupo financiero más grande de Guatemala y su lema de confianza “siempre a tu lado” , La pregunta que se plantea es si la clientela de servicios financieros bancarios está adecuadamente informada para tomar su propia decisión en cuanto a donde debe manejar su dinero o al final ni siquiera participa en la decisión ya que la institución para la cual labora le impone el banco con el cual debe tener su cuenta y a través del anuncio por el periódico Prensa Libre envía una comunicación estratégica hacia sus clientes manteniéndoles donde el Grupo financiero desea.

Anuncio No.2

Banco G&T Continental

Guatemala, jueves 05 de julio de 2018

Inicia, crece, trasciende

Prensa Libre, página 13



Imagen No.2. Fuente Prensa Libre, Página 13

Análisis Anuncio No.2

Grupos de poder

El Grupo G&T Continental es el tercer grupo financiero más grande de Guatemala, con una trayectoria de más de sesenta años reafirma su posición vanguardista y de liderazgo en el país. Actualmente reconocido por abrir brecha en la creación de productos y servicios innovadores, así como en dar respuesta a las necesidades de su cliente. Pretende ser un grupo humano, ágil y confiable.

En su publicidad apela al principio de que la familia es la base de la sociedad, mostrando una imagen familiar: “Inicia, crece, trasciende” enviando un mensaje que como grupo de poder están preocupados por la sociedad guatemalteca. Desde su perspectiva algo noble que pueden hacerlo dentro de su magnanimidad como grupo de poder.

Análisis crítico del discurso

El análisis crítico del discurso es un tipo de investigación analítica sobre el discurso que estudia primariamente el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político. El análisis crítico del discurso, con tan peculiar investigación, toma explícitamente partido, y espera contribuir de manera efectiva a la resistencia contra la desigualdad social. Lo planteado por Van Dijk se evidencia en este anuncio donde de una manera sutil y elegante mandan el mensaje de preocupación por la familia guatemalteca cuando la intención de fondo es captar depósitos para después poder otorgar créditos y hacer ganancias.

En este análisis crítico del discurso se influencia de la psicología y de las ciencias sociales, para llegar a la población cliente.

Conclusión

En esta pauta publicitaria se evidencia el grupo de poder enviando el mensaje sutil y elegante de preocupación por el núcleo familiar para que su clientela esté tranquila y satisfecha con su institución, indicando su dinero está en buenas manos y debidamente respaldado (el mismo fin de su antecesor el Banco Industrial) Su discurso es de solidez, estabilidad, confiabilidad, el tercer grupo financiero más grande de Guatemala y su lema de “ahorra o nunca”. Se evidencia una manipulación

de sentimientos nobles: núcleo familiar, desarrollo a futuro de la familia en la sociedad. Sin embargo, es un manejo elegante de la comunicación estratégica persiguiendo el fin de ahorrar porque eso conviene al grupo financiero para poder prestar posteriormente y obtener ganancias para su grupo.

Anuncio No.3

Crédito Hipotecario Nacional

Guatemala, jueves 05 de julio de 2018

Con un banco sólido, confiable y seguro, Su puerta al desarrollo

Prensa Libre, página 12



Imagen No.3. Fuente Prensa Libre, Página 12

Análisis Anuncio No.3

Grupos de poder

Es menester en esta investigación mencionar al Crédito Hipotecario Nacional que sin ser un grupo de poder grande en Guatemala, representa al Estado de Guatemala, al Gobierno y se considera un grupo de poder. Cabe hacer notar que el único banco

donde están garantizados los depósitos 100% por el Estado de Guatemala. Anteriormente eso era parte de su publicidad ya que los bancos privados solo manejan el Fondo de Protección del Ahorro que garantiza hasta Q20,000.00 por cliente. Actualmente la publicidad se asemeja al mensaje que envían los bancos privados como grupos de poder: solidez, confiabilidad y seguridad. La intención de la banca está focalizada a manifestarse como grupos de poder y que las personas consideren que es un privilegio trabajar con ellos.

Análisis crítico del discurso

El análisis crítico del discurso en el Crédito Hipotecario Nacional, a pesar de no ser un grupo de poder grande se enfoca hacia estar presente con su clientela y su lema es: “su puerta al desarrollo”, indicando que conjuntamente se pueden lograr grandes cosas para todos. Es un mensaje claro y transparente. Obviamente porque representa al Estado de Guatemala y no tienen las magnitudes ni los alcances de las dos instituciones financieras anteriormente mencionadas.

Conclusión

El Crédito Hipotecario Nacional sabe que es difícil competir en el sector bancario nacional y por eso es que presenta esta pauta publicitaria de una manera directa y transparente queriendo dar el mensaje de que están con los clientes en su desarrollo, pero como banco estatal y grupo de poder apela a la solidez, confiabilidad y seguridad. Cabe mencionar que reitera también el mensaje de que: “contamos con la incondicional e ilimitada garantía del Estado de Guatemala”, como se mencionaba este es privilegio único de Crédito Hipotecario Nacional. Guatemala como nación nunca ha dejado de honrar sus compromisos financieros tanto local como internacionalmente.

Anuncio No. 4

Banco de los Trabajadores, Bantrab

Guatemala, martes 12 de junio de 2018

Tu trabajo hace latir a Guatemala, por eso es la única garantía que necesitamos

Prensa Libre, página 11



Imagen No.4. Fuente Prensa Libre, Página 11

Análisis Anuncio No.4

Grupos de poder

El Banco de los Trabajadores ha pasado por un proceso de reorganización y reingeniería donde han enfocado sus esfuerzos a consolidarse como un sólido banco mediano en Guatemala. Parte de este esfuerzo los ha llevado a cambiar su lema publicitario (Confiamos en ti, trabajamos por ti) y su imagen corporativa. Este banco fue creado inicialmente con aporte del Estado y de los trabajadores, hoy es un banco privado que en su proceso de reorganización lo enfoca a sus orígenes o sea el bienestar de los trabajadores.

Análisis crítico del discurso

El análisis crítico del discurso en Banco de los Trabajadores, Sus anuncios son de corte moderno enfocado en sectores de generación x, y millenials, el espíritu de su gobierno corporativo está dirigido hacia la responsabilidad social empresarial enfocada a los trabajadores: “Tu trabajo hace latir a Guatemala, por eso es la única garantía que necesitamos” y su lema “Confiamos en ti, trabajamos por ti” está en la misma línea. Participan principalmente del mercado de banca personal, no pueden competir abiertamente contra los grandes grupos de poder de la banca en Guatemala pero tratan de consolidarse en su nicho.

Conclusión

Banco de los Trabajadores al igual que el Crédito Hipotecario Nacional sabe que es difícil competir en el sector bancario nacional y por eso es que presenta su pauta publicitaria de una manera simple queriendo dar el mensaje de que están con los trabajadores acompañándolos en el desarrollo, vibrando con Guatemala y le dejan saber a su cliente que ellos son “la única garantía que necesitan” como contrapropuesta a los trámites burocráticos que caracterizan a la banca nacional a pesar de que al final el cliente tiene que caer inmerso en la misma tramitología. Mensaje moderno, suave y adaptado a su proyección de desarrollo y crecimiento como institución bancaria media.

Anuncio No. 5

Banco Industrial

Guatemala, viernes 05 agosto de 2018

Tu trabajo hace latir a Guatemala

Prensa, página 14



Imagen No.5. Fuente Prensa Libre, Página 16

Análisis Anuncio No. 5

Grupos de poder

Como se indicó en el análisis del anuncio 1, El Grupo Banco Industrial es el grupo financiero más grande de Guatemala y lo manifiesta y hace ver en su publicidad. En este anuncio no se centra en personas conocidas mundialmente, enfoca el manipuleo de sus clientes hacia su producto específico, que solo Industrial lo tiene, su tarjeta Club BI que es de débito y descuento. Se asocia con otra empresa nueva

grande que recientemente llegó a Guatemala, la Hiper Ferretería EPA procedente de capital venezolano, compitiendo directamente contra Cemaco y Novex.

El mensaje es nosotros somos los más grandes y fuertes en Guatemala por ende podemos asociarnos con este tipo de empresas para su bienestar, reconociéndole como cliente del grupo banco Industrial, otorgándole 20% de descuento. Solo nosotros podemos hacer esto para ustedes.

Conclusión

En esta pauta publicitaria se evidencia el grupo de poder enviando el mensaje que pueden hacer lo que sea para que su clientela esté tranquila y satisfecha con su institución, indicando su dinero está en buenas manos y debidamente respaldado. Su discurso es solidez, estabilidad, confiabilidad, el grupo financiero más grande de Guatemala y apelando a la sensación de distinción: A muchos bolsillos les gusta esto, 20% de descuento.

Prevalece la inquietud si la clientela de servicios financieros bancarios está adecuadamente informada para tomar su propia decisión en cuanto a donde debe manejar su dinero, al final se está vendiendo una imagen, una sensación de solidez y estabilidad; envía una comunicación estratégica hacia sus clientes manteniéndoles donde el Grupo financiero desea, felices y contentos.

Anuncio No. 6

Bantrab

Guatemala, jueves 23 de agosto de 2018

Tu trabajo hace latir a Guatemala

PREVENTA EXCLUSIVA

CARLOS VIVES EN GUATEMALA

del 22 al 29 de agosto en las siguientes agencias Bantrab:

- C.C. Oakland Mall
- C.C. Miraflores
- C.C. Peri Roosevelt
- C.C. Condado Concepción
- C.C. Portales
- Agencia Central, zona 9
- Cayalá, Puntos Todoticket

VIVES TOUR

OCTUBRE 26

	Precio regular	Precio preventa	Descuento permanente
Experiencias Bantrab	Q1,500	Q1,125	Q1,275
Ultra	Q850	Q637.50	Q722.50
VIP	Q750	Q562.50	Q637.50
Oro	Q550	Q412.50	Q467.50
Preferencia	Q275	Q206.25	Q233.75

A estas cantidades se le aplican los cargos por servicio de Todoticket.

Imagen No.6. Fuente Prensa Libre, Página 10

Anuncio No. 7

Bantrab

Guatemala, jueves 23 de agosto de 2018

Tu trabajo hace latir a Guatemala

Nuestro Diario, página 8



Imagen No.7. Fuente Nuestro Diario, Página 8

Análisis Anuncios Nos. 6 y 7

Grupos de poder

Como indicamos anteriormente, Banco de los Trabajadores ha pasado por un proceso de reorganización y reingeniería donde han enfocado sus esfuerzos a consolidarse como un sólido banco mediano en Guatemala. Parte de este esfuerzo los ha llevado a cambiar su lema publicitario (Confiamos en ti, trabajamos por ti) y su imagen corporativa. En la actualidad su visión institucional es “hacer de los trabajadores la principal fuerza financiera del país” y “mejorar la experiencia del cliente con nuestros productos y servicios”.

Análisis crítico del discurso

El análisis crítico del discurso en Banco de los Trabajadores, Sus anuncios son de corte moderno enfocado en sectores de generación x, y millenials, es por esta razón que auspician el evento donde traen a Guatemala al famoso cantante Carlos Vives de Colombia, para llamar la atención de ese nicho generacional. Estamos presentes en el nicho que queremos estar, les decimos que podemos traer a Carlos Vives y que nuestros clientes tienen lugares preferenciales para ver el concierto; esta publicación la hacen en Prensa Libre, medio enfocado a un sector pensante/adulto de la población. El segundo anuncio lo publican en Nuestro Diario el mismo día, paginas similares, donde el enfoque es más amplio por la naturaleza de sus lectores. En el segundo anuncio también el mensaje es podemos traer a Fonseca y a Juan Luis Guerra, somos banco mediano, pero podemos hacer estas actividades en beneficio de nuestra clientela. Como no pueden competir abiertamente con los bancos grandes, envían este fino mensaje de manipular a la clientela.

Conclusión

En ambos anuncios, es un mensaje moderno, suave y adaptado a su proyección de desarrollo y crecimiento como institución bancaria media; asimismo identificado con el sector adulto joven y adulto, a través de la música que es el lenguaje universal. Sus clientes regulares tienen 25% de descuento y los posibles clientes atraídos por los conciertos les ofrecen 10% de descuento si llenan un formulario de información. Además: discos autografiados, guitarras y experiencia backstage con los artistas. Es una manipulación de la clientela atrayéndola desde el punto de vista musical, desorientando completamente a la clientela con su acceso a la información financiera.

Anuncio No. 8

Promerica

Guatemala, jueves 09 de agosto de 2018

Solo hoy gasolineras, 10% reintegro

Publinews, página 1



Imagen No.8. Fuente Publinews, Página 1

Anuncio No. 9

Promerica

Guatemala, martes 21 de agosto de 2018

Solo hoy restaurantes, 30% reintegro

Publinews, página 1



Imagen No.9. Fuente Publinews, Página 1

Anuncio No. 10

Promerica

Guatemala, miércoles 08 de agosto de 2018

Solo hoy supermercados, 15% reintegro



Imagen No.10. Fuente Publinews, Página 1

Análisis anuncios Nos. 8 ,9 y 10

Grupos de poder

El Banco Promerica, parte del grupo Promerica es parte de la influencia de capital nicaragüense en Guatemala, venido al país desde finales de los años noventa saliendo de la situación inestable económica provocada por el régimen Sandinista en Nicaragua. Iniciándose con el manejo de tarjetas de crédito. Posteriormente con la aprobación de la Reforma Financiera en Guatemala en el año de 2002 se crea el concepto de Grupo Financiero y se obliga a que el sector de tarjetas de crédito sea incorporado a un Grupo Financiero. En el año de 2007 compra Bancasol para poder legalizar sus operaciones y luego en el año 2017 compra Citibank Guatemala S.A. y Cititarjetas de Guatemala S.A. que eran la división de banca personal de Citibank. Actualmente es un grupo regional con operaciones en nueve países de Centro América, Sur América y el Caribe. Obviamente es un grupo de poder especializado en tarjeta de crédito que viene a competir con los otros grupos financieros del país.

Análisis del Discurso

En el segmento de tarjetas de crédito compiten abiertamente con los emisores grandes de los bancos del sistema (BAC Credomatic, Industrial, G&T Continental) tratando de hacer efecto en el mercado, para lograr que un producto impacte se debe tener al menos el 25% de la posición

del mercado que se compite, Promerica tiene un poco más, razón por la cual desafía a todos los competidores, buscando llegar a su cliente nicho que es el de tarjeta de crédito.

El sector de tarjeta de crédito se caracteriza por manejar altas tasas de interés para sus clientes, cercanas al 40/45%, por lo cual es ampliamente criticado; justificando los niveles de tasas de interés por el riesgo que toma cuando se otorga una tarjeta de crédito con sus clientes. Verbigracia un cliente al otorgársele una tarjeta de crédito puede inmediatamente utilizar la totalidad del crédito autorizado. Los gastos relativos a la publicidad y la fidelidad del cliente son considerados altos de igual manera.

Por los argumentos esgrimidos Promerica trata de fidelizar al cliente a través de campañas publicitarias altamente atractivas que tratan de que utilice su tarjeta de crédito como son los anuncios analizados reintegro de 10% en gasolina, 15% en supermercados y 30% en restaurantes. Promerica trata de forzar la utilización de sus productos vía estos atractivos descuentos para sus clientes, pero solo les da un par de días para que puedan gozarlo. Induce a su clientela a utilizar su producto no importando si el cliente puede o no pagar el mismo.

Cabe señalar que desde el punto de vista de los establecimientos el criterio es que normalmente una persona va a comprar algo si lo necesita o lo puede pagar. El negocio con el establecimiento es el descuento que le aplica el emisor de tarjeta de crédito (Promerica) por su aceptación que va desde el cuarto del uno por ciento hasta un siete por ciento. El establecimiento por ejemplo vende Q100.00 pero recibe si el descuento es 2%, Q98.00. El punto es que es mejor vender a descuento que no vender. Allí es donde aprovechando su posición como grupo de poder y con las herramientas publicitarias adecuadas logran forzar la venta.

Conclusiones

El negocio de tarjeta de crédito es igual en todo el mundo, la diferencia radica en lo que cobran por la tasa de interés, en el caso de Guatemala como país en vías de desarrollo la tasa es alta como se mencionaba en virtud de que la tasa de interés es proporcional al riesgo asumido. En los países desarrollados las tasas de interés por concepto de tarjeta de crédito se estiman entre 15/20%, menos de la mitad que nosotros los guatemaltecos pagamos.

Su publicidad es altamente atractiva con esos descuentos por un par de días y el efecto en la clientela es que agradecen la oportunidad comprando cosas que realmente no necesitan. El propósito del mensaje del grupo de poder se ejecuta a la perfección logrando cumplir sus

propósitos y además el cliente queda satisfecho temporalmente en lo que recibe su estado de cuenta en su fecha de corte. La manifestación del grupo de poder es sutil, poderosa y sobretodo, muy efectiva.

Anuncio No. 11

Guatemala, viernes 20 de julio de 2018

Ahorré para mi carrito y con BAM GanAhorro compré mi carrote



Imagen No.11. Fuente Prensa Libre, Página 53

Anuncio No. 12

Guatemala, jueves 09 de agosto de 2018

Ahorré para mi carrito y con BAM GanAhorro compré mi carrote



Imagen No.12. Fuente El Periódico, Página 1

Análisis Anuncios Nos. 11 y 12

Grupos de Poder

Dentro del proceso de fusiones y adquisiciones que ha experimentado Guatemala, pasando de treinta y dos bancos a dieciocho actualmente; una de estas fusiones dio vida al Grupo Financiero Agromercantil en el año dos mil, fusionándose los dos bancos con mayor orientación al sector agrícola de Guatemala, Banco del Agro y el Banco Agrícola Mercantil.

En el año dos mil dos se da la Reforma Financiera justo después de la fusión de estos bancos. Guatemala dependía fuertemente del sector agrícola, hoy en día nuestra economía está mejor balanceada incluyendo a otros sectores como: industria, comercio, servicios, construcción; liberando la dependencia del sector agrícola. Sin embargo, con la fusión mencionada a nivel de Banca las operaciones de este grupo también se han diversificado y lo consolidan como un grupo de poder en Guatemala.

El poder del sector bancario radica en lo económico y en la potestad de que en algún momento los clientes tanto individuales como corporativos necesitan del crédito.

Análisis del Discurso

El BAM es un grupo de poder tradicional de la vieja guardia en Guatemala, son cautelosos y tradicionalistas. Así es su publicidad, elegante, mesurada, tradicional, tratándose de adaptar a los cambios del milenio. El mensaje de su campaña publicitaria en el primer anuncio: “Ahorré para mi carrito y con BAM GanAhorro compré mi carrote”, es tradicional como se indica. Saben que tienen que tener que estar en el juego, pero lo hacen sutil y elegante apelando a la función primaria de la banca que es la intermediación financiera, dicho en otras palabras: ahorrar y prestar. El mensaje del segundo anuncio es únicamente invitación a la IV Carrera BAM; siempre elegante y tradicionalista, en el presente caso con un ingrediente de responsabilidad social empresarial, “a beneficio de Fundación para niños quemados de Guatemala” para evidenciar su preocupación por la comunidad.

En el primer mensaje el discurso es sencillo enfocado a su base tradicional de clientes que son fieles por su orientación y su antigüedad, no necesita algo más agresivo o sofisticado como lo

hacen otros bancos. Conocen bien el rol que juegan y lo explotan como lo hace el resto del sistema bancario captando sus fondos sin informar mayor cosa de sus operaciones. Si informan, lo hacen de tal manera que lo presentan tan enredado que hace imposible entender su contenido para efectos de acceso a la información.

El segundo mensaje es: informar, manifestar la responsabilidad social empresarial y como grupo de poder pueden ayudar a los grupos necesitados de Guatemala. Cabe destacar que desde que Guatemala ganó su primera medalla olímpica en 2012 hay una tendencia hacia las carreras o maratones, actividad sencilla que se explota como imagen y sentido de pertenencia a la comunidad.

Conclusiones

La manera de hacer banca evoca la etapa tradicional de los banqueros que esperaban a sus clientes en sus oficinas, legitimando su actuación en relación al prestigio obtenido a través de tantos años trabajando.

Su publicidad sigue esta tónica de tradicionalista, elegante, sencilla orientada a lo básico. Realizando una pequeña adaptación dentro de este enfoque a los tiempos modernos globalizados que vivimos.

Anuncio No. 13

BAC, Banco de América Central

Guatemala, viernes 20 de julio de 2018



Expo mueble 2018, faltan 5 días

Imagen No.13. Fuente Prensa Libre, Página 11

Anuncio No. 14
BAC, Banco de América Central

Guatemala, martes 28 de agosto de 2018

Si lo vives con nosotros, no hay comparación, Momentos



Si lo vives con nosotros, no hay comparación
Momentos

Conoce nuestras próximas preventas para que no te pierdas ninguno de los beneficios exclusivos que tus tarjetas de crédito y débito BAC Credomatic tienen para ti:

Manzanero & Mecedades 📅 2 de octubre de 2018 📍 Centro Cultural Miguel Ángel Asturias. 🎟️ Preventa del 26 de agosto al 2 de septiembre de 2018.	Thirty Seconds to Mars 📅 9 de octubre de 2018 📍 Fórum Majadas 🎟️ Venta de tickets a través de Todoticket.	Soy Luna 📅 10 de octubre de 2018 📍 Explanada Cardales de Cayalá. 🎟️ Preventa del 27 de agosto al 2 de septiembre de 2018.
Fey & Kabah 📅 13 de octubre de 2018 📍 Fórum Majadas. 🎟️ Preventa del 29 de agosto al 5 de septiembre de 2018.	Stomp 📅 Del 9 al 11 de noviembre de 2018 📍 Centro Cultural Miguel Ángel Asturias. 🎟️ Preventa del 28 de agosto al 9 de septiembre de 2018.	Recuerda que puedes pagar tus entradas para nuestros eventos con: Puntos Tasa Cero

Si no tienes tu tarjeta, solicítala llamando al 2361-0909

todoticket
📱 📧 📍 | @baccredomatic
www.baccredomatic.com

BAC CREDOMATIC

Aplican condiciones y restricciones. Conoce todo sobre nuestras experiencias visitando la sección de Momentos en www.baccredomatic.com

Imagen No.14. Fuente Prensa Libre, Página 11

Anuncio 15

BAC, Banco de América Central

Guatemala, viernes 14 de septiembre de 2018

Queremos que en todos tus pasos tengas la seguridad de el banco regional más grande de Centroamérica y Panamá.

Prensa Libre, página Internet



Imagen No.15. Fuente Prensa Libre, Página Internet

Análisis anuncios Nos. 13, 14 y 15

Grupos de Poder

El Banco de América Central BAC es parte del grupo financiero BAC-Credomatic de Guatemala, conjuntamente con otras cinco empresas enmarcadas en diferentes actividades financieras: bolsa, banco, financiera, offshore y el principal negocio tarjetas de crédito. Es parte a su vez del mismo grupo regional con operaciones en toda Centro América, México y Panamá. Fundado en mil novecientos cincuenta y dos como Banco de América en Nicaragua

enfocado principalmente al negocio de tarjeta de crédito. Años después con los problemas que tenía Nicaragua y la visión de sus fundadores se expande por toda el área Centroamericana.

En el año dos mil cuatro; GE consumer finance, la división financiera de la multinacional estadounidense “General Electric” adquiere la mitad de las acciones del Grupo e inicia operaciones en México. Posteriormente en el año dos mil diez el Grupo Aval de Colombia adquiere el grupo de BAC-Credomatic. Cabe hacer notar que este grupo colombiano es formado por cinco instituciones financieras y decidieron invertir en Centro América.

El Grupo Aval de Colombia es el dueño de BAC-Credomatic por ende es un grupo de poder muy poderoso que dado la reducción de bancos en Guatemala y la estabilidad macro económica, le interesó invertir en Guatemala.

En nuestro país son los líderes en el negocio de tarjeta de crédito con muchos años de conocer el mercado y atender a la clientela local. Es un fuerte competidor de todo el sector bancario en Guatemala y dada la dependencia del crédito inmediato que es la tarjeta de crédito por parte de los consumidores, al igual que los otros grupos de poder concentran sus esfuerzos en dar premios, reconocimientos a sus clientes para mantenerlos contentos.

El acceso a la información lo manejan cumpliendo lo mínimo necesario que hay que informar, y sus clientes están más pendientes de sus ampliaciones de créditos o visa cuotas que de saber si su banquero les provee toda la información necesaria para tomar decisiones.

Análisis del discurso

El mensaje de BAC-Credomatic es poderoso en los tres anuncios tomados en tres diferentes meses quieren demostrar su fuerza y su poder. En el Número 13, es una invitación al evento de Expo Mueble 2018, diciendo los grandes estamos presentes en estos eventos. El Número 14 es aún más fuerte y poderoso, nos presentan la calendarización de todos sus conciertos que van a patrocinar los próximos meses: Manzanero, Mocedades, Fey, Kabah, Thirty seconds to mars, Soy Luna y Stomp. Todos artistas de primera línea conocidos ampliamente tanto en Guatemala como en México, Estados Unidos de Norte América y Centro América. Evidencian su poder, evidencian su fuerza como Grupo Aval de Colombia y la penetración que tienen como grupo Centroamericano. No están trayendo a un artista, participan activamente para traer a Guatemala a 7 connotados artistas y grupos musicales. Su mensaje es sublime “Si lo vives con nosotros, no hay comparación, Momentos. BAC está gratificando a sus clientes, tienen preventa y el

beneficio de que pueden pagar sus entradas con puntos o tasa cero al utilizar la tarjeta. El cliente se siente impactado por que su banco trae a sus queridos artistas. Ese es el mensaje, el cliente ya no repara en saber si su banco está en buenas condiciones financieras si es capaz de traer a todos esos artistas para ellos es que es extremadamente solvente. Mencionaba la teoría de Bourdieu que: El poder simbólico no puede ejercerse sin la contribución de los que lo soportan porque lo construyen como tal.

En el anuncio Número 15, es un mensaje consistente del poder del grupo Aval de Colombia, apelando a los orígenes centroamericanos del grupo, “Queremos que en todos tus pasos tengas la seguridad de el banco regional más grande de Centroamérica y Panamá. Acá estamos presentes podemos competir contra Industrial o G&T Continental, se ponen a la par de los dos grupos bancarios más grandes del país y dicen somos un jugador de la misma talla.

Conclusiones

Innegable el despliegue del poder pleno para controlar y manipular a los clientes con esos ganchos para satisfacer a su clientela, además de que utilizan sus puntos y su tarjeta de crédito para atender el concierto. Posteriormente no pueden hacer frente a sus gastos básicos de sobrevivencia, porque su tarjeta de crédito está ya sin límite de crédito. Es un manejo total consciente y el cliente si le pasan una encuesta de satisfacción, está plenamente satisfecho.

Anuncio No. 16

Banco de Desarrollo Rural, Banrural

Guatemala, martes 03 de julio de 2018

Tu Remesa trae sorpresa

1720

www.banrural.com.gt

TU REMESA TRAE SORPRESA

En julio y agosto pide tu remesa por Banrural y puedes ganar pantallas LED de 32", celulares y premios en efectivo.

Remesas
BANRURAL

Más fácil, más cerca, más rápido.

BANRURAL
El amigo que te ayuda a crecer

Imagen No.16. Fuente Publinews, Página 3

Anuncio No. 17

Banco de Desarrollo Rural, Banrural

Guatemala, jueves 30 de agosto de 2018

¿Tus bolsillos parecen de mago: nada por aquí, nada por allá?

www.banrural.com.gt

¿Tus bolsillos parecen de mago:
nada por aquí,
nada por allá?

Ya!
de **Crédito Amigo**
BANRURAL

- ✓ Hasta Q 200,000.00
- ✓ Trámite rápido
- ✓ Con y sin fiador
- ✓ Excelente tasa de interés
- ✓ Sin cobros escondidos

Solicita tu Crédito Ya! en agencias Banrural.

BANRURAL
El amigo que te ayuda a crecer

Imagen No.17. Fuente Publinews, Página 5

Anuncio No. 18

Banco de Desarrollo Rural, Banrural

Guatemala, lunes 17 de septiembre de 2018

Trabajando en equipo seremos una fuerte y leal unidad



Imagen No.18. Fuente Prensa Libre, Página 41

Análisis anuncios Nos. 16, 17 y 18

Grupos de poder

Banco de Desarrollo Rural, Banrural forma parte del Grupo Financiero Banrural compuesto por tres corporaciones: Banco de Desarrollo Rural, Financiera Rural y Aseguradora Rural. Es el único banco con presencia de agencia bancaria en los trescientos cuarenta municipios que tiene Guatemala. Esta presencia física es fundamental en su campaña publicitaria y acercamiento al cliente.

Banrural está orientado al desarrollo rural integral del país, con servicios de banca universal con cobertura nacional y regional, dirigido preferentemente al micro, pequeño y mediano empresario, agricultor y artesano.

Se funda en el año de mil novecientos noventa y siete teniendo sus orígenes en el antiguo Banco Nacional del Desarrollo Agrícola, Bandesa. Ha logrado posicionarse como uno de los cinco bancos más grandes del país. Su enfoque es querer ser líder en el financiamiento del desarrollo a través de agencias y diferentes canales, con rentabilidad sin descuidar la responsabilidad social. Cabe mencionar que conjuntamente con Industrial y G&T Continental son de los bancos más rentables en el país.

Análisis del Discurso

Es muy consistente en su publicidad enfocada al desarrollo, su presencia en todos los municipios del país y su responsabilidad social. En el anuncio No. 16, habla de las remesas familiares, en Guatemala recibimos aproximadamente nueve mil doscientos millones de dólares americanos equivalentes al doce por ciento del producto interno bruto del país, equivalente también al presupuesto de ingresos y egresos de la nación. Las remesas familiares son un componente muy importante que aporta y activa nuestra economía incidiendo en la calidad de vida del guatemalteco.

Banrural sabe que al menos tres millones de guatemaltecos están radicados en Estados Unidos de Norte América, ilegales o legales. Es un número atractivo que lo valida la cantidad de remesas que mensualmente envían hacia Guatemala. En el afán de captar esos depósitos lanzan su campaña publicitaria “tu remesa trae sorpresa” poniendo como incentivo, pantallas LED, celulares y premios en efectivo. Banrural es muy hábil para reconocer esta situación de las remesas y la trata de explotar en virtud de su red de agencias presente en todos los municipios del país. Pueden técnicamente darle el servicio a cualquier guatemalteco en el exterior indistintamente de su municipio de origen. Es una gran ventaja competitiva que aprovechan y explotan para su crecimiento y beneficio.

En el anuncio No. 17 lo enfocan a situaciones diarias que se presentan en la población: “¿Tus bolsillos parecen de mago: nada por aquí, nada por allá?, el acontecer de todo trabajador de cualquier sector productivo y el mensaje es que Banrural puede ayudarte con su producto “Ya! De Crédito Amigo, Banrural”. Conocen perfectamente las necesidades del cliente y lo transforman en publicidad enfocada al beneficio de su cliente o futuro cliente. Como indica Van Dijk: “una coherencia lineal” y “El ACD está en la sociedad, comportamientos sociales y psicológicos”; Banrural entiende su clientela y hace la coherencia lineal de su mensaje con su clientela poniendo su estructura física a su servicio.

Banrural siempre consistente con su estrategia, en Anuncio 18, envía el siguiente mensaje: “Trabajando en equipo seremos una fuerte y leal unidad” mostrando una panadería. La importancia del pan es que se hace a base de trigo, cuando se analiza en economía un commodity (Artículo sujeto a compra/venta en los mercados internacionales) los cuatro artículos más importantes para el mundo son: petróleo, arroz, maíz y trigo. El petróleo permite el movimiento de todos los sectores de la economía y los otros tres artículos están vinculados con la alimentación básica de los seres humanos.

Esa es la razón del énfasis en la panadería por parte de Banrural además lo complementa con un mensaje en líneas pequeñas que dice: “Enfocados en sectores antes no bancarizados, hoy contamos con más de 8 millones de clientes”. El mensaje es sencillo pero con mucho fondo, trabajamos en equipo con uno de los artículos básicos para vivir y contamos con más de ocho millones de clientes. Prácticamente la mitad de la población de Guatemala es cliente de Banrural. Van Dijk en su ACD menciona las relaciones con los usuarios y el discurso según estrato, nivel de contexto y estructura social. De esta forma maneja Banrural las relaciones con su clientela.

Conclusiones

Banrural como grupo de poder, sus orígenes del Banco Nacional de Desarrollo Agrícola Bandesa, su proceso de transformación a entidad privada con orientación clara de servicio al cliente. Su estrategia de expansión. su presencia física en los trescientos cuarenta municipios de Guatemala, ninguna entidad de servicio tiene esa penetración en todo el país.

La publicidad va de acuerdo a sus políticas, misión, visión y estrategia, demostrando conocer ampliamente a sus clientes lo que les ha permitido posicionarse como grupo de poder dentro del sistema bancario de Guatemala. Sus enfoques certeros y tocando la clientela haciendo que se sienta atendida, servida y escuchada. Mensaje claro de poder debidamente estructurado entendiendo el estrato, el nivel de contexto y su estructura social.

De igual manera que la publicidad de las otras instituciones financieras analizadas, se orientan a proveer productos o servicios que saben son atractivos para sus clientes o futuros clientes. En cuanto al tema de la investigación solo cumplen con los requisitos básicos que impone el ente fiscalizador, Superintendencia de Bancos de Guatemala; Los Acuerdos de Basilea son más profundos en cuanto proveer al cliente información para que tome según su leal saber y entender

la mejor decisión en cuanto con que institución quiere trabajar por su seguridad y solidez. El punto común de la banca es ofrecer algo diferente encauzado a captar clientes y negocios para su propia rentabilidad.

Anuncio No.19

Banco G&T Continental

Guatemala, domingo 16 de septiembre de 2018

GTC APP Descarga, úsala y gana

Prensa Libre, página 33



Imagen No.19. Fuente Prensa Libre, Página 33

Anuncio No.20

Banco G&T Continental

Guatemala, lunes 24 de septiembre de 2018

GTC APP Sabrás usarla, incluso sin supervisión infantil



Imagen No.20. Fuente Prensa Libre, Página Internet

Anuncio No.21

Banco G&T Continental

Guatemala, lunes 15 de octubre de 2018

Por más días de independencia.

Ahorra o nunca

1718

Por más días de independencia.

AHORRA o NUNCA

Octubre mes del ahorro en **G&T Continental.**

AHORRO PREFERENTE

- Hasta 3% de interés.*
- Seguro de Vida.
- Créditos Pre-Autorizados.
- Ábrela con tan solo Q1,000.

BANCO G&T CONTINENTAL

Imagen No.21. Fuente Prensa Libre, Página 11

Análisis Anuncios 19, 20 y 21

Grupos de Poder

Lo referente al grupo de poder ha sido explicado en el anuncio Número 2 de esta sección.

Análisis Crítico del Discurso

Banco G&T Continental es reconocido por abrir brecha en la creación de productos y servicios innovadores, con estos dos anuncios apuesta a profundizar y dar respuesta a las necesidades de su cliente como institución financiera de vanguardia.

Los mensajes son acerca del lanzamiento de su nueva aplicación de banca en línea por internet que le han denominado “GTC APP” y eso es el tema central de los dos anuncios. El tema en anuncio No. 19 es descargar la aplicación, usarla y ganar; siguiendo la estrategia que utilizan todos los bancos coloca un incentivo: “Gana un Renault Twizy con la nueva GTC APP”, quiere asegurarse de la penetración de su nuevo producto a través de un premio costoso, un auto nuevo. Invitan al cliente con la intención de que su producto sea todo un éxito. Foucault indica: “El hombre y la vanidad mueven al mundo” y “El poder se ejerce haciéndose invisible”. Los clientes generación “y”, “z” y sobre todo los millenials se sienten plenamente identificados con estar en línea e internet, además ganan un premio costoso, es por eso que aplica lo de la vanidad y que el poder se ejerce haciéndose invisible.

En anuncio No. 20 es el mismo tema de la nueva GTC APP pero acá retan a los clientes sobre todo los que son padres, “Sabrás usarla, incluso sin supervisión infantil”. El mensaje es que el producto es sencillo y sutilmente caes en la ilusión de que el cliente es el que controla. Si hasta un niño puede manejarla.

El mensaje de su anuncio No.21 es volver a lo básico, ahorrar para tener un mejor futuro y de allí su lema: “Ahorra o nunca” complementado con el texto alineado completamente de: “Por más días de independencia. Su estrategia como grupo de poder es evidenciar que tienen más de sesenta años en el mercado, pretenden ser un grupo humano, ágil y confiable; por esta razón recurren al noble sentimiento en la ciudadanía de fomentar el ahorro. Al hacerlo el cliente fortalece los depósitos y generan más créditos; el Grupo financiero G&T Continental produce mayores utilidades.

Conclusión

Banco G&T Continental como el tercer grupo de poder más grande del sector financiero reafirma su posición de vanguardia y liderazgo en el país, hace que sus clientes se sientan actualizados, atraídos hacia las nuevas tecnologías con la ganancia de su premio costoso, o que su producto es tan fácil que todos la pueden manejar.

Recurren al noble sentimiento para fomentar el ahorro vendiendo la idea de un mejor futuro, en realidad quieren robustecer su posición de depósitos para incrementar los préstamos con las consabidas ganancias.

Anuncio No. 22

BAC-Credomatic

Guatemala, jueves 20 de septiembre de 2018

Jueves de ahorro, convierte tu ahorro en más compras.

Paiz
Somos parte de tu vida.

Jueves de AHORRO

Walmart **BAC CREDOMATIC**

Paiz **AMERICAN EXPRESS**

7997

Valid thru Member since

Convierte tu ahorro en más compras

5% + 10% = 15%

de Walmart Cash que siempre acumulas con tu tarjeta. de reintegro en tu estado de cuenta. de AHORRO TOTAL.

AMERICAN EXPRESS **BAC CREDOMATIC**

Aplican condiciones y restricciones. Promoción válida únicamente para tarjetas Walmart American Express de BAC Credomatic los días jueves en las compras realizadas en Paiz hasta el 31 de diciembre de 2018. Máximo reintegro por cliente: Q200.00. El reintegro se aplicará en un máximo de 30 días hábiles y podrás verlo en el estado de cuenta de la tarjeta. American Express es una marca de American Express. Las tarjetas son emitidas por BAC Credomatic bajo licencia de American Express.

Imagen No.22. Fuente Prensa Libre, Página 25

Anuncio No. 23

BAC-Credomatic

Guatemala, lunes 24 de septiembre de 2018

Nuestro propósito es devolver a los guatemaltecos el apoyo que nos han brindado
10 años de Sostenibilidad



PRENSA LIBRE



Contenido relacionado

PUBLICIDAD

**Nuestro propósito
es devolverle a
los guatemaltecos
el apoyo que nos
han brindado**

10 años de Sostenibilidad

CONOCE MÁS



BAC
CREDOMATIC

Imagen No.23. Fuente Prensa Libre, Página Internet

Anuncio No. 24

BAC-Credomatic

Guatemala, viernes 19 de octubre de 2018

¡Hoy Sí! Londres, viajar es vivir, hasta el 30% de descuento en más de 10 destinos

**¡Hoy sí!
Londres**
Viajar es vivir

Hasta el **30%**
de descuento
en más de 10 destinos

Viajes
BAC Credomatic.com

Compra tu boleto de Avianca entre el 19 y el 21 de octubre de 2018 y recibe entre el 10% y 30% de descuento.

Vuelos de Avianca desde Ciudad de Guatemala a:
Estados Unidos, México, Costa Rica, Brasil, Alemania
y muchos destinos más.

Viajando a Estados Unidos y Europa:
Completa tu viaje hasta el 31 de mayo de 2019.

Viajando a México, Centroamérica y América del Sur:
Completa tu viaje hasta el 31 de marzo de 2019.

Recuerda que tu escoges la forma de pago:
Tasa Cero, Puntos/Millas + Dinero o cargo a tarjeta.

Millas Plus BAC CREDOMATIC
BAC CREDOMATIC
VISA

Avianca
A STAR ALLIANCE MEMBER

BAC CREDOMATIC

Imagen No.24. Fuente Prensa Libre, Página 5

Análisis anuncios 22,23 y 24

Grupos de poder

Ha quedado explicado anteriormente el tamaño y la capacidad del grupo BAC-Credomatic con operaciones en toda Centro América, Panamá y México. Siendo a su vez parte del Grupo Aval de Colombia. Quieren hacer sentir su presencia en el área para mandar un doble mensaje; a sus clientes y a la competencia, pueden estar a la altura incluso de los Grupos Financieros más

grandes de Guatemala. A sus clientes el mensaje: Siéntanse cómodos con nosotros y así enfocan sus pautas publicitarias en los meses de septiembre y octubre.

Análisis del Discurso

En anuncio No. 22 nos transmiten esa sensación de poder pero a la vez generosidad, dada la época del año donde ya no se tiene bono catorce o aguinaldo, le dicen a sus clientes: “Convierte tus ahorro en más compras” en Almacenes Paiz y Walmart, un quince por ciento de ahorro total, esta magnanimidad solo los grandes la pueden hacer aunque limitan al uso de la tarjeta American Express, marca que manejan, desafortunadamente para la clientela maneja en su gran mayoría Visa y en menor porcentaje Mastercard.

Van Dijk habla de Abuso del poder social y también menciona El dominio y la desigualdad, el mensaje solo favorece a un grupo pequeño que utiliza la tarjeta American Express.

El anuncio No. 23 es un agradecimiento por la exitosa operación en Guatemala, nos dicen: “Nuestro propósito es devolver a los guatemaltecos el apoyo que nos han brindado, 10 años de Sostenibilidad. Bourdieu dice que: Los grupos reconocen a los que públicamente los reconocen, esto lo aplica muy bien el grupo BAC-Credomatic, reconocen públicamente para ser reconocidos.

Finalmente, en anuncio No. 24 nos lleva al mundo aspiracional que todos tenemos, el mensaje: ¡Hoy Sí! Londres, viajar es vivir. Hasta el 30% de descuento en más de 10 destinos, acá le apuestan al segmento alto de la población para captar también ese nicho y cabe hacer notar que como complemento a sus operaciones tienen la empresa de Viajes que los apoya en ese segmento. Obviamente que dada su posición de liderazgo en el tema de tarjetas de crédito deben usar su tarjeta para obtener este descuento.

Conclusiones

En todos los segmentos poblacionales: bajo, medio, alto, BAC-Credomatic los ha penetrado y enfoca indistintamente sus pautas publicitarias hacia ellos obteniendo a base de agradecimientos e incentivos la fidelidad de su clientela a pesar de las altas tasas de interés que se cobran en este producto. Conocen a su cliente y al medio donde operan.

Anuncio No. 25

Banco Industrial

Guatemala, miércoles 19 de septiembre de 2018

Fiesta de la BI-Vienda

FECHAS:
Del 21 al 23 de Septiembre 2018

LUGAR:
7a. Ave. 5-10, Zona 4,
Centro Financiero Torre III, 3er. Nivel

HORARIOS:
Viernes 21 de 9:00 a 17:00 horas.
Sábado 22 de 9:00 a 18:00 horas.
Domingo 23 de 8:00 a 17:00 horas

Más de *50 inmobiliarias* con muchas opciones de vivienda *para ti*

¡Esperamos contar con tu participación!

www.bi.com.gt
5717-1717

BI BANCO INDUSTRIAL
Siempre de tu lado

Imagen No.25. Fuente Prensa Libre, Página 23

Anuncio No. 26

Banco Industrial

Guatemala, viernes 17 de enero de 2019

La UEFA Champions League te espera, usa tu tarjeta BI

The advertisement features a dark purple background with a glowing stadium at the bottom. At the top right, there is a logo for Mastercard and the UEFA Champions League, with the text 'official sponsor'. The main headline reads 'LA UEFA CHAMPIONS LEAGUE TE ESPERA' in large, stylized white letters. Below this, a call to action says 'USA TU TARJETA Y PARTICIPA POR UN PAQUETE DOBLE'. Two credit cards are shown: a blue 'BANCO INDUSTRIAL' card and a gold 'BANCO INDUSTRIAL' card. A central graphic contains four steps: 'Solicítala' with a credit card icon, 'Usala' with a hand holding a card, 'Completa la frase FANÁTICOS BI', and 'Participa por los paquetes' with an airplane icon. Below this, it states '6 Paquetes dobles disponibles: Octavos, Cuartos, Semifinales y a la Gran Final'. Further down, it says 'Paquetes cortesía de Mastercard, patrocinador oficial de la UEFA Champions League' and 'CONSULTA CONDICIONES EN WWW.BI.COM.GT'. At the bottom left, there are social media icons for Facebook, Instagram, Twitter, and WhatsApp, along with the website 'www.bi.com.gt' and the number '1717'. At the bottom right, the Banco Industrial logo is displayed with the slogan 'Siempre de tu lado'.

Imagen No.26. Fuente Publinews, Página 13

Anuncio No. 27
Banco Industrial

Guatemala, viernes 25 de enero de 2019

Nueva BI en Línea APP



Imagen No.27. Fuente Prensa Libre, Página Internet

Análisis anuncios 25,26 y 27

Grupos de Poder

El Banco Industrial como Grupo Financiero más grande del país no necesita de mucha publicidad con sus clientes, sin embargo, está presente en el momento oportuno que consideran ellos deben intervenir en base al monitoreo que hacen de la competencia y como van evaluando su posicionamiento con los clientes. Patrocina eventos los cuales sus principales socios son miembros y pauta para informar algo relevante para su público.

Análisis del Discurso

En anuncio No. 25 tenemos una participación al evento “Fiesta de la Bi-Vienda”, nombre sugestivo, en el cual en sus oficinas centrales invitan a más de 50 inmobiliarias (clientes de BI) resaltando: “Muchas opciones de vivienda para tí”. Su presencia en la publicidad es oportuna y exitosa evidenciando porque es el Grupo Financiero número uno de Guatemala. Evidencia su sentido de preocupación por sus clientes que no tienen vivienda a sabiendas que alguna parte de la población carece de un techo propio. Efectiva y exacta la pauta publicitaria indicando compromiso con sus clientes.

En Anuncio No. 26, vuelve al tema que hay una identificación total de su clientela que es el futbol, y dice: “La UEFA Champions League te espera” usa tu tarjeta BI, con seis paquetes dobles para asistir mediante sorteo a octavos, cuartos, semifinales y a la gran final. Como todos los grupos de poder colocando incentivos muy atractivos para el uso y fomento de la tarjeta de crédito. Lo vuelven a hacer, ya en junio dos mil diez y ocho tenían en su publicidad al futbolista Pepe del Real Madrid como se comentó en Anuncio No. 1. Cada banco busca un nicho por el cual ataca a sus clientes captando la atención y con los incentivos logran un buen negocio.

El anuncio No. 27 es informativo esencialmente, están lanzando su: “Nueva BI en Línea APP” reaccionando a la ventaja competitiva impuesta por Grupo G&T Continental que la había lanzado en septiembre de dos mil diez y ocho. Les toma tres meses reaccionar ante el empuje de la competencia y en enero del presente año presentan la aplicación para su uso.

Conclusiones

Ser el líder es importante pero más difícil es mantenerse en esa posición. Banco Industrial lo ha logrado por los últimos veinte años, algunas veces está innovando con productos y otras tiene que reaccionar como lo sucedido con su APP y G&T Continental.

Sus anuncios son esporádicos, pero muy bien orientados y dirigidos a su amplia clientela eficientemente guardando la posición de liderazgo. Es común en las instituciones financieras que compitan entre ellas, innovando y tratando de alguna manera mantener cautivo a su cliente.

Sin embargo, no se prioriza los Acuerdos de Basilea donde se le da al cliente la libertad de escoger su institución financiera donde quiere operar, únicamente se cumple con los requisitos básicos impuestos por el ente fiscalizador; Por lo tanto, el cliente está a merced de los grupos de poder que lo manipulan abiertamente tratando de obtener su negocio.

Anuncio No. 28
Banrural

Guatemala, jueves 20 de septiembre de 2018

Como amigos ya hemos probado que se puede llegar más allá
Hoy el desarrollo llega hasta el último rincón del país.

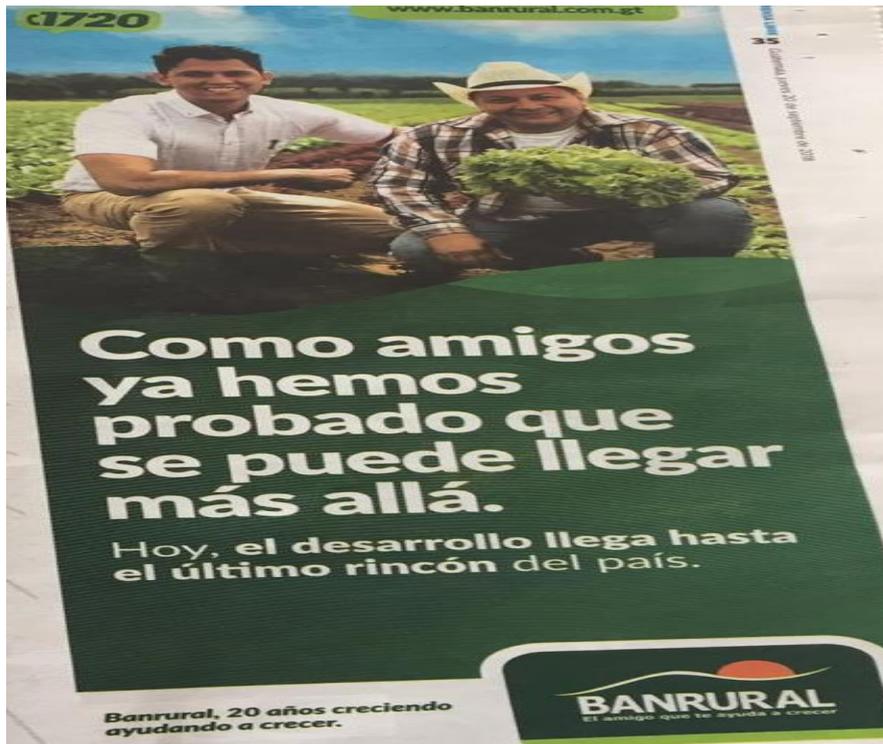


Imagen No.28. Fuente Prensa Libre, Página 35

Anuncio No. 29

Banrural

Guatemala, jueves 26 de noviembre de 2018

¿Te sobra mucho ms al final del sueldo?



Imagen No.29. Fuente Prensa Libre, Página Internet

Anuncio No. 30

Banrural

Guatemala, martes 30 de octubre de 2018

¿Necesitas un socio en esta Navidad?

Crédito Amigo Banrural

1720 www.banrural.com.gt

¿Necesitas un socio en esta Navidad?

Crédito Amigo
BANRURAL

Pide tu Crédito Amigo Mipyme desde hoy para mejorar tus ventas de fin de año.

- Montos de acuerdo a tus necesidades y capacidad de pago
- Trámite rápido
- Excelente tasa de interés
- Seguro sobre saldos deudores
- Sin cobros escondidos

Solicítalo en agencias Banrural

BANRURAL
El banco que te ayuda a crecer.

Imagen No.30. Fuente Publinews, Página 30

Análisis anuncios Nos. 28,29 y 30

Grupos de poder

Como se mencionó anteriormente Banco de Desarrollo Rural, Banrural forma parte del Grupo Financiero Banrural compuesto por tres corporaciones: Banco de Desarrollo Rural, Financiera Rural y Aseguradora Rural. Cabe hacer notar que es el único banco con presencia de agencia bancaria en los trescientos cuarenta municipios de Guatemala. La presencia física es fundamental en su campaña publicitaria y acercamiento al cliente.

Banrural está orientado al desarrollo rural integral del país, con cobertura nacional dirigido preferentemente al micro, pequeño y mediano empresario, agricultor y artesano.

Ha logrado posicionarse como uno de los cinco bancos más grandes del país. Su enfoque es querer ser líder en el financiamiento del desarrollo a través de agencias y diferentes canales, con rentabilidad sin descuidar la responsabilidad social; esta es parte de su campaña publicitaria.

Análisis del Discurso

En anuncio No. 28 se evidencia su dirección al pequeño agricultor, empresario o artesano, su mensaje: “Como amigos ya hemos probado que se puede llegar más allá”, es el desarrollo rural integral del país. Es una foto de un agricultor donde evidencia el grado de compatibilidad de Banrural con el agricultor nacional, mensaje direccionado oportunamente porque es de los pocos bancos guatemaltecos que se atreven a financiar la agricultura.

El riesgo agrícola es uno de los más peligrosos porque además de todas las variables normales de cualquier crédito maneja la incertidumbre de las condiciones climáticas. Es por esta razón que el riesgo agrícola no es apetecible generalmente por la banca nacional.

El anuncio No.29 es un mensaje para toda su clientela en general un mensaje fresco y simpático que es bien recibido por la clientela: “¿Te sobra mucho mes al final del sueldo? Mensaje jocoso que está muy bien enfocado porque buena parte de la población asalariada le es insuficiente su salario debido al alto costo de vida imperante en Guatemala. Le transmiten al cliente como indica Van Dijk, coherencia lineal del que ejerce el poder con su clientela y que Banrural,

conoce los antecedentes, el contexto y la estructura de sus clientes. Al final le dicen que, si te sobra mucho mes, te doy un crédito para que te ajustes.

En anuncio No.30 Banrural está anticipando las necesidades del cliente desde el mes de octubre te da el mensaje: “Necesitas un socio en esta navidad”, Crédito amigo de Banrural”. Banco del Desarrollo Rural, fiel a sus principios de apoyo al pequeño empresario, agricultor o artesano, ratifica este principio, las tres fotografías representan esas profesiones. Indica yo que estoy en todos los municipios de Guatemala, estoy con ustedes.

Conclusiones

Banrural por su estructura de agencias y clientes en toda Guatemala se ve en la necesidad de estar constantemente anunciándose no solo medio escrito, utilizan mucho la radio ya que no todos sus clientes saben leer y escribir. El mensaje que envía es fiel a sus principios, a su misión, visión, arroja al cliente haciéndole sentir que es parte del desarrollo de Guatemala. Indican su estrategia que antes de las ganancias está la responsabilidad social lo cual es incierto porque es uno de los bancos más rentables de Guatemala.

8.5.4 Cuadros de anuncios por mes, por banco

Este estudio fue elaborado sobre la base de ciento cincuenta y siete anuncios publicados por los bancos del sistema en medios escritos en un período de diez meses de junio de dos mil diez y ocho a marzo de dos mil diez y nueve. En algún momento de la investigación que no se encontró publicidad en medios escritos fue necesario recurrir a la publicidad que también se lleva a cabo a través de las versiones digitales de los medios para efecto de tener toda la información posible, inicialmente se presenta la información referida por mes, por banco:

Cuadro No.4

Cuadro No. 04 Anuncios en Prensa Escrita, Junio 2018

Fuente:

	Banco	Fecha	Periódico	Página	Día	Mensaje enviado
1	Industrial	12-jun-18	Prensa Libre	16	Martes	Las tarjetas débito y crédito del Banco Industrial, Copa Mundial de la FIFA
2	Banco de los Trabajadores	12-jun-18	Prensa Libre	11	Martes	Tu trabajo hace latir a Guatemala, Por eso es la única garantía que necesitamos
3	G&T Continental	29-jun-18	Prensa Libre	13	Viernes	Inicia, Crece, trasciende
4	Industrial	30-jun-18	Carretera News	16	Sábado	Las tarjetas débito y crédito del Banco Industrial, son las únicas que Pepe quiere ver

Elaboración Propia

Cuadro no.5

Cuadro No. 05 Anuncios en Prensa Escrita, Julio 2018

	Banco	Fecha	Periódico	Página	Día	Mensaje enviado
1	Banrural	3-jul-18	Publinews	3	Martes	Tu remesa trae sorpresa
2	Crédito Hipotecario Nacional	5-jul-18	Prensa Libre	12	Jueves	Con un Banco sólido, confiable y seguro; su puerta al desarrollo
3	G&T Continental	5-jul-18	Prensa Libre	13	Jueves	Inicia, Crece, trasciende
4	BAC	20-jul-18	Prensa Libre	7	Viernes	Cotiza, reserva y compra tu viaje con doble valor, BAC Credomatic
5	BAC	20-jul-18	Prensa Libre	11	Viernes	Expo mueble 2018, faltan 5 días
6	BAM	20-jul-18	Prensa Libre	53	Viernes	Ahorré para mi carrito, Con BAM GanAhorro, compré mi carrote
7	BAM	20-jul-18	Prensa Libre	25	Viernes	BAMos de Viaje, viaja alrededor del mundo con tarjetas BAM
8	BAC	20-jul-18	Prensa Libre	5	Viernes	Obtén un bono hasta de Q900

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro no.6

Cuadro No. 06 Anuncios en Prensa Escrita, Agosto 2018

	Banco	Fecha	Periódico	Página	Día	Mensaje enviado
1	Industrial	5-ago-18	Prensa Libre	14	Domingo	A muchos bolsillos les gusta esto 20%, descuento al instante al presentar tu tarjeta Club BI
2	Promerica	8-ago-18	Publinews	1	Miércoles	15% de reintegro solo hoy Supermercados
3	Promerica	9-ago-18	Publinews	1	Jueves	10% de reintegro en Gasolineras
4	BAM	9-ago-18	El Periódico	9	Jueves	IV Carrera BAM, 5-10K
5	Promerica	21-ago-18	Publinews	1	Martes	30% de reintegro solo hoy Restaurantes
6	Promerica	23-ago-18	Publinews	1	Jueves	10% de reintegro en Gasolineras
7	Banco de los Trabajadores	23-ago-18	Nuestro Diario	8	Jueves	Próximamente: Fonseca y Juan Luis Guerra, Precios especiales clientes Bantrab
8	Banco de los Trabajadores	23-ago-18	Prensa Libre	10	Jueves	Vives Tour Concierto, precios especiales clientes Bantrab
9	Banco de los Trabajadores	24-ago-18	Prensa Libre	11	Viernes	Tu trabajo hace latir a Guatemala, Por eso es la única garantía que necesitamos
10	Promerica	24-ago-18	Prensa Libre	21	Viernes	20% de descuento con tu tarjeta de Crédito o Débito
11	BAC	28-ago-18	Prensa Libre	11	Martes	Si lo vives con nosotros, no hay comparación. Momentos
12	Banrural	30-ago-18	Publinews	5	Jueves	¿Tus bolsillos parecen de mago: nada por aquí, nada por allá?

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro No.7

Cuadro No. 07 Anuncios en Prensa Escrita, Septiembre 2018

Banco	Fecha	Periódico	Página	Día	Mensaje enviado
1 Promerica	14-sep-18	Prensa Libre	Int.	Viernes	Vive la música latina en las Vegas
2 Azteca	14-sep-18	Prensa Libre	Int.	Viernes	Solicita tu crédito para cubrir necesidades o sueños
3 BAC	14-sep-18	Prensa Libre	Int.	Viernes	Queremos que en todos tus pasos, tengas la seguridad del banco regional más grande
4 Industrial	14-sep-18	Prensa Libre	Int.	Viernes	Celebremos el orgullo de ser guatemaltecos
5 Bantrab	14-sep-18	Prensa Libre	Int.	Viernes	Tu trabajo hace latir a Guatemala, Por eso es la única garantía que necesitamos
6 Industrial	14-sep-18	Prensa Libre	Int.	Viernes	Queremos que en todos tus pasos, tengas la seguridad del banco regional más grande
7 G&T Continental	16-sep-18	Prensa Libre	33	Domingo	Gana un auto Renault Twizy con la nueva GTC APP, descárgala hoy (modelo masculino)
8 Banrural	17-sep-18	Prensa Libre	41	Lunes	Trabajando en equipo seremos una fuerte y leal unidad
9 Industrial	19-sep-18	Prensa Libre	23	Miércoles	Fiesta de la Bi,vienda
10 Banrural	19-sep-18	Prensa Libre	Int.	Miércoles	Somos un modelo de inclusión, con millones de mujeres impulsando el desarrollo
11 Banrural	19-sep-18	Prensa Libre	Int.	Miércoles	Hoy , el desarrollo llega hasta el último rincón
12 Banrural	20-sep-18	Prensa Libre	36	Jueves	Como amigos ya hemos probado que se puede llegar más allá.
13 Banrural	20-sep-18	Publinews	4	Jueves	Nuestra meta el desarrollo, nuestra fuerza la amistad
14 BAC	20-sep-18	Prensa Libre	25	Jueves	Jueves de ahorro, Convierte tu ahorro en más compras
15 BAC	20-sep-18	Prensa Libre	9	Jueves	Viaja a los Estados Unidos o Canadá desde 20,000 millas Advantage
16 G&T Continental	23-sep-18	Prensa Libre	31	Domingo	Gana un auto Renault Twizy con la nueva GTC APP, descárgala hoy (modelo femenino)
17 G&T Continental	24-sep-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	GTC APP, sabrás usarla incluso sin supervisión infantil
18 Banrural	24-sep-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	Hoy , el desarrollo llega hasta el último rincón
19 Banrural	24-sep-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	Nuestra meta el desarrollo, nuestra fuerza la amistad
20 BAC	24-sep-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	Nuestro propósito es devolver a los guatemaltecos el apoyo que nos han brindado
21 BAC	25-sep-18	Prensa Libre	47	Martes	Thirty seconds to Mars, Concierto
22 Banrural	26-sep-18	Publinews	13	Miércoles	Como amigos ya hemos probado que se puede llegar más allá.
23 Banrural	26-sep-18	Prensa Libre	21	Miércoles	Nuestra meta el desarrollo, nuestra fuerza la amistad
24 Azteca	27-sep-18	Prensa Libre	Int.	Jueves	Solicita tu crédito para cubrir necesidades o sueños
25 Banrural	28-sep-18	Prensa Libre	Int.	Viernes	Nuestra meta el desarrollo, nuestra fuerza la amistad
26 Promerica	28-sep-18	Prensa Libre	15	Viernes	Te reintegramos 15% en todas tus compras, Cemaco
27 BAC	28-sep-18	Prensa Libre	13	Viernes	Luxury Real State, Visítanos y conoce los proyectos más exclusivos de Guatemala

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro No.8

Cuadro No. 08 Anuncios en Prensa Escrita, Octubre 2018

	Banco	Fecha	Periódico	Página	Día	Mensaje enviado
1	BAC	2-oct-18	Soy 502	7	Martes	Luxury Real State, Visítanos y conoce los proyectos más exclusivos de Guatemala
2	BAC	2-oct-18	Soy 502	10	Martes	Thirty seconds to Mars, Concierto
3	G&T Continental	5-oct-18	Prensa Libre	Int.	Viernes	GTC APP, descárgala hoy.
4	BAC	8-oct-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	Test Drive Auto Expo
5	BAC	8-oct-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	Auto Expo, Virtual
6	Banrural	9-oct-18	Publinews	7	Martes	¿Te sobra mucho mes al final del sueldo?
7	BAC	9-oct-18	Soy 502	13	Martes	Thirty seconds to Mars, Concierto
8	BAC	9-oct-18	Prensa Libre	9	Martes	Acumula doble millas Advantage y acércate más a tu destino
9	BAC	11-oct-18	Soy 502	13	Jueves	Fey + Kabah en Concierto
10	BAC	11-oct-18	Prensa Libre	25	Jueves	Jueves de ahorro, 15% en Walmart/Paiz
11	Promerica	11-oct-18	Publinews	4	Jueves	Gran Venta Nocturna
12	Banrural	12-oct-18	Publinews	9	Viernes	¿Necesitas un socio en esta Navidad? Crédito amigo Banrural
13	G&T Continental	14-oct-18	Prensa Libre	Int.	Domingo	GTC APP, sabrás usarla incluso sin supervisión infantil
14	BAC	14-oct-18	Prensa Libre	Int.	Domingo	Saúl celebra sus 65 años, 25% de descuento
15	G&T Continental	15-oct-18	Prensa Libre	11	Lunes	Por más días de independencia, Ahorra o nunca
16	Ficohsa	17-oct-18	Prensa Libre	9	Miércoles	Decile que si a un Grupo Financiero Regional
17	Banrural	18-oct-18	Prensa Libre	24	Jueves	Con respeto y amor a la gente, todos juntos deseamos servir
18	BAC	18-oct-18	Prensa Libre	24	Jueves	Jueves de ahorro, 15% en Walmart/Paiz
19	Bantrab	19-oct-18	Prensa Libre	15	Viernes	Commemorando la historia con Bantrab
20	BAC	19-oct-18	Prensa Libre	5	Viernes	¡Hoy sí! Londres, Viajar es vivir, hasta el 30% de descuento en más de 10 destinos
21	BAC	20-oct-18	Prensa Libre	Int.	Sábado	Restaurant Week
22	BAC	21-oct-18	Prensa Libre	Int.	Domingo	Restaurant Week
23	Industrial	24-oct-18	Prensa Libre	Int.	Miércoles	Reporta Aquí, tu tarjeta extraviada, servicio por WhatsApp
24	BAC	24-oct-18	El Periódico	Int.	Miércoles	Arjona, Circo la Despedida
25	Bantrab	26-oct-18	Prensa Libre	25	Viernes	Tu trabajo hace latir a Guatemala, Por eso es la única garantía que necesitamos
26	Ficohsa	26-oct-18	Prensa Libre	11	Viernes	20% de descuento al instante, EPA
27	Banrural	27-oct-18	Prensa Libre	24	Sábado	Con respeto y amor a la gente, todos juntos deseamos servir
28	BAC	29-oct-18	Prensa Libre	13	Lunes	Tus pasos importantes hazlos con seguridad de un banco regional
29	G&T Continental	29-oct-18	Prensa Libre	11	Lunes	Por más estrenos merecidos, Ahorra o Nunca
30	Promerica	30-oct-18	Publinews	5	Martes	Solo hoy 15% de reintegro en supermercados
31	Banrural	30-oct-18	Publinews	9	Martes	¿Necesitas un socio en esta Navidad? Crédito amigo Banrural
32	Banrural	31-oct-18	Publinews	6	Miércoles	A pedalear por nuestros sueños, Patrocinador oficial de la 58 Vuelta Ciclística a Guatemala

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro No.9

Cuadro No. 09 Anuncios en Prensa Escrita, Noviembre 2018

	Banco	Fecha	Periódico	Página	Día	Mensaje enviado
1	Industrial	2-nov-18	Prensa Libre	33	Viernes	20% de descuento al instante, Hiperferreteria EPA
2	Banrural	2-nov-18	El Popular	3	Viernes	¿Necesitas un socio en esta Navidad? Crédito amigo Banrural
3	BAC	2-nov-18	Carretera News	13	Viernes	Pack Friday, Descuentos Pradera Concepción
4	BAC	4-nov-18	Prensa Libre	Int.	Domingo	En tus pasos innovadores, ten la seguridad de un banco regional
5	BAC	6-nov-18	Prensa Libre	Int.	Martes	Gana uno de los 5 Mini Cooper
6	Promerica	6-nov-18	Publinews	1	Martes	Época de multiplicar, 5 x 1 Puntos, 3 x 1 Millas aerolíneas, 10% en Cash Back
7	BAM	8-nov-18	Soy 502	11	Jueves	Copa BAM Guatemala 2018, Torneo Internacional Juvenil de Tenis
8	Banrural	12-nov-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	¡Ya! De Crédito Amigo Banrural
9	Banrural	12-nov-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	¿Te sobra mucho mes al final del sueldo?
10	Promerica	12-nov-18	El Periódico	Int.	Lunes	Época de multiplicar, en todos tus consumos con tarjetas de crédito
11	BAM	15-nov-18	Soy 502	11	Jueves	Copa BAM Guatemala 2018, Torneo Internacional Juvenil de Tenis
12	Promerica	15-nov-18	Publinews	1	Jueves	Época de multiplicar, 5 x 1 Puntos, 3 x 1 Millas aerolíneas, 10% en Cash Back
13	BAC	15-nov-18	Prensa Libre	Int.	Jueves	Participa por un Mini Cooper
14	G&T Continental	19-nov-18	Prensa Libre	11	Lunes	En Navidad, hasta el doble de tu compra al instante
15	Bantrab	20-nov-18	Publinews	7	Martes	Vive la Navidad Bantrab en la Villa Navideña
16	Banrural	21-nov-18	Prensa Libre	Int.	Miércoles	¡Ya! De Crédito Amigo Banrural
17	G&T Continental	21-nov-18	Prensa Libre	Int.	Miércoles	Les envío su remesa por G&T Continental, más de 2,500 puntos de pago
18	Banrural	21-nov-18	Prensa Libre	Int.	Miércoles	Nuestra meta el desarrollo, nuestra fuerza la amistad.
19	Banrural	21-nov-18	Prensa Libre	Int.	Miércoles	Hoy, el desarrollo llega hasta el último rincón
20	Promerica	21-nov-18	Prensa Libre	Int.	Miércoles	Época de multiplicar, en todos tus consumos con tarjetas de crédito
21	Promerica	21-nov-18	El Periódico	Int.	Miércoles	Época de multiplicar, 5 x 1 Puntos, 3 x 1 Millas aerolíneas, 10% en Cash Back
22	G&T Continental	25-nov-18	Prensa Libre	31	Domingo	Ahora en tu habitación: Escuela de Finanzas.
23	Banrural	26-nov-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	¿Te sobra mucho mes al final del sueldo?
24	Promerica	27-nov-18	El Periódico	Int.	Martes	Reintegro en todas sus compras 50%, al solicitar aquí tu tarjeta de crédito
25	G&T Continental	27-nov-18	Prensa Libre	Int.	Martes	Les envío su remesa por G&T Continental, más de 2,500 puntos de pago
26	Promerica	27-nov-18	Publinews	Int.	Martes	Época de multiplicar, 5 x 1 Puntos, 3 x 1 Millas aerolíneas, 10% en Cash Back
27	G&T Continental	28-nov-18	Prensa Libre	40	Miércoles	Ahora en tu habitación: Oficina de aprobación de tarjetas y créditos
28	G&T Continental	28-nov-18	Prensa Libre	Int.	Miércoles	Mi remesa GTC, ahorra hoy para tener mañana
29	Banrural	28-nov-18	Prensa Libre	19	Miércoles	Santa será breve: necesito dinero. ¡Ya! De Crédito Amigo Banrural
30	Industrial	29-nov-18	Publinews	8	Jueves	Con Club BI, ahorras y cuidas tu salud
31	BAC	29-nov-18	Prensa Libre	17	Jueves	Celebra Ya, Jueves y Sábados de ahorro. Walmart
32	Promerica	30-nov-18	El Periódico	Int.	Viernes	Época de multiplicar, en todos tus consumos con tarjetas de crédito
33	Promerica	30-nov-18	El Periódico	Int.	Viernes	Reintegro en todas sus compras 50%, al solicitar aquí tu tarjeta de crédito
34	G&T Continental	30-nov-18	Prensa Libre	31	Viernes	En Navidad, hasta el doble de tu compra al instante

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro No.10

Cuadro No. 10 Anuncios en Prensa Escrita, Diciembre 2018

	Banco	Fecha	Periódico	Página	Día	Mensaje enviado
1	Promerica	2-dic-18	Prensa Libre	11	Domingo	20% de descuento al instante, Hiperferreteria EPA
2	G&T Continental	2-dic-18	Prensa Libre	31	Domingo	Ahora en tu habitación: Escuela de Finanzas.
3	Industrial	2-dic-18	Publinews	7	Domingo	Con Club BI, ahorras y cuidas tu salud
4	Banrural	2-dic-18	Prensa Libre	Int.	Domingo	Nuestra meta el desarrollo, nuestra fuerza la amistad.
5	Banrural	3-dic-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	Santa será breve: necesito dinero. ¡Ya! De Crédito Amigo Banrural
6	BAC	3-dic-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	Acumula millas todos los días al comprar con tu tarjeta Lifemiles BAC
7	Promerica	5-dic-18	Publinews	1	Miércoles	Época de multiplicar, 5 x 1 Puntos, 3 x 1 Millas aerolíneas, 10% en Cash Back
8	Banrural	5-dic-18	Publinews	15	Miércoles	Santa será breve: necesito dinero y un celular. ¡Ya! De Crédito Amigo Banrural
9	Banco de Guatemala	5-dic-18	Publinews	9	Miércoles	Identifique los billetes auténticos
10	Promerica	6-dic-18	Publinews	1	Jueves	Época de multiplicar, 5 x 1 Puntos, 3 x 1 Millas aerolíneas, 10% en Cash Back
11	Promerica	10-dic-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	Época de multiplicar, Puntos, Millas y Cash Back
12	Promerica	10-dic-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	Reintegro en todas sus compras 50%, al solicitar aquí tu tarjeta de crédito
13	BAC	11-dic-18	Prensa Libre	Int.	Martes	El mundo está en tu bolsillo
14	G&T Continental	12-dic-18	Prensa Libre	Int.	Miércoles	GTC APP, Descargó, usó y gana
15	G&T Continental	17-dic-18	Prensa Libre	25	Lunes	Nueva experiencia web, seguros G&T
16	BAC	17-dic-18	Prensa Libre	7	Lunes	Mejor Banco 2018 de América Central
17	G&T Continental	18-dic-18	Prensa Libre	15	Martes	Un banco que quiere estar más cerca de ti. Reubicación de agencias
18	Banrural	18-dic-18	Prensa Libre	29	Martes	¿Quién pagó? Mi tarjeta Banrural fue quien pagó
19	Promerica	18-dic-18	El Periódico	Int.	Martes	Época de multiplicar, en todos tus consumos con tarjetas de crédito
20	BAC	18-dic-18	El Periódico	Int.	Martes	Bono de 5000 puntos
21	G&T Continental	19-dic-18	El Periódico	Int.	Miércoles	En Navidad juega y gana hasta Q50,000 al instante por tus compras
22	G&T Continental	20-dic-18	Prensa Libre	11	Jueves	En Navidad gana hasta el doble de tus compras al instante
23	BAC	20-dic-18	Prensa Libre	7	Jueves	Celebremos Navidad con una Lifemiles extra
24	Banrural	24-dic-18	Prensa Libre	13	Lunes	Gástate todos los abrazos, besos, apapachos y buenos deseos para tus seres queridos
25	BAC	27-dic-18	Prensa Libre	13	Jueves	Tus pasos grandes hazlos con seguridad

Fuente: Elaboración Propia

Cuadros Nos, 11,12,13

Cuadro No. 11 Anuncios en Prensa Escrita, Enero 2019

	Banco	Fecha	Periódico	Página	Día	Mensaje enviado
1	Bantrab	2-ene-19	Prensa Libre	15	Miércoles	Con tu trabajo, #Haces latir su futuro
2	BAC	2-ene-19	Prensa Libre	Int.	Miércoles	Obtén 5000 puntos, al solicitar tu tarjeta aquí
3	Industrial	17-ene-19	Publnews	13	Jueves	La UEFA Champions League te espera, usa tu tarjeta BI
4	Industrial	20-ene-19	Prensa Libre	5	Domingo	20% de descuento al instante, Hiperferreteria EPA.
5	Banrural	25-ene-19	Prensa Libre	11	Viernes	50 aniversario de la Escuela de Zootecnia de la Universidad San Carlos de Guatemala
6	Industrial	25-ene-19	Prensa Libre	Int.	Viernes	Nueva en Línea APP

Cuadro No. 12 Anuncios en Prensa Escrita, Febrero 2019

	Banco	Fecha	Periódico	Página	Día	Mensaje enviado
1	Banrural	5-feb-19	Publnews	1	Martes	Dale con todo, créditos para crecer
2	Banrural	5-feb-19	Publnews	2	Martes	Dale con todo, ¡Ánimate y solicita el tuyo!
3	Banrural	7-feb-19	Publnews	7	Jueves	Y esas rosas ¿Quién Pagó? Mi tarjeta Banrural fue quien pagó
4	Bantrab	7-feb-19	Publnews	11	Jueves	Con tu trabajo, #Haces latir su futuro
5	Industrial	8-feb-19	Prensa Libre	1	Viernes	Boletín Informativo
6	Industrial	8-feb-19	Prensa Libre	3	Viernes	Premios y Reconocimientos
7	Banrural	20-feb-19	Prensa Libre	Int.	Martes	Planes desde Q12 al mes, Aseguradora Banrural
8	Banrural	20-feb-19	Prensa Libre	Int.	Martes	Seguro estudiante universitario

Cuadro No. 13 Anuncios en Prensa Escrita, Marzo 2019

	Banco	Fecha	Periódico	Página	Día	Mensaje enviado
1	Promerica	21-mar-19	Soy 502	5	Jueves	Rufino Tamayo, mexicano universal
2	Banrural	25-mar-19	Prensa Libre	Int.	Lunes	Crédito Amigo, solicita tu crédito Amigo Mipyme
3	Promerica	31-mar-19	Prensa Libre	Int.	Domingo	Utiliza tus tarjetas Promerica y grita gol en la gran final de América 2019

Fuente: Elaboración Propia

8.6 Interpretación de resultados, segunda parte por banco, anuncios prensa escrita

Se recopiló información de los principales bancos del sistema que realizan sobre una base regular campañas publicitarias a través de la prensa escrita. Las instituciones financieras son: Banco Industrial (BI), Crédito Hipotecario Nacional (CHN), Banco de los Trabajadores (Bantrab), Banco de Desarrollo Rural (Banrural), Banco de América Central Credomatic (BAC-Credomatic), Banco Agromercantil (BAM) y Banco Promerica, asimismo se incluyó adicionalmente por su constante presencia en prensa escrita al Banco Granai & Townson, Continental (G&T Continental). Los nombres compuestos de los bancos son producto de las

fusiones bancarias que se han venido dando en Guatemala los últimos veinte años pasando de treinta y dos bancos en el sistema a diez y ocho actualmente.

La interpretación de resultados se hizo en base a la publicidad de cada banco en los distintos medios escritos, reflejan: día de publicación, fecha de publicación, el medio escrito, el número de página, el mensaje transmitido; de estos datos se desprende algunas conclusiones interesantes acerca de la publicidad bancaria.

8.6.1 Anuncios publicados por Banco Industrial 2018/2019

Cuadro no.14

Cuadro No. 14 Anuncios en Prensa Escrita, Banco Industrial

No.	mes	Banco	Fecha	Periódico	Pági	Día	Mensaje enviado
1	jun-18	Industrial	12-jun-18	Prensa Libre	16	Martes	Las tarjetas débito y crédito del Banco Industrial, Copa Mundial de la FIFA
4	jun-18	Industrial	30-jun-18	Carretera News	16	Sábado	Las tarjetas débito y crédito del Banco Industrial, son las únicas que Pepe quiere ver
13	ago-18	Industrial	5-ago-18	Prensa Libre	14	Domingo	A muchos bolsillos les gusta esto 20%, descuento al instante al presentar tu tarjeta Club BI
26	sep-18	Industrial	14-sep-18	Prensa Libre	Int.	Viernes	Celebremos el orgullo de ser guatemaltecos
28	sep-18	Industrial	14-sep-18	Prensa Libre	Int.	Viernes	Queremos que en todos tus pasos, tengas la seguridad del banco regional más grande
31	sep-18	Industrial	19-sep-18	Prensa Libre	23	Miércoles	Fiesta de la BI,vienda
72	oct-18	Industrial	24-oct-18	Prensa Libre	Int.	Miércoles	Reporta Aquí, tu tarjeta extraviada, servicio por WhatsApp
82	nov-18	Industrial	2-nov-18	Prensa Libre	33	Viernes	20% de descuento al instante, Hiperferreteria EPA
111	nov-18	Industrial	29-nov-18	Publinews	8	Jueves	Con Club BI, ahorras y cuidas tu salud
118	dic-18	Industrial	2-dic-18	Publinews	7	Domingo	Con Club BI, ahorras y cuidas tu salud
143	ene-19	Industrial	17-ene-19	Publinews	13	Jueves	La UEFA Champions League te espera, usa tu tarjeta BI
144	ene-19	Industrial	20-ene-19	Prensa Libre	5	Domingo	20% de descuento al instante, Hiperferreteria EPA.
146	ene-19	Industrial	25-ene-19	Prensa Libre	Int.	Viernes	Nueva en Línea APP
151	feb-19	Industrial	8-feb-19	Prensa Libre	1	Viernes	Boletín Informativo
152	feb-19	Industrial	8-feb-19	Prensa Libre	3	Viernes	Premios y Reconocimientos

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

Banco Industrial es el grupo de poder más grande de Guatemala y prácticamente no necesita hacer mayor publicidad. Realizaron la publicación de quince anuncios en el período de diez meses, promedio de uno y medio anuncios por mes. Escoge algunas fechas importantes para lanzar sus anuncios como: La Copa Mundial de la FIFA, La UEFA Champions League y

eventos importantes para sus accionistas: La Fiesta de la Bi-Vienda; en este caso en particular utiliza una mezcla del nombre de vivienda con su marca para reforzar su imagen en el público en general. Se evidencia un agradecimiento a un componente importante de su Junta Directiva y clientes, el sector de Construcción/Vivienda, auspiciando y patrocinando el evento con más de cincuenta opciones para escoger.

En cuanto al medio de publicación preferida es Prensa Libre por el segmento de población donde llega este medio, once anuncios de quince (setenta y tres por ciento) son en este medio. Utilizan también Publinews con cuatro anuncios que son el veinte y seis por ciento de sus publicaciones, y por el sector utilizan para una única publicación Carretera News que cubre los sectores de zona quince, dieciséis y carretera a El Salvador.

Su día favorito de publicación es el viernes con seis anuncios que equivale al cuarenta por ciento de sus publicaciones, pensando que el viernes previo al descanso eso es lo que el cliente se lleva para su fin de semana. Usualmente las buenas noticias deben darse en día viernes y las malas noticias en día lunes, esta es la estrategia de Banco Industrial. Su segundo día de preferencia es domingo con tres publicaciones que equivalen al veinte por ciento del total. Importante hacer notar que no publican en días lunes que es cuando la Prensa Libre, su principal medio, es voluminoso con anuncios y propaganda; los días lunes salen las publicaciones comerciales y de empleo, por lo tanto, el lector (cliente o posible cliente) al revisar el medio escrito se pierde entre tanta información.

Buscan siempre salir publicados en las primeras páginas de Prensa Libre sobre todo en viernes porque el día jueves es muy voluminoso el medio impreso por las ofertas de supermercados.

El mensaje enviado es básicamente por algún evento importante que se está llevando a cabo y también es informativo; verbigracia, el lanzamiento de su nueva APP en línea e información general del banco. Su interpretación es que son los líderes, los más grandes que eventualmente gastan en publicidad para mantener su imagen.

8.6.2 Anuncios publicados por Crédito Hipotecario Nacional 2018/2019

Cuadro no.15

Cuadro No. 15 Anuncios en Prensa Escrita, Crédito Hipotecario Nacional

No.	mes	Banco	Fecha	Periódico	Págit	Día	Mensaje enviado
6	jul-18	Crédito Hipotecario Nacional	5-jul-18	Prensa Libre	12	Jueves	Con un Banco sólido, confiable y seguro; su puerta al desarrollo

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

El Crédito Hipotecario Nacional fue incluido en el estudio debido a que es el único banco estatal, sus activos representan cerca del uno por ciento del total de activos de los bancos del sistema. Cabe destacar que por ser el único banco del Estado de Guatemala tiene la garantía total del Gobierno por los depósitos de sus clientes. Guatemala nunca ha deshonrado ninguna de sus obligaciones locales o internacionales y eso le da una aceptable calificación de riesgo a nivel mundial: esta es la importancia de mencionar a este banco por la garantía ilimitada del Estado.

Los bancos privados utilizan el Fondo de Protección para el Ahorro (FOPA) que por decisión del Congreso de la República garantiza los depósitos de la clientela hasta un máximo de veinte mil quetzales por cliente. Del total del número de cuentas en el sistema bancario nacional, noventa y ocho por ciento están debajo de veinte mil quetzales, dos por ciento están arriba de ese monto. Lo interesante comentar es que ese noventa y ocho por ciento de número de cuentas representa en cantidad el diez por ciento del total de los depósitos, en otras palabras, el noventa por ciento de los depósitos no están cubiertos. Ese es el principal atractivo del Crédito Hipotecario Nacional que la totalidad de sus cuentas y montos tienen el respaldo total del Estado de Guatemala.

En su publicidad que es muy esporádica, un anuncio en el lapso de diez meses, su mensaje es lo usual en esta situación: “Con un banco sólido, confiable y seguro”, sin embargo, al cierre del anuncio enfatizan en su garantía: “Contamos con la incondicional e ilimitada garantía del

Estado”, su discurso es tenemos esa garantía del Estado que nunca ha dejado de cumplir con sus obligaciones locales e internacionales.

8.6.3 Anuncios publicados por Banco de los Trabajadores 2018/2019

Cuadro no.16

Cuadro No. 16 Anuncios en Prensa Escrita, Banco de los Trabajadores

No.	mes	Banco	Fecha	Periódico	Págin	Día	Mensaje enviado
2	jun-18	Banco de los Trabajadores	12-jun-18	Prensa Libre	11	Martes	Tu trabajo hace latir a Guatemala, Por eso es la única garantía que necesitamos
19	ago-18	Banco de los Trabajadores	23-ago-18	Nuestro Diario	8	Jueves	Próximamente: Fonseca y Juan Luis Guerra, Precios especiales clientes Bantrab
20	ago-18	Banco de los Trabajadores	23-ago-18	Prensa Libre	10	Jueves	Vives Tour Concierto, precios especiales clientes Bantrab
21	ago-18	Banco de los Trabajadores	24-ago-18	Prensa Libre	11	Viernes	Tu trabajo hace latir a Guatemala, Por eso es la única garantía que necesitamos
27	sep-18	Bantrab	14-sep-18	Prensa Libre	Int.	Viernes	Tu trabajo hace latir a Guatemala, Por eso es la única garantía que necesitamos
68	oct-18	Bantrab	19-oct-18	Prensa Libre	15	Viernes	Conmemorando la historia con Bantrab
74	oct-18	Bantrab	26-oct-18	Prensa Libre	25	Viernes	Tu trabajo hace latir a Guatemala, Por eso es la única garantía que necesitamos
96	nov-18	Bantrab	20-nov-18	Publinews	7	Martes	Vive la Navidad Bantrab en la Villa Navideña
141	ene-19	Bantrab	2-ene-19	Prensa Libre	15	Miércoles	Con tu trabajo, #Haces latir su futuro
150	feb-19	Bantrab	7-feb-19	Publinews	11	Jueves	Con tu trabajo, #Haces latir su futuro

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

Banco de los Trabajadores (Bantrab) es un grupo de poder mediano en Guatemala y realiza una discreta publicidad. Pautaron diez anuncios en el período de diez meses, promedio de un anuncio por mes. El Grupo Financiero Bantrab presenta su identidad renovada, hace de la responsabilidad social empresarial (RSE) el eje transversal de su estrategia, se menciona que ha sido certificado como un Great Place to Work. Este banco tiene cincuenta y seis años de operación y trata de consolidarse como un grupo de poder mediano en Guatemala.

Sus anuncios están enfocados en su plan estratégico de visión institucional “hacer de los trabajadores la principal fuerza financiera del país” cubriendo todo el sector laboral guatemalteco. Los mensajes enviados: “Tu trabajo hace latir a Guatemala” es constante en toda la publicidad, así como el segundo mensaje: “Por eso es la única garantía que necesitamos”. Transmiten que son parte del desarrollo del país y que los trabajadores en general son lo más importante. Fuerte mensaje, directo hacia toda la clase trabajadora. Quieren evidenciar también que han crecido sólidamente y se permiten traer a artistas de renombre internacional como: Carlos Vives, Fonseca y Juan Luis Guerra. Si los grandes lo hacen, nosotros también podemos hacerlo.

En cuanto al medio de publicación preferida es Prensa Libre por el segmento de población donde llega este medio, ocho anuncios del total de diez (ochenta por ciento) son en este medio. Utilizan también Publinews con un anuncio que es el diez por ciento de sus publicaciones, así como Nuestro Diario con un anuncio, diez por ciento.

Su día favorito de publicación es el viernes con tres anuncios que equivale al treinta por ciento de sus publicaciones, pensando que el viernes previo al descanso eso es lo que el cliente se lleva para su fin de semana. Su segundo día de preferencia es jueves con tres publicaciones que equivalen al treinta por ciento del total. Importante hacer notar que al igual que Banco Industrial no publican en días lunes que es cuando la Prensa Libre, su principal medio, es voluminoso con anuncios y propaganda; los días lunes salen las publicaciones comerciales y de empleo, por lo tanto, el lector (cliente o posible cliente) al revisar el medio escrito se pierde entre tanta información.

Buscan siempre salir publicados en las primeras quince páginas de Prensa Libre sobre todo en viernes porque el lector solo revisa las primeras páginas de los medios impresos para informarse.

El mensaje enviado es ratificar su estrategia corporativa de afianzarse como un banco mediano seguro, dependiendo de la fuerza laboral de Guatemala que es básica para el desarrollo del mismo. Han cambiado de logo e imagen corporativa refrescándola haciendo acorde a la globalización y a las nuevas generaciones, posibles y futuros clientes.

Tratan de cambiar la imagen antigua de que era un banco establecido en mil novecientos sesenta y tres por un Decreto Presidencial a una imagen fresca y agradable. Hacen énfasis en la

responsabilidad social empresarial como eje del crecimiento sostenido de los países que tanto éxito ha tenido a nivel mundial.

8.6.4 Anuncios publicados por Banco Agromercantil 2018/2019

Cuadro no.17

Cuadro No. 17 Anuncios en Prensa Escrita, Banco Agromercantil

No.	mes	Banco	Fecha	Periódico	Págs	Día	Mensaje enviado
10	jul-18	BAM	20-jul-18	Prensa Libre	53	Viernes	Ahorré para mi carrito, Con BAM GanAhorro, compré mi carrito
11	jul-18	BAM	20-jul-18	Prensa Libre	25	Viernes	BAMos de Viaje, viaja alrededor del mundo con tarjetas BAM
16	ago-18	BAM	9-ago-18	Publinews	1	Jueves	IV Carrera BAM, 5-10K
88	nov-18	BAM	8-nov-18	Soy 502	11	Jueves	Copa BAM Guatemala 2018, Torneo Internacional Juvenil de Tenis
92	nov-18	BAM	15-nov-18	Soy 502	11	Jueves	Copa BAM Guatemala 2018, Torneo Internacional Juvenil de Tenis

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

Guatemala ha pasado de tener treinta y dos bancos a dieciocho actualmente; una de estas fusiones dio vida al Grupo Financiero Agromercantil en el año dos mil, fusionándose los dos bancos con mayor orientación al sector agrícola de Guatemala, Banco del Agro y el Banco Agrícola Mercantil. Este banco representa al sector agrícola de Guatemala, tradicionalmente un sector de mucho peso en la economía por el café, banano y azúcar. Tradicionalmente desde tiempos coloniales el sector agrícola ejerce una enorme influencia en Guatemala debido a la importancia de la actividad y la mano de obra que conlleva.

Podemos afirmar que BAM es un grupo de poder tradicional de la vieja guardia en Guatemala, cauteloso y tradicionalista. Así es su publicidad, elegante, mesurada, tradicional, tratándose de adaptar a los cambios del milenio. Su discurso es sencillo enfocado a su base tradicional de clientes que son fieles por su orientación y su antigüedad, no necesita algo más agresivo o sofisticado como lo hacen otros bancos. Conocen bien el rol que juegan y lo explotan como lo hace el resto del sistema bancario captando sus fondos sin informar mayor cosa de sus operaciones

Dada su posición como grupo de poder, antigua y tradicional, no necesitan hacer demasiada publicidad para su clientela, el sector agrícola continúa siendo de gran importancia para el desarrollo y prosperidad de Guatemala. Café, banano, azúcar; así como los cultivos no tradicionales que hoy en día han superado a los tradicionales proveen los insumos básicos para la población.

Pocos anuncios, sin embargo, el medio de publicación preferida es Prensa Libre, dos anuncios del total de cinco (cuarenta por ciento) son en este medio. Utilizan también Soy 502 igualmente con dos anuncios que es otro cuarenta por ciento de manera porcentual; así como Publinews con un anuncio, veinte por ciento.

Su día favorito de publicación es el jueves con tres anuncios que equivale al sesenta por ciento de sus publicaciones, pensando que el viernes previo al descanso eso es lo que el cliente se lleva para su fin de semana. Su segundo día de preferencia es viernes con dos publicaciones que equivalen al cuarenta por ciento del total. Importante hacer notar que al igual que Banco Industrial y Bantrab no publican en días lunes y se enfocan en los días de cierre de semana.

En cuanto a preferencia de página no la tienen van desde página uno hasta la cincuenta y tres.

El mensaje es únicamente ratificar su presencia como banco líder del sector agrícola de Guatemala, sin mayores esfuerzos publicitarios. Tienen ya un nicho cautivo de clientela que lo cuidan y lo explotan.

La manera de hacer banca evoca la etapa tradicional de los banqueros que esperaban a sus clientes en sus oficinas, legitimando su actuación en relación al prestigio obtenido a través de tantos años trabajando. Su publicidad sigue esta tónica de tradicionalista, elegante, sencilla orientada a lo básico. Realizando una pequeña adaptación dentro de este enfoque a los tiempos modernos globalizados que vivimos.

8.6.5 Anuncios publicados por Banco de América Central 2018/2019

Cuadro No.18

Cuadro No. 18 Anuncios en Prensa Escrita, Banco de América Central, BAC-Credomatic

No.	mes	Banco	Fecha	Periódico	Página	Día	Mensaje enviado
8	jul-18	BAC	20-jul-18	Prensa Libre	7	Viernes	Cotiza, reserva y compra tu viaje con doble valor, BAC Credomatic
9	jul-18	BAC	20-jul-18	Prensa Libre	11	Viernes	Expo mueble 2018, faltan 5 días
12	jul-18	BAC	20-jul-18	Prensa Libre	5	Viernes	Obtén un bono hasta de Q900
36	sep-18	BAC	20-sep-18	Prensa Libre	25	Jueves	Jueves de ahorro, Convierte tu ahorro en más compras
37	sep-18	BAC	20-sep-18	Prensa Libre	9	Jueves	Viaja a los Estados Unidos o Canadá desde 20,000 millas Advantage
42	sep-18	BAC	24-sep-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	Nuestro propósito es devolver a los guatemaltecos el apoyo que nos han brindado
43	sep-18	BAC	25-sep-18	Prensa Libre	47	Martes	Thirty seconds to Mars, Concierto
49	sep-18	BAC	28-sep-18	Prensa Libre	13	Viernes	Luxury Real State, Visítanos y conoce los proyectos más exclusivos de Guatemala
50	oct-18	BAC	2-oct-18	Soy 502	7	Martes	Luxury Real State, Visítanos y conoce los proyectos más exclusivos de Guatemala
51	oct-18	BAC	2-oct-18	Soy 502	10	Martes	Thirty seconds to Mars, Concierto
53	oct-18	BAC	8-oct-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	Test Drive Auto Expo
54	oct-18	BAC	8-oct-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	Auto Expo, Virtual
56	oct-18	BAC	9-oct-18	Soy 502	13	Martes	Thirty seconds to Mars, Concierto
57	oct-18	BAC	9-oct-18	Prensa Libre	9	Martes	Acumula doble millas Advantage y acércate más a tu destino
58	oct-18	BAC	11-oct-18	Soy 502	13	Jueves	Fey + Kabah en Concierto
59	oct-18	BAC	11-oct-18	Prensa Libre	25	Jueves	Jueves de ahorro, 15% en Walmart/Paiz
63	oct-18	BAC	14-oct-18	Prensa Libre	Int.	Domingo	Saúl celebra sus 65 años, 25% de descuento
67	oct-18	BAC	18-oct-18	Prensa Libre	24	Jueves	Jueves de ahorro, 15% en Walmart/Paiz
69	oct-18	BAC	19-oct-18	Prensa Libre	5	Viernes	¡Hoy sí! Londres, Viajar es vivir, hasta el 30% de descuento
70	oct-18	BAC	20-oct-18	Prensa Libre	Int.	Sábado	Restaurant Week
71	oct-18	BAC	21-oct-18	Prensa Libre	Int.	Domingo	Restaurant Week
73	oct-18	BAC	24-oct-18	El Periódico	Int.	Miércoles	Arjona, Circo la Despedida
77	oct-18	BAC	29-oct-18	Prensa Libre	13	Lunes	Tus pasos importantes hazlos con seguridad de un banco regional
84	nov-18	BAC	2-nov-18	Carretera News	13	Viernes	Pack Friday, Descuentos Pradera Concepción
85	nov-18	BAC	4-nov-18	Prensa Libre	Int.	Domingo	En tus pasos innovadores, ten la seguridad de un banco regional
86	nov-18	BAC	6-nov-18	Prensa Libre	Int.	Martes	Gana uno de los 5 Mini Cooper
94	nov-18	BAC	15-nov-18	Prensa Libre	Int.	Jueves	Participa por un Mini Cooper
112	nov-18	BAC	29-nov-18	Prensa Libre	17	Jueves	Celebra Ya, Jueves y Sábados de ahorro. Walmart
121	dic-18	BAC	3-dic-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	Acumula millas todos los días al comprar con tu tarjeta Lifemiles BAC
128	dic-18	BAC	11-dic-18	Prensa Libre	Int.	Martes	El mundo está en tu bolsillo
131	dic-18	BAC	17-dic-18	Prensa Libre	7	Lunes	Mejor Banco 2018 de América Central
135	dic-18	BAC	18-dic-18	El Periódico	Int.	Martes	Bono de 5000 puntos
138	dic-18	BAC	20-dic-18	Prensa Libre	7	Jueves	Celebremos Navidad con una Lifemiles extra
140	dic-18	BAC	27-dic-18	Prensa Libre	13	Jueves	Tus pasos grandes hazlos con seguridad
142	ene-19	BAC	2-ene-19	Prensa Libre	Int.	Miércoles	Obtén 5000 puntos, al solicitar tu tarjeta aquí

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

El Banco de America Central BAC es parte del grupo financiero BAC-Credomatic de Guatemala, siendo su principal negocio tarjetas de crédito. Es parte a su vez del mismo grupo regional con operaciones en toda Centro América, México y Panamá. Grupo Aval de Colombia adquiere el grupo de BAC-Credomatic en el año dos mil diez.

En nuestro país son los líderes en el negocio de tarjeta de crédito con muchos años de conocer el mercado y atender a la clientela local. Es un fuerte competidor de todo el sector bancario en Guatemala y dada la dependencia del crédito inmediato que es la tarjeta de crédito por parte de los consumidores, al igual que los otros grupos de poder concentran sus esfuerzos en dar premios, reconocimientos a sus clientes para mantenerlos contentos.

En cuanto al medio de publicación preferida es Prensa Libre por el segmento de población donde llega este medio, veinte y ocho anuncios de treinta y cinco (ochenta por ciento) son en este medio. Utilizan también en menor escala Soy 502 con cuatro, que son el once por ciento de sus publicaciones.

De la presente investigación es el único banco que hace publicidad todos los días de la semana. Su día favorito de publicación es el jueves con nueve anuncios que equivale al veinte y seis por ciento de sus publicaciones. Su segundo día de preferencia es viernes con seis publicaciones que equivalen al diez y siete por ciento del total; esto consistentemente con lo que hacen todos los bancos del sistema de publicitarse en día viernes por el efecto de la imagen al fin de semana.

Buscan siempre salir publicados en las primeras páginas de Prensa Libre sobre todo en viernes de la página siete a la diez y siete. Tienen catorce anuncios en la página de internet de Prensa Libre que es el cuarenta por ciento del total publicado.

El mensaje enviado es de tipo incentivo, si utilizan mi tarjeta de crédito tendrá muchos beneficios de toda naturaleza: Entradas a conciertos, descuentos, viajes, vehículos, puntos. Etc.

Una gama inmensa para asegurar que el cliente utilice su tarjeta por cualquier motivo de compra que tenga. A la vez también ratifican su poder como grupo regional diciendo: puedo hacer todo esto por mi cliente.

8.6.6 Anuncios publicados por Banco de Desarrollo Rural 2018/2019

Cuadro no.19

Cuadro No. 19 Anuncios en Prensa Escrita, Banco de Desarrollo Rural

No.	mes	Banco	Fecha	Periódico	Págs	Día	Mensaje enviado
5	jul-18	Banrural	3-jul-18	Publinews	3	Martes	Tu remesa trae sorpresa
23	ago-18	Banrural	30-ago-18	Publinews	5	Jueves	¿Tus bolsillos parecen de mago: nada por aquí, nada por allá?
30	sep-18	Banrural	17-sep-18	Prensa Libre	41	Lunes	Trabajando en equipo seremos una fuerte y leal unidad
32	sep-18	Banrural	19-sep-18	Prensa Libre	Int.	Miércoles	Somos un modelo de inclusión, con millones de mujeres impulsando el desarrollo
33	sep-18	Banrural	19-sep-18	Prensa Libre	Int.	Miércoles	Hoy, el desarrollo llega hasta el último rincón
34	sep-18	Banrural	20-sep-18	Prensa Libre	36	Jueves	Como amigos ya hemos probado que se puede llegar más allá.
35	sep-18	Banrural	20-sep-18	Publinews	4	Jueves	Nuestra meta el desarrollo, nuestra fuerza la amistad
40	sep-18	Banrural	24-sep-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	Hoy, el desarrollo llega hasta el último rincón
41	sep-18	Banrural	24-sep-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	Nuestra meta el desarrollo, nuestra fuerza la amistad
44	sep-18	Banrural	26-sep-18	Publinews	13	Miércoles	Como amigos ya hemos probado que se puede llegar más allá.
45	sep-18	Banrural	26-sep-18	Prensa Libre	21	Miércoles	Nuestra meta el desarrollo, nuestra fuerza la amistad
47	sep-18	Banrural	28-sep-18	Prensa Libre	Int.	Viernes	Nuestra meta el desarrollo, nuestra fuerza la amistad
55	oct-18	Banrural	9-oct-18	Publinews	7	Martes	¿Te sobra mucho mes al final del sueldo?
61	oct-18	Banrural	12-oct-18	Publinews	9	Viernes	¿Necesitas un socio en esta Navidad? Crédito amigo Banrural
66	oct-18	Banrural	18-oct-18	Prensa Libre	24	Jueves	Con respeto y amor a la gente, todos juntos deseamos servir
76	oct-18	Banrural	27-oct-18	Prensa Libre	24	Sábado	Con respeto y amor a la gente, todos juntos deseamos servir
80	oct-18	Banrural	30-oct-18	Publinews	9	Martes	¿Necesitas un socio en esta Navidad? Crédito amigo Banrural
81	oct-18	Banrural	31-oct-18	Publinews	6	Miércoles	A pedalear por nuestros sueños, Patrocinador oficial de la 58 Vuelta Ciclista a Guatemala
83	nov-18	Banrural	2-nov-18	El Popular	3	Viernes	¿Necesitas un socio en esta Navidad? Crédito amigo Banrural
89	nov-18	Banrural	12-nov-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	¡De Crédito Amigo Banrural
90	nov-18	Banrural	12-nov-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	¿Te sobra mucho mes al final del sueldo?
97	nov-18	Banrural	21-nov-18	Prensa Libre	Int.	Miércoles	¡De Crédito Amigo Banrural
99	nov-18	Banrural	21-nov-18	Prensa Libre	Int.	Miércoles	Nuestra meta el desarrollo, nuestra fuerza la amistad.
100	nov-18	Banrural	21-nov-18	Prensa Libre	Int.	Miércoles	Hoy, el desarrollo llega hasta el último rincón
104	nov-18	Banrural	26-nov-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	¿Te sobra mucho mes al final del sueldo?
110	nov-18	Banrural	28-nov-18	Prensa Libre	19	Miércoles	Santa será breve: necesito dinero. ¡De Crédito Amigo Banrural
119	dic-18	Banrural	2-dic-18	Prensa Libre	Int.	Domingo	Nuestra meta el desarrollo, nuestra fuerza la amistad.
120	dic-18	Banrural	3-dic-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	Santa será breve: necesito dinero. ¡De Crédito Amigo Banrural
123	dic-18	Banrural	5-dic-18	Publinews	15	Miércoles	Santa será breve: necesito dinero y un celular. ¡De Crédito Amigo Banrural
133	dic-18	Banrural	18-dic-18	Prensa Libre	29	Martes	¿Quién pagó? Mi tarjeta Banrural fue quien pagó
139	dic-18	Banrural	24-dic-18	Prensa Libre	13	Lunes	Gástate todos los abrazos, besos, apapachos y buenos deseos para tus seres queridos
145	ene-19	Banrural	25-ene-19	Prensa Libre	11	Viernes	50 aniversario de la Escuela de Zootecnia de la Universidad San Carlos de Guatemala
147	feb-19	Banrural	5-feb-19	Publinews	1	Martes	Dale con todo, créditos para crecer
148	feb-19	Banrural	5-feb-19	Publinews	2	Martes	Dale con todo, ¡ánimate y solicita el tuyo!
149	feb-19	Banrural	7-feb-19	Publinews	7	Jueves	Y esas rosas ¿Quién pagó? Mi tarjeta Banrural fue quien pagó
153	feb-19	Banrural	20-feb-19	Prensa Libre	Int.	Martes	Planes desde Q12 al mes, Aseguradora Banrural
154	feb-19	Banrural	20-feb-19	Prensa Libre	Int.	Martes	Seguro estudiante universitario
156	mar-19	Banrural	25-mar-19	Prensa Libre	Int.	Lunes	Crédito Amigo, solicita tu crédito Amigo Mipyme

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

El Grupo de poder Banrural es el único que tiene presencia en todos los trescientos cuarenta municipios de Guatemala, esto es una ventaja competitiva en función de su misión que es: “Grupo financiero orientado al desarrollo rural integral del país, con capital privado y multisectorial con servicios de banca universal y cobertura nacional y regional, dirigido preferentemente al micro, pequeño y mediano empresario, agricultor y artesano”. Su publicidad está dirigida plenamente a cumplir con la misión establecida por su Gobierno Corporativo.

En cuanto al medio de publicación preferida es Prensa Libre por el segmento de población donde llega este medio, veinte y cuatro anuncios de treinta y ocho (sesenta y tres por ciento) son en este medio. Utilizan también Publinews con trece, que son el treinta y cuatro por ciento de sus publicaciones. Prensa Libre es el medio preferido de los banqueros para publicitarse a pesar del costo de los mismos.

Conjuntamente con el BAC-Credomatic son los únicos bancos que hace publicidad todos los días de la semana. Su día favorito de publicación es el miércoles con diez anuncios que equivale al veinte y seis por ciento de sus publicaciones. Su segundo día de preferencia es lunes con nueve publicaciones que equivalen al veinte y cuatro por ciento del total; A contrario sensu de lo que hacen todos los bancos del sistema de publicitarse en día viernes por el efecto de la imagen al fin de semana. Banrural toma ventaja del día lunes como inicio de semana y de actividades productivas.

Buscan siempre salir publicados en las primeras páginas de Prensa Libre sobre todo en las primeras páginas siete a la diez y siete. En Publinews siempre buscan estar en las primeras cuatro páginas de la publicación.

El mensaje enviado es alineado con su misión donde buscan el desarrollo de los sectores micro, pequeño, mediano, tanto comerciantes, agricultores como artesanos: “Trabajando en equipo seremos una fuerte y leal unidad” y “Nuestra meta el desarrollo, nuestra fuerza la amistad”. Sus mensajes dada su orientación son sencillos, fáciles de digerir y jocosos tales como: “Trabajando en equipo seremos una fuerte y leal unidad” “¿Tus bolsillos parecen de mago, nada por aquí nada por allá? y ¿Te sobra mucho mes al final del sueldo?”

Como comentario final, el aprovechamiento de su presencia física en todos los municipios de Guatemala y su mensaje: “Hoy el desarrollo llega hasta el último rincón”.

8.6.7 Anuncios publicados por Banco G&T Continental 2018/2019

Cuadro no.20

Cuadro No. 20 Anuncios en Prensa Escrita, Banco G&T Continental

No.	mes	Banco	Fecha	Periódico	Págin	Día	Mensaje enviado
3	jun-18	G&T Continental	29-jun-18	Prensa Libre	13	Viernes	Inicia, Crece, trasciende
7	jul-18	G&T Continental	5-jul-18	Prensa Libre	13	Jueves	Inicia, Crece, trasciende
29	sep-18	G&T Continental	16-sep-18	Prensa Libre	33	Domingo	Gana un auto Renault Twizy con la nueva GTC APP, descárgala hoy (modelo masculino)
38	sep-18	G&T Continental	23-sep-18	Prensa Libre	31	Domingo	Gana un auto Renault Twizy con la nueva GTC APP, descárgala hoy (modelo femenino)
39	sep-18	G&T Continental	24-sep-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	GTC APP, sabrás usarla incluso sin supervisión infantil
52	oct-18	G&T Continental	5-oct-18	Prensa Libre	Int.	Viernes	GTC APP, descárgala hoy.
62	oct-18	G&T Continental	14-oct-18	Prensa Libre	Int.	Domingo	GTC APP, sabrás usarla incluso sin supervisión infantil
64	oct-18	G&T Continental	15-oct-18	Prensa Libre	11	Lunes	Por más días de independencia, Ahorra o nunca
78	oct-18	G&T Continental	29-oct-18	Prensa Libre	11	Lunes	Por más estrenos merecidos, Ahorra o Nunca
95	nov-18	G&T Continental	19-nov-18	Prensa Libre	11	Lunes	En Navidad, hasta el doble de tu compra al instante
98	nov-18	G&T Continental	21-nov-18	Prensa Libre	Int.	Miércoles	Les envío su remesa por G&T Continental, más de 2,500 puntos de pago
103	nov-18	G&T Continental	25-nov-18	Prensa Libre	31	Domingo	Ahora en tu habitación: Escuela de Finanzas.
106	nov-18	G&T Continental	27-nov-18	Prensa Libre	Int.	Martes	Les envío su remesa por G&T Continental, más de 2,500 puntos de pago
108	nov-18	G&T Continental	28-nov-18	Prensa Libre	40	Miércoles	Ahora en tu habitación: Oficina de aprobación de tarjetas y créditos
109	nov-18	G&T Continental	28-nov-18	Prensa Libre	Int.	Miércoles	Mi remesa GTC, ahorra hoy para tener mañana
115	nov-18	G&T Continental	30-nov-18	Prensa Libre	31	Viernes	En Navidad, hasta el doble de tu compra al instante
117	dic-18	G&T Continental	2-dic-18	Prensa Libre	31	Domingo	Ahora en tu habitación: Escuela de Finanzas.
129	dic-18	G&T Continental	12-dic-18	Prensa Libre	Int.	Miércoles	GTC APP, Descargó, usó y gana
130	dic-18	G&T Continental	17-dic-18	Prensa Libre	25	Lunes	Nueva experiencia web, seguros G&T
132	dic-18	G&T Continental	18-dic-18	Prensa Libre	15	Martes	Un banco que quiere estar más cerca de ti. Reubicación de agencias
136	dic-18	G&T Continental	19-dic-18	El Periódico	Int.	Miércoles	En Navidad juega y gana hasta Q50,000 al instante por tus compras
137	dic-18	G&T Continental	20-dic-18	Prensa Libre	11	Jueves	En Navidad gana hasta el doble de tus compras al instante

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

El grupo Financiero del Banco G&T Continental es uno de los grupos antiguos, de tradición y que envían el mensaje de solidez por sus sesenta años de experiencia en la banca guatemalteca. Otro banco producto de la fusión del tradicional G&T y el Banco Continental.

Su mensaje es de trayectoria y solidez en el mercado, con posición vanguardista. Orientando su estrategia a la creación de productos y servicios innovadores como las necesidades de su cliente.

En cuanto al medio de publicación preferida es Prensa Libre por el segmento de población al cual se orienta G&T Continental, veinte y uno anuncios de veinte y dos (noventa y cinco por ciento) son en este medio. Prensa Libre es su medio preferido para publicitarse.

Banco G&T Continental presenta tres días favoritos de publicación: lunes, miércoles y domingo cada uno con cinco publicaciones con diez que equivale al veinte y tres por ciento de sus publicaciones por día. Hacen un balance y concentran sus anuncios en esos días, de igual manera así están orientados sus mensajes.

Buscan siempre salir publicados de las páginas diez a la treinta de Prensa Libre en los días referidos.

El mensaje enviado es enfocado a su solidez, trayectoria, posición vanguardista y de liderazgo en Guatemala. Apelan a los sentimientos nobles de los guatemaltecos con el mensaje: “Inicia, Crece y Trasciende”, mensaje subliminal alineado con sus objetivos estratégicos. Le dan mucha importancia al lanzamiento de su nueva aplicación para banca en línea GTC APP, dentro del espíritu vanguardista. Lo relevante es que lo lograron lanzar en septiembre de dos mil diez y ocho, cuatro meses antes de Banco Industrial el primer Grupo Financiero de Guatemala, que hace su lanzamiento en enero de dos mil diez y nueve. Desde el punto de vista de la relación entre Grupos Financieros estos movimientos son estratégicos e impactan tanto a nivel de sus juntas directivas como de su clientela.

8.6.8 Anuncios publicados por Banco Promerica 2018/2019

Cuadro No.21

Cuadro No. 21 Anuncios en Prensa Escrita, Banco Promerica

No.	mes	Banco	Fecha	Periódico	Págs	Día	Mensaje enviado
14	ago-18	Promerica	8-ago-18	Publinews	1	Miércoles	15% de reintegro solo hoy Supermercados
15	ago-18	Promerica	9-ago-18	Publinews	1	Jueves	10% de reintegro en Gasolineras
17	ago-18	Promerica	21-ago-18	Publinews	1	Martes	30% de reintegro solo hoy Restaurantes
18	ago-18	Promerica	23-ago-18	Publinews	1	Jueves	10% de reintegro en Gasolineras
22	ago-18	Promerica	24-ago-18	Prensa Libre	21	Viernes	20% de descuento con tu tarjeta de Crédito o Débito
24	sep-18	Promerica	14-sep-18	Prensa Libre	Int.	Viernes	Vive la música latina en las Vegas
48	sep-18	Promerica	28-sep-18	Prensa Libre	15	Viernes	Te reintegramos 15% en todas tus compras, Cemaco
60	oct-18	Promerica	11-oct-18	Publinews	4	Jueves	Gran Venta Nocturna
79	oct-18	Promerica	30-oct-18	Publinews	5	Martes	Solo hoy 15% de reintegro en supermercados
87	nov-18	Promerica	6-nov-18	Publinews	1	Martes	Época de multiplicar, 5 x 1 Puntos, 3 x 1 Millas aéreas, 10% en Cash Back
91	nov-18	Promerica	12-nov-18	El Periódico	Int.	Lunes	Época de multiplicar, en todos tus consumos con tarjetas de crédito
93	nov-18	Promerica	15-nov-18	Publinews	1	Jueves	Época de multiplicar, 5 x 1 Puntos, 3 x 1 Millas aéreas, 10% en Cash Back
101	nov-18	Promerica	21-nov-18	Prensa Libre	Int.	Miércoles	Época de multiplicar, en todos tus consumos con tarjetas de crédito
102	nov-18	Promerica	21-nov-18	El Periódico	Int.	Miércoles	Época de multiplicar, 5 x 1 Puntos, 3 x 1 Millas aéreas, 10% en Cash Back
105	nov-18	Promerica	27-nov-18	El Periódico	Int.	Martes	Reintegro en todas sus compras 50%, al solicitar aquí tu tarjeta de crédito
107	nov-18	Promerica	27-nov-18	Publinews	Int.	Martes	Época de multiplicar, 5 x 1 Puntos, 3 x 1 Millas aéreas, 10% en Cash Back
113	nov-18	Promerica	30-nov-18	El Periódico	Int.	Viernes	Época de multiplicar, en todos tus consumos con tarjetas de crédito
114	nov-18	Promerica	30-nov-18	El Periódico	Int.	Viernes	Reintegro en todas sus compras 50%, al solicitar aquí tu tarjeta de crédito
116	dic-18	Promerica	2-dic-18	Prensa Libre	11	Domingo	20% de descuento al instante, Hiperferreteria EPA
122	dic-18	Promerica	5-dic-18	Publinews	1	Miércoles	Época de multiplicar, 5 x 1 Puntos, 3 x 1 Millas aéreas, 10% en Cash Back
125	dic-18	Promerica	6-dic-18	Publinews	1	Jueves	Época de multiplicar, 5 x 1 Puntos, 3 x 1 Millas aéreas, 10% en Cash Back
126	dic-18	Promerica	10-dic-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	Época de multiplicar, Puntos, Millas y Cash Back
127	dic-18	Promerica	10-dic-18	Prensa Libre	Int.	Lunes	Reintegro en todas sus compras 50%, al solicitar aquí tu tarjeta de crédito
134	dic-18	Promerica	18-dic-18	El Periódico	Int.	Martes	Época de multiplicar, en todos tus consumos con tarjetas de crédito
155	mar-19	Promerica	21-mar-19	Soy 502	5	Jueves	Rufino Tamayo, mexicano universal
157	mar-19	Promerica	31-mar-19	Prensa Libre	Int.	Domingo	Utiliza tus tarjetas Promerica y grita gol en la gran final de América 2019

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

El grupo Promerica Grupo financiero regional con operaciones en Centro América, Caribe y Sur América; es el segundo competidor en el negocio de las tarjetas de crédito en Guatemala atrás de BAC-Credomatic. Comienza operaciones como operador de tarjetas de crédito, con la Reforma Financiera del año dos mil dos, se ve en la necesidad de comprar un banco para poder legitimar su operación, compra Bancasol; para posteriormente afianzar su posición en el mercado adquiriendo Citibank S.A. de Guatemala y Cititarjetas de Guatemala. Es ahora un grupo de poder regional impactando las operaciones bancarias en Guatemala.

Su mensaje es de grupo regional con amplia experiencia en el mercado, pujante e innovador, creciendo de forma balanceada y consistente en Guatemala. Con orientación fundamental a los sectores productivos del país. En tarjeta de crédito utiliza la estrategia de incentivos para motivar a sus clientes en el uso de sus productos.

En cuanto al medio de publicación preferida es Publinews, primera institución financiera que su medio de publicación preferida no es Prensa Libre, con once anuncios de veinte y seis (cuarenta y dos por ciento). En segundo lugar, Prensa Libre con ocho anuncios que equivalen al veinte y cuatro por ciento.

El Banco Promerica presenta tres días favoritos de publicación: martes, miércoles y viernes cada uno con seis publicaciones, que equivale al veinte y cuatro por ciento de sus publicaciones por día. Hacen un balance y concentran sus anuncios en esos días para lograr la penetración de su clientela. Cabe hacer notar como resultado de esta investigación, ningún banco del sistema utiliza el día sábado para publicidad.

Buscan siempre salir publicados en las primeras cinco páginas de Publinews y Prensa Libre en los días referidos buscando la penetración del mercado en competencia con BAC-Credomatic.

El mensaje enviado busca la penetración de los sectores productivos con un mensaje de regionalidad, experiencia y solidez. En cuanto a su principal línea de negocios, tarjeta de crédito los mensajes son de incentivo a utilizar sus productos y por eso obtienen grandes beneficios, como conciertos, puntos extra, reintegro en gasolineras, reintegro en supermercados y reintegro en restaurantes. Finalmente, en marzo del presente año auspician la venida del connotado artista Rufino Tamayo.

8.6.9 Interpretación preferencia día/semana de publicación

En este apartado se ha llevado a cabo un análisis del día preferente de publicación por parte de cada banco estudiado, en el análisis individual se ha comentado la estrategia individual de cada institución financiera, ahora lo analizamos como segmento de la industria, para lo cual adjuntamos cuadros por día comenzando de día preferido a día menos preferido, importante mencionar que los días sábados no se utilizan para pautar por parte de la banca:

Cuadro no.22

Cuadro No. 22 Día de preferencia para publicidad (Viernes)

No.	mes	Banco	Fecha	Periódico	Págs	Día	Mensaje enviado
3	jun-18	G&T Continental	29-jun-18	Prensa Libre	13	Viernes	Inicia, Crece, trasciende
8	jul-18	BAC	20-jul-18	Prensa Libre	7	Viernes	Cotiza, reserva y compra tu viaje con doble valor, BAC Credomatic
9	jul-18	BAC	20-jul-18	Prensa Libre	11	Viernes	Expo mueble 2018, faltan 5 días
10	jul-18	BAM	20-jul-18	Prensa Libre	53	Viernes	Ahorré para mi carrito, Con BAM GanAhorro, compré mi carrito
11	jul-18	BAM	20-jul-18	Prensa Libre	25	Viernes	BAMos de Viaje, viaja alrededor del mundo con tarjetas BAM
12	jul-18	BAC	20-jul-18	Prensa Libre	5	Viernes	Obtén un bono hasta de Q900
21	ago-18	Banco de los Trabajadores	24-ago-18	Prensa Libre	11	Viernes	Tu trabajo hace latir a Guatemala, Por eso es la única garantía que necesitamos
22	ago-18	Promerica	24-ago-18	Prensa Libre	21	Viernes	20% de descuento con tu tarjeta de Crédito o Débito
24	sep-18	Promerica	14-sep-18	Prensa Libre	Int.	Viernes	Vive la música latina en las Vegas
25	sep-18	Azteca	14-sep-18	Prensa Libre	Int.	Viernes	Solicita tu crédito para cubrir necesidades o sueños
26	sep-18	Industrial	14-sep-18	Prensa Libre	Int.	Viernes	Celebremos el orgullo de ser guatemaltecos
27	sep-18	Bantrab	14-sep-18	Prensa Libre	Int.	Viernes	Tu trabajo hace latir a Guatemala, Por eso es la única garantía que necesitamos
28	sep-18	Industrial	14-sep-18	Prensa Libre	Int.	Viernes	Queremos que en todos tus pasos, tengas la seguridad del banco regional más grande
47	sep-18	Banrural	28-sep-18	Prensa Libre	Int.	Viernes	Nuestra meta el desarrollo, nuestra fuerza la amistad
48	sep-18	Promerica	28-sep-18	Prensa Libre	15	Viernes	Te reintegramos 15% en todas tus compras, Cemaco
49	sep-18	BAC	28-sep-18	Prensa Libre	13	Viernes	Luxury Real State, Visítanos y conoce los proyectos más exclusivos de Guatemala
52	oct-18	G&T Continental	5-oct-18	Prensa Libre	Int.	Viernes	GTC APP, descárgala hoy.
61	oct-18	Banrural	12-oct-18	Publinews	9	Viernes	¿Necesitas un socio en esta Navidad? Crédito amigo Banrural
68	oct-18	Bantrab	19-oct-18	Prensa Libre	15	Viernes	Conmemorando la historia con Bantrab
69	oct-18	BAC	19-oct-18	Prensa Libre	5	Viernes	¡Hoy sí! Londres, Viajar es vivir, hasta el 30% de descuento
74	oct-18	Bantrab	26-oct-18	Prensa Libre	25	Viernes	Tu trabajo hace latir a Guatemala, Por eso es la única garantía que necesitamos
75	oct-18	Ficohsa	26-oct-18	Prensa Libre	11	Viernes	20% de descuento al instante, EPA
82	nov-18	Industrial	2-nov-18	Prensa Libre	33	Viernes	20% de descuento al instante, Hiperferreteria EPA
83	nov-18	Banrural	2-nov-18	El Popular	3	Viernes	¿Necesitas un socio en esta Navidad? Crédito amigo Banrural
84	nov-18	BAC	2-nov-18	Carretera News	13	Viernes	Pack Friday, Descuentos Pradera Concepción
113	nov-18	Promerica	30-nov-18	El Periódico	Int.	Viernes	Época de multiplicar, en todos tus consumos con tarjetas de crédito
114	nov-18	Promerica	30-nov-18	El Periódico	Int.	Viernes	Reintegro en todas sus compras 50%, al solicitar aquí tu tarjeta de crédito
115	nov-18	G&T Continental	30-nov-18	Prensa Libre	31	Viernes	En Navidad, hasta el doble de tu compra al instante
145	ene-19	Banrural	25-ene-19	Prensa Libre	11	Viernes	50 aniversario de la Escuela de Zootecnia de la Universidad San Carlos de Guatemala
146	ene-19	Industrial	25-ene-19	Prensa Libre	Int.	Viernes	Nueva en Línea APP
151	feb-19	Industrial	8-feb-19	Prensa Libre	1	Viernes	Boletín Informativo
152	feb-19	Industrial	8-feb-19	Prensa Libre	3	Viernes	Premios y Reconocimientos

Fuente: Elaboración Propia

El día viernes es el preferido por el sector bancario para llevar a cabo sus pautas publicitarias, básicamente por la sensación que se llevan los clientes para el fin de semana y el efecto del anuncio perdura en su clientela, treinta y tres anuncios de ciento cincuenta y siete son realizados en este día equivalente al veinte y uno por ciento de lo pautado por el sector bancario en los meses del estudio. El segundo día más importante para efecto de anuncios publicitarios es el día jueves, aprovechando los suplementos de ofertas de los supermercados que hace que los clientes se interesen en adquirir los medios escritos. En día jueves se pautaron treinta y dos anuncios para el veinte por ciento del total de publicidad en el tiempo analizado.

Cuadro no.23

Cuadro No. 23 Día de preferencia para publicidad (Jueves)

No.	mes	Banco	Fecha	Periódico	Página	Día	Mensaje enviado
6	jul-18	Crédito Hipotecario Nacional	5-jul-18	Prensa Libre	12	Jueves	Con un Banco sólido, confiable y seguro; su puerta al desarrollo
7	jul-18	G&T Continental	5-jul-18	Prensa Libre	13	Jueves	Inicia, Crece, trasciende
15	ago-18	Promerica	9-ago-18	Publinews	1	Jueves	10% de reintegro en Gasolineras
16	ago-18	BAM	9-ago-18	Publinews	1	Jueves	IV Carrera BAM, 5-10K
18	ago-18	Promerica	23-ago-18	Publinews	1	Jueves	10% de reintegro en Gasolineras
19	ago-18	Banco de los Trabajadores	23-ago-18	Nuestro Diario	8	Jueves	Próximamente: Fonseca y Juan Luis Guerra, Precios especiales clientes Bantrab
20	ago-18	Banco de los Trabajadores	23-ago-18	Prensa Libre	10	Jueves	Vives Tour Concierto, precios especiales clientes Bantrab
23	ago-18	Banrural	30-ago-18	Publinews	5	Jueves	¿Tus bolsillos parecen de mago: nada por aquí, nada por allá?
34	sep-18	Banrural	20-sep-18	Prensa Libre	36	Jueves	Como amigos ya hemos probado que se puede llegar más allá.
35	sep-18	Banrural	20-sep-18	Publinews	4	Jueves	Nuestra meta el desarrollo, nuestra fuerza la amistad
36	sep-18	BAC	20-sep-18	Prensa Libre	25	Jueves	Jueves de ahorro, Convierte tu ahorro en más compras
37	sep-18	BAC	20-sep-18	Prensa Libre	9	Jueves	Viaja a los Estados Unidos o Canadá desde 20,000 millas Advantage
46	sep-18	Azteca	27-sep-18	Prensa Libre	Int.	Jueves	Solicita tu crédito para cubrir necesidades o sueños
58	oct-18	BAC	11-oct-18	Soy 502	13	Jueves	Fey + Kabah en Concierto
59	oct-18	BAC	11-oct-18	Prensa Libre	25	Jueves	Jueves de ahorro, 15% en Walmart/Paiz
60	oct-18	Promerica	11-oct-18	Publinews	4	Jueves	Gran Venta Nocturna
66	oct-18	Banrural	18-oct-18	Prensa Libre	24	Jueves	Con respeto y amor a la gente, todos juntos deseamos servir
67	oct-18	BAC	18-oct-18	Prensa Libre	24	Jueves	Jueves de ahorro, 15% en Walmart/Paiz
88	nov-18	BAM	8-nov-18	Soy 502	11	Jueves	Copa BAM Guatemala 2018, Torneo Internacional Juvenil de Tenis
92	nov-18	BAM	15-nov-18	Soy 502	11	Jueves	Copa BAM Guatemala 2018, Torneo Internacional Juvenil de Tenis
93	nov-18	Promerica	15-nov-18	Publinews	1	Jueves	Época de multiplicar, 5 x 1 Puntos, 3 x 1 Millas aéreas, 10% en Cash Back
94	nov-18	BAC	15-nov-18	Prensa Libre	Int.	Jueves	Participa por un Mini Cooper
111	nov-18	Industrial	29-nov-18	Publinews	8	Jueves	Con Club BI, ahorras y cuidas tu salud
112	nov-18	BAC	29-nov-18	Prensa Libre	17	Jueves	Celebra Ya, Jueves y Sábados de ahorro. Walmart
125	dic-18	Promerica	6-dic-18	Publinews	1	Jueves	Época de multiplicar, 5 x 1 Puntos, 3 x 1 Millas aéreas, 10% en Cash Back
137	dic-18	G&T Continental	20-dic-18	Prensa Libre	11	Jueves	En Navidad gana hasta el doble de tus compras al instante
138	dic-18	BAC	20-dic-18	Prensa Libre	7	Jueves	Celebremos Navidad con una Lifemiles extra
140	dic-18	BAC	27-dic-18	Prensa Libre	13	Jueves	Tus pasos grandes hazlos con seguridad
143	ene-19	Industrial	17-ene-19	Publinews	13	Jueves	La UEFA Champions League te espera, usa tu tarjeta BI
149	feb-19	Banrural	7-feb-19	Publinews	7	Jueves	Y esas rosas ¿Quién Pagó? Mi tarjeta Banrural fue quien pagó
150	feb-19	Bantrab	7-feb-19	Publinews	11	Jueves	Con tu trabajo, #Haces latir su futuro
155	mar-19	Promerica	21-mar-19	Soy 502	5	Jueves	Rufino Tamayo, mexicano universal

Fuente: Elaboración Propia

8.6.10 Interpretación preferencia medio escrito

La preferencia del medio escrito es sin lugar a dudas Prensa Libre con ciento ocho publicaciones de ciento cincuenta y siete porcentualmente el sesenta y nueve por ciento. El segundo medio que sigue, pero muy distante es Publinews, que aprovechando que el ejemplar se otorga sin costo es atractivo para la persona leerlo; treinta anuncios fueron pautados en este medio para un diez y nueve por ciento del total publicitado. Entre Prensa Libre y Publinews se tiene el ochenta y ocho por ciento de todo lo publicado.

8.6.11 Reflexiones Finales

La realización de la presente investigación ha requerido la adopción de un enfoque interdisciplinar, conjugando el punto de vista, económico, bancario y de comunicación. En el presente caso, se ha logrado: a) identificar el discurso, estudiarlo como un proceso, mostrar como las palabras que escriben no son solo letras, sino acciones; b) mostrar lo que piensa la clientela individual y corporativa de su institución financiera.

La comunicación estratégica es vital para las organizaciones hoy en día debido a nuestro mundo acelerado y cambiante, donde toda la vida social ha sido alterada, cambiada y transformada por la comunicación. Requiere de una planificación previa donde se analizan mercados, productos, tendencias para asegurar el éxito.

Las instituciones financieras están en la plena libertad de comunicar a su clientela acerca de sus nuevos productos y procesos de fidelización, sin embargo, deben informar a sus clientes acerca de información básica y necesaria para su clientela como, tamaño de activos, calidad de activos, activos extraordinarios, multas de la superintendencia de bancos y rentabilidad.

En cuanto a los objetivos general y específicos se tiene una serie de normativas de acuerdo a leyes locales y a los principios de Basilea, aún se evidencian actos de injusticia, desigualdad y exclusión de acuerdo a las bases teóricas. Los teóricos definen los diferentes puntos de análisis para llevar a cabo la investigación: las estructuras sociales, el poder, el discurso y el análisis crítico del discurso. De acuerdo a la regulación vigente, el sistema financiero debe tener la disciplina del mercado en cuanto a una política formal de divulgación de la información para sus clientes y usuarios para que estos tomen mejores decisiones.

Capítulo 9

Propuesta

9.1 Descripción de la propuesta

Como resultado de la investigación surgen propuestas para dirigirlas a algunas instancias:

El Sistema Bancario nacional está debidamente organizado y a pesar de la quiebra de dos instituciones cada día se fortalece cumpliendo con sus objetivos delimitados. La presente investigación estuvo basada en el Pilar 3 de los Acuerdos de Basilea, La disciplina del mercado que es el acceso a la información bancaria de parte de los clientes para determinar con quien quieren colocar sus fondos; El Sistema Bancario Nacional debe cumplir con proveer ese acceso a la información ya que el mensaje que envían es de muchos incentivos y beneficios para los clientes, pero en realidad solo pretenden la venta de sus productos.

La Superintendencia de Bancos, ente fiscalizador, debe velar porque se cumpla el Pilar 3 de los Acuerdos de Basilea, para el bienestar y buen desarrollo de las operaciones bancarias en Guatemala. La supervisión debe ir más allá, debe escudriñar, investigar la publicidad intencionada que realizan las instituciones bancarias tratando de enviar un mensaje de solidez a través del adecuado direccionamiento de sus gastos en pro de la divulgación de la información.

La estabilidad financiera de las instituciones va más allá del capital y la liquidez, conlleva también el manejo integral de riesgos y el Pilar III de Basilea; La disciplina del mercado en cuanto a una política formal de divulgación de la información para sus clientes y usuarios para que estos tomen mejores decisiones. La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala debe motivar a: estudiantes, docentes y administradores para que se familiaricen con el manejo del Sistema Bancario Nacional para no ser engañados ni tomados por sorpresa cuando mantienen relación con las mismas.

Los bancos elaboran un material publicitario donde evidencian lo que quieren que el cliente observe, por ejemplo: Sus nuevos productos, su crecimiento de activos y cuando conviene su rentabilidad.

La propuesta como resultado de la investigación elaborada es que independientemente de que cada institución financiera puede hacer la publicidad que quiera, en cuanto a su estrategia por nicho de mercado, debe cumplir con los siguientes enunciados semestralmente y hacerlos públicos a sus clientes:

- 1) El tamaño de activos: El principal activo de los bancos son los préstamos por esta debe informar cuantos activos maneja para indicar su crecimiento.
- 2) Calidad de los activos: El cliente debe estar informado del porcentaje de préstamos morosos para informarse si el cliente maneja adecuadamente su cartera crediticia. Una cartera morosa no es buena señal de procesos crediticios de acuerdo a los Principios de Basilea.
- 3) Activos extraordinarios: Usualmente en los créditos hipotecarios la garantía es el inmueble, cuando los clientes ya no pueden pagar el banco se adjudica los activos (las propiedades). Este es un indicador que igual al anterior, evidencia que la institución financiera tiene procesos adecuados de otorgamiento de créditos. El negocio principal de la banca es la intermediación financiera, captar depósitos y colocar créditos, por lo que esa es la función principal. La banca no debe estar adjudicándose inmuebles y posteriormente venderlos, la banca negocio inmobiliario.
- 4) Multas de la Superintendencia de Bancos: Esta información debe ser pública para mostrar a su clientela que sus procesos operativos internos se llevan a cabo conforme a la legislación bancaria vigente, el no tener multas significaría que cumple con todos sus procesos adecuadamente.
- 5) Rentabilidad: Es importante evidenciar la rentabilidad, como lo es también la reinversión de utilidades mejorando sus instalaciones y equipamiento. La banca en su publicidad alardea de sus nuevas aplicaciones para banca electrónica, debe invertir en seguridad informática para el bienestar de su clientela antes de pagar dividendos.

9.2 Reflexiones Finales

Es innegable el hecho de que todos en este mundo globalizado tenemos relación con el sistema bancario nacional, en algunos casos internacional, pero no se tiene idea a ciencia cierta que hacen los bancos con los fondos ni con los depósitos. Debemos estar conscientes que los Acuerdos de Basilea nos protegen y pretenden que el cliente esté debidamente informado para tomar su decisión en cuanto con que institución maneja su dinero.

Conclusiones

La realización de la presente investigación ha requerido la adopción de un enfoque interdisciplinar, conjugando el punto de vista, económico, bancario y de comunicación. En el presente caso, se ha logrado: a) identificar el discurso, estudiarlo como un proceso, mostrar como las palabras que escriben no son solo letras, sino acciones; b) mostrar lo que piensa la clientela individual y corporativa de su institución financiera.

El conjunto de Leyes promulgadas como la Reforma Financiera del año dos mil dos viene a subsanar las deficiencias que, con el paso del tiempo, los cambios a nivel mundial, la globalización, volvió obsoleta y desactualizada la normativa de mil novecientos cuarenta y cinco.

El desfase provocado por la promulgación de la Reforma Financiera y la implementación de la Ley de Supervisión a nivel de ente supervisor contribuyó a la inestabilidad financiera de los mercados regulado y no regulado; concluyendo con la inclusión de los delitos: pánico financiero e intermediación financiera.

Se tiene una serie de normativas de acuerdo a leyes locales y a los principios de Basilea, aún se evidencian actos de injusticia, desigualdad y exclusión de acuerdo a las bases teóricas. Los teóricos definen los diferentes puntos de análisis para llevar a cabo la investigación presente: las estructuras sociales, el poder, el discurso y el análisis crítico del discurso. De acuerdo a la regulación vigente, el sistema financiero debe tener la disciplina del mercado en cuanto a una política formal de divulgación de la información para sus clientes y usuarios para que estos tomen mejores decisiones.

La comunicación estratégica es vital para las organizaciones hoy en día debido a nuestro mundo acelerado y cambiante, donde toda la vida social ha sido alterada, cambiada y transformada por la comunicación. Requiere de una planificación previa donde se analizan mercados, productos, tendencias para asegurar el éxito.

Las instituciones financieras están en la plena libertad de comunicar a su clientela acerca de sus nuevos productos y sus procesos de fidelización, sin embargo, deben informar a sus clientes acerca de la información enunciada en la propuesta: Tamaño de activos, calidad de activos, activos extraordinarios, multas de la superintendencia de bancos y rentabilidad.

Asimismo, la comunicación estratégica es enfocada a todos: clientes, proveedores, accionistas, empleados para garantizar que el mensaje llegue a todos los lugares que interesa. Entender el arte de la planificación para construir una imagen, de la mano con un liderazgo transparente, serio, envuelto en la problemática social de relaciones con todos: clientes, proveedores, accionistas, comunidades requiere de una adecuada comunicación estratégica donde se realiza los objetivos de las empresas, su visión, su misión, para garantizar que el mensaje llegue a todos los lugares que interesa. El poder conocer y saber que efectivamente estamos llegando a todas nuestras partes interesadas y que las mismas lo toman en cuenta y el mensaje no es ignorado.

Por el nicho que maneja, su enfoque periodístico; Prensa Libre es el medio favorito por parte del Sistema Bancario Nacional para canalizar su publicidad. Cada institución financiera tiene su estrategia para captar clientes, el día favorito para pautar es el viernes por los efectos de fin de semana, la imagen y la sensación de la información que se lleva la clientela. El día sábado no se utiliza para hacer publicaciones.

Referencias

- Argenti, P. (Septiembre de 2014). *Contribución Estratégica y su contribución a la reputación*. Buenos Aires, Argentina: Lid Editorial.
- Ayala, R. (2010). *Análisis del Fondo de Protección del Ahorro en Guatemala*. Guatemala: Tesis de Grado, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad Rafael Landívar.
- Ayala, R. (2012). *Evolución Histórica del Riesgo de Crédito en la Banca Guatemalteca*. Guatemala: Tesis Maestría, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad Rafael Landívar.
- Blanco, P. (febrero de 2012). *Responsabilidad Social Empresarial*. (P. Blanco, Intérprete) Auditorio Universidad Rafael Landívar, Guatemala, Guatemala, Guatemala.
- Bourdieu, P. (1988). *Criterios y bases sociales*. Madrid: Taurus.
- CentrarRSE en Guatemala. (Mayo de 2015). Casos de éxito en responsabilidad social en Guatemala. *Casos de éxito en responsabilidad social en Guatemala*. (C. Guatemala, Ed.) Guatemala, Guatemala, Guatemala: CentraRSE Guatemala.
- Código de Comercio, D. 2.-7. (2010). *Código de Comercio Decreto 2-70, Congreso de la República de Guatemala*. Guatemala: Librería Jurídica.
- Constituyente, A. N. (1985). *Constitución Política de la República de Guatemala*. Guatemala: Tipografía Nacional.
- Couto, H. (1981). *Guía para el Estudio de la Historia del Pensamiento Económico*. México D.F., Editorial Porrúa.

- Dijk, T. V. (2008). *Semántica del discurso*. Alemania: Sinexi.
- Dijk, V. T. (1999). *El análisis crítico del discurso*. Barcelona: Anthropos.
- Fonseca Yerena, S. (2005). Comunicación Oral, fundamentos y práctica estratégica. *Comunicación Oral, fundamentos y práctica estratégica, Segunda*. México, México, México: Pearson Educación.
- Foucault, M. (1971). *Microfísica del poder*. Madrid: Las ediciones de la piqueta.
- Foucault, M. (1976). *El juego de Michel Foucault*. Madrid: M. Foucault, saber y verdad. Cátedra.
- Foucault, M. (1996). *El sujeto y el Poder*. Barcelona: Paídos.
- Friedman, T. (enero de 2006). La tierra es plana, breve historia del mundo globalizado del siglo XXI. *La tierra es plana, breve historia del mundo globalizado del siglo XXI*. México D.F., México: Ediciones Martínez Roca.
- Fundacion Manuel Buendía A.C. Universidad Popular Autónoma de Puebla, Jose Antonio Meyer. (2009). Comunicación estratégica: Nuevos horizontes de estudio. *Comunicación estratégica: Nuevos horizontes de estudio*. México, Df, Puebla, México: Fundacion Manuel Buendía A.C. Universidad Popular Autónoma de Puebla.
- Guatemala, C. d. (2000). *Ley de Libre Negociación de Divisas, Decreto Número 94-2000*. Guatemala: Tipografía Nacional.
- Guatemala, C. d. (2001). *Ley contra el Lavado de Dinero u otros activos, Decreto Número 67-2001*. Guatemala: Tipografía Nacional.

Guatemala, C. d. (2002). *Ley de Bancos y Grupos Financieros*. Guatemala: Tipografía Nacional.

Guatemala, C. d. (2002). *Ley de Supervisión Financiera, Decreto Número 18-2002*. Guatemala: Tipografía Nacional.

Guatemala, C. d. (2002). *Ley Monetaria. Decreto Número 17-2002*. Guatemala: Tipografía Nacional.

Guatemala, C. d. (2002). *Ley Orgánica del Banco de Guatemala, Decreto Número 16-2002*. Guatemala: Tipografía Nacional.

Guatemala, C. d. (2010). *Código de Comercio, Decreto 2-70*. Guatemala: Librería Jurídica.

Jaime, M. (2015). *La Auditoría interna en la detección de operaciones de riesgo*. Guatemala: Tesis de grado, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Levi, M. (1997). *Finanzas Internacionales*. México: McGraw Hill Interamericana.

Mac Donald, R. (2015). *Revista Cultura de Guatemala. Revista Cultura de Guatemala. Enfoques Humanísticos*. Guatemala, Guatemala, Guatemala: Cara Parens de la Universidad Rafael Landívar.

Mises Von, L. (1980). *La acción humana, tratado de Economía*. Madrid: Unión Editorial.

Monzón, E. (2016). *Mujeres, Periodismo y Opinión*. Guatemala: Tesis Doctoral, Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC.

Ramírez, D. (2010). *Derecho Bancario y Bursatil*. Guatemala: Editorial Zona Gráfica.

Ramiro, M. D. (2015). Revista Cultura de Guatemala. *Revista Cultura de Guatemala. Enfoques Humanísticos*. Guatemala, Guatemala, Guatemala: Cara Parens de la Universidad Rafael Landívar.

Rodríguez, S. (2002). *Contratos Bancarios, Su significación en América Latina*. Bogotá: Legis Editores.

Sampieri, H. (2014). *Metodología de la Investigación*,. Mexico: McGraw Hill.

Tironi Eugenio, C. A. (2011). Comunicación Estratégica. *Comunicación Estratégica, Vivir en un mundo de señales, Tercera*. Providencia, Santiago de Chile, Chile: Aguilar.

Wright, C. (1998). *Teoría de la comunicación de masas*. Estados Unidos: Paranulanza.

Anexos

Anexo 1

INSTRUMENTOS

Anexo 1

Ficha hemerográfica
1 Fecha de la publicación
2 Banco que realiza el anuncio
3 Nombre del Periódico
4 Día de la semana de la publicación
5 Número de página donde se encuentra el anuncio
6 Mensaje enviado

Anexo 2

PROTOCOLO DE GUIA DE ENTREVISTA

APLICADA A CLIENTES DEL BANCO _____

FECHA:

OBJETIVO

Determinar las respuestas de la percepción del acceso a la información financiera de las instituciones financieras en Guatemala.

Participante:

Edad:

Sexo:

INTRODUCCION

Buen día mi nombre es Rodolfo Ayala, estudiante de Doctorado en Comunicación Estratégica y Social, en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Estoy realizando mi investigación denominada, **El acceso a la información en el sistema financiero** y amablemente solicito pueda responder las preguntas planteadas en este cuestionario, la información es únicamente con fines académicos y es confidencial.

Preguntas:

1. ¿Considera usted, estar cómodo con la institución financiera que trabaja?
2. ¿Cuándo inició su relación bancaria, tuvo la oportunidad de escoger su banco?
3. ¿Considera usted que conoce la situación financiera de su banco?
4. ¿Considera usted adecuada la participación del ente fiscalizador en los momentos actuales?
5. ¿Cómo se entera de la situación financiera de su banco, periódicos, portal de internet, comentarios de amigos?
6. ¿Alguna vez ha solicitado información de la situación de su banco?
7. ¿Recibe con alguna periodicidad información de su institución bancaria?
8. A su criterio ¿Considera sana la banca en Guatemala?

¿Algún otro comentario que desee agregar a la entrevista?

Agradezco el tiempo brindado

Anexo 3:

Decreto Número 94-2000 del Congreso de la República de Guatemala,

Ley de Libre Negociación de Divisas

DECRETO NUMERO 94-2000 EL CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA

CONSIDERANDO:

Que de conformidad con los artículos 132 y 133 de la Constitución Política de la República de Guatemala es potestad exclusiva del Estado formular y realizar las políticas que tiendan a crear y mantener condiciones cambiarias favorables al desarrollo ordenado de la economía nacional, siendo la Junta Monetaria quien tiene a su cargo, entre otras, la atribución de determinar la política cambiaria del país.

CONSIDERANDO:

Que el país debe participar eficazmente en el nuevo orden cambiario internacional, a fin de no quedarse rezagado o en desventaja con respecto a sus principales socios comerciales, particularmente con los países de la región, para lo cual es necesario que cuente con un marco jurídico de orden cambiario actualizado y flexible.

CONSIDERANDO:

Que la experiencia de otros países indica que, en un ambiente macroeconómico estable, la legalización de la intermediación financiera en monedas extranjeras ha contribuido a eliminar costos de transacción en las operaciones habituales de comercio exterior y de turismo, así como a facilitar la diversificación en las decisiones de inversión y ahorro de los agentes económicos.

POR TANTO:

En el ejercicio de las atribuciones que le confiere el artículo 171 literal a) de la Constitución Política de la República de Guatemala.

DECRETA:

La siguiente:

LEY DE LIBRE NEGOCIACION DE DIVISAS

ARTICULO 1. Sistema cambiario. Es libre la disposición, tenencia, contratación, remesa, transferencia, compra, venta, cobro y pago de y con divisas y serán por cuenta de cada persona individual o jurídica, nacional o extranjera las utilidades, las pérdidas y los riesgos que se deriven de las operaciones que de esa naturaleza realice.

Es igualmente libre la tenencia y manejo de depósitos y cuentas en moneda extranjera, así como operaciones de intermediación financiera, tanto en bancos nacionales como en bancos del exterior. Las operaciones activas, pasivas, de confianza y las relacionadas con obligaciones por cuenta de terceros que en monedas extranjeras realicen los bancos del sistema y las sociedades financieras privadas, se regirán, en lo aplicable, por lo dispuesto en la Ley Orgánica del Banco de Guatemala, en la Ley Monetaria, en la Ley de Bancos,

en la Ley de Bancos de Ahorro y Préstamo para la Vivienda Familiar, en las leyes específicas de las instituciones bancarias y financieras, en la Ley de Sociedades Financieras Privadas, Ley de Productos Financieros y en las disposiciones dictadas por la Junta Monetaria y por la Superintendencia de Bancos.

No obstante lo dispuesto en el párrafo anterior, la emisión de títulos de crédito o títulos valores expresados en monedas extranjeras que realicen los bancos y las sociedades financieras privadas, requerirá autorización previa de la Junta Monetaria. En la resolución que emita dicha Junta en la que se consigne esa autorización, se establecerán las condiciones que, de manera general, le serán aplicables a la emisión de esos títulos.

El Gobierno de la República, las instituciones descentralizadas, autónomas y semiautónomas y, en general, las entidades y dependencias del Estado, efectuarán por medio del Banco de Guatemala todas sus compras, ventas, remesas, transferencias y demás transacciones en divisas, tanto en el país como en el exterior. La compra y venta de divisas quedan exentas del pago de Impuesto al Valor Agregado y del Impuesto de Timbres Fiscales y Papel Sellado Especial para Protocolos.

ARTICULO 2. Mercado institucional de divisas. El Mercado Institucional de Divisas está constituido por el Banco de Guatemala y por los bancos, las sociedades financieras privadas, las bolsas de valores, las casas de cambio a que se refiere el artículo 3 del presente decreto, así como por otras instituciones que disponga la Junta Monetaria. Para propósitos de control estadístico, dichas entidades deberán informar diariamente al Banco de Guatemala, en la forma que determine la Junta Monetaria, de las operaciones de cambio que efectúen.

ARTICULO 3. Casas de cambio. Para los efectos de esta ley, las casas de cambio son aquellas sociedades anónimas no bancarias que operen en el Mercado Institucional de Divisas. Las casas de cambio para operar en tal mercado, deberán ser autorizadas por la Junta Monetaria y se regirán por el reglamento que para el efecto dicte dicha Junta.

La Superintendencia de Bancos ejercerá la vigilancia e inspección de las casas de cambio, en cuanto a sus operaciones cambiarias, y deberá observar las disposiciones que para el efecto dicte la Junta Monetaria. El costo de la vigilancia e inspección de las casas de cambio será determinado por la Junta Monetaria y cubierto por dichas entidades.

ARTICULO 4. Tipo de cambio de referencia. Para efectos de la determinación del tipo de cambio aplicable para la liquidación de obligaciones tributarias u otras que supongan pagos del Estado o al Estado y sus entidades, así como para la resolución de conflictos en el ámbito administrativo y jurisdiccional, se aplicará el tipo de cambio de referencia del Quetzal con respecto al Dólar de los Estados Unidos de América, que el Banco de Guatemala calcule y publique diariamente.

La metodología de cálculo del tipo de cambio de referencia, así como la de los tipos de cambio de referencia respecto a otras monedas extranjeras deberán aprobarse por medio de resolución de la Junta Monetaria sustentada en criterios que reflejen el comportamiento del mercado.

ARTICULO 4 bis. Remesas familiares en moneda extranjera. (Declarado inconstitucional en sentencia dictada por la Corte de Constitucionalidad el 15 de diciembre de 2003, publicada en el diario oficial el 21 de enero de 2004,

expedientes acumulados números 994-2003, 995-2003 y 1009-2003).

ARTICULO 5. Transacciones de oro. Es libre la importación, exportación, disposición, tenencia, compra y venta de oro amonedado o en barras, en el territorio nacional.

ARTICULO 6. Se reforma el artículo 8 del Decreto Número 203 del Congreso de la República de Guatemala, Ley Monetaria, el cual queda así:¹

"Artículo 8. Salvo que las partes convencionalmente y en forma expresa dispongan lo contrario, el quetzal se empleará como moneda de cuenta y medio de pago en todo acto o negocio de contenido dinerario, y tendrá poder liberatorio de deudas; en todo caso los órganos jurisdiccionales y administrativos deberán respetar y hacer cumplir fielmente lo convenido por las partes. Cualquier persona, individual o jurídica, podrá pactar libremente y de mutuo acuerdo, el pago en divisas de los honorarios, sueldos, salarios, o comisiones a que tenga derecho por prestación de trabajo o por prestación de servicios, según sea el caso."

ARTICULO 7. Transitorio. Las casas de cambio que hayan sido constituidas y autorizadas conforme lo dispuesto en el Decreto Número 22-86 del Congreso de la República, Ley Transitoria de Régimen Cambiario, podrán seguir operando al amparo del presente decreto. Las casas de cambio que decidieren seguir operando conforme lo dispone el presente decreto deberán hacerlo del conocimiento de la Junta Monetaria por escrito a través de la Superintendencia de Bancos, dentro de los diez días siguientes a la vigencia de este decreto,

¹ El Decreto Número 203 del Congreso de la República de Guatemala, Ley Monetaria, fue derogado por el artículo 28 del Decreto Número 17-2002 del Congreso de la República, Ley Monetaria, vigente a partir del uno de junio de dos mil dos.

quedando así automáticamente autorizadas para operar en el Mercado Institucional de Divisas. Las operaciones cambiarias que se hayan iniciado al amparo de disposiciones anteriores a la vigencia del presente decreto, se deberán concluir conforme a dichas disposiciones.

ARTICULO 8. Transitorio. La Junta Monetaria deberá emitir, treinta días antes de la vigencia de la ley, la normativa y el reglamento necesario para poner en práctica las medidas de control y seguridad que deben guardar las instituciones financieras constituidas o representadas en el país para realizar operaciones de confianza, intermediación financiera, manejo de depósitos y cuentas en moneda extranjera.

ARTICULO 9. Derogatoria. Quedan derogados los artículos 2º y 3º, del 14 al 34 y del 37 al 80 del Decreto Número 203 del Congreso de la República de Guatemala, Ley Monetaria; el Decreto Número 22-86 del Congreso de la República de Guatemala, Ley Transitoria de Régimen Cambiario; el artículo 3 del Decreto Número 10-78 del Congreso de la República de Guatemala, así como todas aquellas disposiciones que sean incompatibles, se opongan o contradigan el presente decreto.

ARTICULO 10. Vigencia. El presente decreto fue aprobado y declarado de urgencia nacional con el voto favorable de más de las dos terceras partes del número total de diputados que integran el Congreso de la República, aprobado en dos debates, entrará en vigencia el uno de mayo del año dos mil uno y será publicado en el diario oficial.

**PASE AL ORGANISMO EJECUTIVO PARA SU SANCION,
PROMULGACION Y PUBLICACION.**

**DADO EN EL PALACIO DEL ORGANISMO LEGISLATIVO, EN LA
CIUDAD DE GUATEMALA, A LOS DIECINUEVE DIAS DEL MES DE
DICIEMBRE DEL AÑO DOS MIL.
JOSE EFRAIN RIOS MONTT
PRESIDENTE
CARLOS WOHLERS MONROY SULEMA FRINE PAZ DE RODRIGUEZ
SECRETARIO SECRETARIO**

Anexo No. 4

Decreto Número 67-2001 del Congreso de la República,

Ley Contra el Lavado de Dinero u otros Activos

DECRETO NUMERO 67-2001

EL CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA

CONSIDERANDO:

Que el Estado de Guatemala ha suscrito y ratificado tratados internacionales con el compromiso de prevenir, controlar y sancionar el lavado de dinero u otros activos, de manera que se proteja la economía nacional y la estabilidad y solidez del sistema financiero guatemalteco.

CONSIDERANDO:

Que es obligación del Estado proteger la formación de capital, ahorro e inversión, y crear las condiciones adecuadas para promover la inversión en el país de capitales nacionales y extranjeros, para lo cual se hace necesario dictar las disposiciones legales para prevenir la utilización del sistema financiero para la realización de negocios ilegales.

POR TANTO:

En ejercicio de las atribuciones que le confiere el artículo 171, literal a), de la Constitución Política de la República de Guatemala.

DECRETA:

La siguiente:

LEY CONTRA EL LAVADO DE DINERO U OTROS ACTIVOS

CAPITULO I

ARTICULO 1. Objeto de la ley. La presente ley tiene por objeto prevenir, controlar, vigilar y sancionar el lavado de dinero u otros activos procedentes de la comisión de cualquier delito, y establece las normas que para este efecto deberán observar las personas obligadas a que se refiere el artículo 18 de esta ley y las autoridades competentes.

CAPITULO II

DEL DELITO, DE LOS RESPONSABLES Y DE LAS PENAS

SECCION I

DEL DELITO

ARTICULO 2. Del delito de lavado de dinero u otros activos. Comete el delito de lavado de dinero u otros activos quien por sí, o por interpósita persona:

- a) Invierta, convierta, transfiera o realice cualquier transacción financiera con bienes o dinero, sabiendo, o que por razón de su cargo, empleo, oficio o profesión esté obligado a saber, que los mismos son producto, proceden o se originan de la comisión de un delito;
- b) Adquiera, posea, administre, tenga o utilice bienes o dinero sabiendo, o que por razón de su cargo, empleo, oficio o profesión esté obligado a saber, que los mismos son producto, proceden o se originan de la comisión de un delito;
- c) Oculte o impida la determinación de la verdadera naturaleza, el origen,

la ubicación, el destino, el movimiento o la propiedad de bienes o dinero o de derechos relativos a tales bienes o dinero, sabiendo, o que por razón de su cargo, empleo, oficio o profesión esté obligado a saber, que los mismos son producto de la comisión de un delito.

Artículo 2 Bis. (Adicionado por el artículo 59 del Decreto Número 55-2010 del Congreso de la República) Autonomía del delito. El delito de lavado de dinero u otros activos es autónomo y para su enjuiciamiento no se requiere procesamiento, sentencia ni condena relativos al delito del cual provienen o se originan los bienes, dinero u otros activos.

La prueba del conocimiento de la procedencia u origen ilícito de los bienes, dinero u otros activos, requerido en los delitos de lavado de dinero, se podrá hacer por cualquier medio probatorio, de conformidad con el Código Procesal Penal, incluyendo las inferencias que se desprendan de las circunstancias objetivas del caso.

ARTICULO 3. Extradición. Los delitos contemplados en la presente ley darán lugar a la extradición activa o pasiva, de conformidad con la legislación vigente.

SECCION II

DE LOS RESPONSABLES Y DE LAS PENAS

ARTICULO 4. Personas individuales. El responsable del delito de lavado de dinero u otros activos será sancionado con prisión inmutable de seis a veinte años, más una multa igual al valor de los bienes, instrumentos o productos objeto del delito; el comiso, pérdida o destrucción de los objetos provenientes de la comisión del delito o de los instrumentos utilizados para su comisión; el pago de costas y gastos procesales; y la publicación de la sentencia en, por lo menos, dos de los medios de comunicación social escritos de mayor circulación en el país.

Si el delito fuere cometido por persona extranjera se le impondrá, además de las penas a que se hubiere hecho acreedora, la pena de expulsión del territorio nacional, que se ejecutará inmediatamente que haya cumplido aquellas.

ARTICULO 5. Personas jurídicas. Serán imputables a las personas jurídicas, independientemente de la responsabilidad penal de sus propietarios, directores, gerentes, administradores, funcionarios, empleados o representantes legales, los delitos previstos en esta ley, cuando se tratare de actos realizados por sus órganos regulares siempre que se hallaren dentro del giro u objeto normal o aparente de sus negocios.

En este caso, además de las sanciones aplicables a los responsables, se impondrá a la persona jurídica una multa de diez mil dólares (EUA\$10,000.00) a seiscientos veinticinco mil dólares (EUA\$625,000.00) de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda nacional, atendiendo a la gravedad y circunstancias en que se cometió el delito, y se le apercibirá que en caso de reincidencia se ordenará la cancelación de su personalidad jurídica en forma definitiva.

También se sancionará a la persona jurídica con el comiso, pérdida o destrucción de los objetos provenientes de la comisión del delito o de los instrumentos utilizados para su comisión; el pago de costas y gastos procesales, y la publicación de la sentencia en, por lo menos, dos de los medios de comunicación social escritos de mayor circulación en el país. Cuando se tratare de personas jurídicas sujetas a la vigilancia y fiscalización de la Superintendencia de Bancos, el Juez notificará a dicho órgano supervisor la

sentencia condenatoria respectiva, para que proceda a aplicar las medidas contenidas en las leyes de la materia.

ARTICULO 6. Otros responsables. Quienes se hallaren responsables de participar en la proposición o conspiración para cometer el delito de lavado de dinero u otros activos así como la tentativa de su comisión, serán sancionados con la misma pena de prisión señalada en el artículo 4 para el delito consumado, rebajada en una tercera parte, y demás penas accesorias.

ARTICULO 7. Agravación específica. Si el delito de lavado de dinero u otros activos fuere cometido por quienes desempeñen un cargo de elección popular, un funcionario o empleado público, o un funcionario o empleado de la Intendencia de Verificación Especial, con ocasión del ejercicio de su cargo, se le sancionará con la pena correspondiente aumentada en una tercera parte, y demás penas accesorias. Además, se le impondrá la pena accesoria de inhabilitación especial para el ejercicio de cargo o empleo público por el doble del tiempo de la pena privativa de libertad.

ARTICULO 8. Del comiso de bienes. Para los efectos de esta ley el comiso consiste en la pérdida a favor del Estado de los bienes, instrumentos o productos utilizados o provenientes de la comisión del delito de lavado de dinero u otros activos, declarada en sentencia, a no ser que pertenezcan a un tercero no responsable del hecho.

Cuando los objetos referidos fueren de uso prohibido o no sean de lícito comercio, se ordenará el comiso aunque no llegue a declararse la existencia del delito o la culpabilidad del sindicado o acusado o se ignore quién es la persona responsable del delito

CAPITULO III

SECCION I

DEL PROCEDIMIENTO

ARTICULO 9. Del procedimiento. En la persecución penal de los delitos y ejecución de las penas que establece esta ley, se aplicará el procedimiento señalado en el Código Procesal Penal para los delitos de acción pública.

ARTICULO 10. Reserva de investigación. Por la naturaleza de los delitos que la presente ley contempla, con observancia de lo prescrito en la Constitución Política de la República, las diligencias y las actuaciones llevadas a cabo en el curso del procedimiento preparatorio del proceso penal serán reservadas.

SECCION II

PROVIDENCIAS CAUTELARES

ARTICULO 11. Providencias cautelares. El Juez o Tribunal que conozca del proceso podrá dictar en cualquier tiempo, sin notificación ni audiencia previas, cualquiera providencia cautelar o medida de garantía establecida en la ley encaminada a preservar la disponibilidad de los bienes, productos o instrumentos provenientes o relacionados con el delito de lavado de dinero u otros activos, cuando lo solicite el Ministerio Público. Este requerimiento deberá ser conocido y resuelto por el Juez o tribunal inmediatamente.

ARTICULO 12. Peligro de demora. En caso de peligro por la demora, el Ministerio Público podrá ordenar la incautación, embargo o inmovilización de bienes, documentos y cuentas bancarias, pero deberá solicitar la convalidación judicial inmediatamente, acompañando el inventario respectivo de éstos e indicando el lugar donde se encuentran. Si el Juez o Tribunal no confirma la providencia cautelar, ordenará en el mismo acto la devolución de los bienes,

documentos o cuentas bancarias, objetos de la misma.

ARTICULO 13. Custodia. Los bienes, productos o instrumentos objeto de medidas cautelares quedarán bajo la custodia del Ministerio Público o de la persona que éste designe, quienes serán responsables de su conservación para su incorporación al proceso.

ARTICULO 14. Revisión. Las providencias cautelares decretadas podrán ser revisadas, revocadas o modificadas en cualquier tiempo por el Juez o Tribunal, a solicitud de parte, garantizando en todo caso el derecho de audiencia.

ARTICULO 15. Destino de bienes, productos o instrumentos objeto de providencias cautelares. Cuando no sea posible establecer al titular del derecho de propiedad o de cualquiera otro derecho real sobre los objetos, instrumentos y productos del delito de lavado de dinero u otros activos sujetos a medidas de garantía, o éstos no sean reclamados durante un plazo de tres meses, el juez podrá, previa audiencia a quienes de acuerdo con lo que consta en el expediente pudieran tener interés legítimo sobre los mismos, autorizar el uso temporal de dichos bienes, productos o instrumentos a las autoridades encargadas de prevenir, controlar, investigar, y perseguir el delito de lavado de dinero u otros activos.

ARTICULO 16. Terceros de buena fe. Las medidas y sanciones a que se refieren los artículos 11, 12 y 15 se aplicarán salvo los derechos de terceros de buena fe.

ARTICULO 17. Devolución de bienes en depósito. El juez o tribunal del caso podrá disponer la devolución, con carácter de depósito durante el proceso, al reclamante de los bienes, productos o instrumentos de lícito comercio cuando se haya acreditado y concluido en la vía incidental que:

a) El reclamante tiene legítimo derecho respecto de los bienes, productos o instrumentos;

b) El reclamante no puede ser imputado de ningún tipo de participación, colusión o implicación con respecto a delitos de lavado de dinero u otros activos, objeto del proceso.

c) El reclamante no adquirió derecho alguno a los bienes, productos o instrumentos de la persona procesada en circunstancias que lleven razonablemente a concluir que el derecho sobre aquellos le fue transferido para evitar el eventual decomiso posterior de los mismos, y
d) El reclamante hizo todo lo razonable para impedir el uso ilegal de los bienes, productos o instrumentos.

El reclamante tendrá la obligación de exhibir dichos bienes, productos o instrumentos cuando así se lo solicite el juez o tribunal competente o el Ministerio Público.

Artículo 17 Bis. (Adicionado por el artículo 60 del Decreto Número 55-2010 del Congreso de la República) Extinción de dominio. Los artículos 8, 14, 15, 16 y 17 de la presente Ley, se aplicarán únicamente cuando en la sentencia se declare, por el tribunal competente, que no procede la acción de extinción de dominio, en la forma prevista en la ley de la materia, la cual tiene prelación sobre la presente Ley.

CAPITULO IV

DE LAS PERSONAS OBLIGADAS Y DE SUS OBLIGACIONES

ARTICULO 18. De las personas obligadas. Para los efectos de la presente ley se consideran personas obligadas, las siguientes:

1) Las entidades sujetas a la vigilancia e inspección de la Superintendencia de

Bancos.

2) Las personas individuales o jurídicas que se dediquen al corretaje o a la intermediación en la negociación de valores.

3) Las entidades emisoras y operadoras de tarjetas de crédito.

4) Las entidades fuera de plaza denominadas off-shore que operan en Guatemala, que se definen como entidades dedicadas a la intermediación financiera constituidas o registradas bajo las leyes de otro país y que realizan sus actividades principalmente fuera de la jurisdicción de dicho país.

5) Las personas individuales o jurídicas que realicen cualesquiera de las siguientes actividades:

a) Operaciones sistemáticas o sustanciales de canje de cheques.

b) Operaciones sistemáticas o sustanciales de emisión, venta o compra de cheques de viajero o giros postales.

c) Transferencias sistemáticas o sustanciales de fondos y/o movilización de capitales.

d) Factorajes.

e) Arrendamiento financiero.

f) Compraventa de divisas.

g) Cualquier otra actividad que por la naturaleza de sus operaciones pueda ser utilizada para el lavado de dinero u otros activos, como se establezca en el reglamento.

ARTICULO 19. Programas. Las personas obligadas deberán adoptar, desarrollar y ejecutar programas, normas, procedimientos y controles internos idóneos para evitar el uso indebido de sus servicios y productos en actividades de lavado de dinero u otros activos. Estos programas incluirán, como mínimo:

a) Procedimientos que aseguren un alto nivel de integridad del personal y de conocimiento de los antecedentes personales, laborales y patrimoniales de los empleados.

b) Capacitación permanente al personal e instrucción en cuanto a las responsabilidades y obligaciones que se derivan de esta ley. La capacitación también deberá abarcar el conocimiento de técnicas que permitan a los empleados detectar las operaciones que puedan estar vinculadas al lavado de dinero u otros activos y las maneras de proceder en tales casos.

c) Establecimiento de un mecanismo de auditoría para verificar y evaluar el cumplimiento de programas y normas.

d) La formulación y puesta en marcha de medidas específicas para conocer e identificar a los clientes.

Asimismo las personas obligadas deberán designar funcionarios gerenciales encargados de vigilar el cumplimiento de programas y procedimientos internos, así como el cumplimiento de las obligaciones que la presente ley impone, incluidos el mantenimiento y envío de registros adecuados y la comunicación de transacciones sospechosas e inusuales. Estos funcionarios servirán de enlace con las autoridades competentes. La Superintendencia de Bancos a través de la Intendencia de Verificación Especial deberá velar por el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el presente artículo.

ARTICULO 20. Prohibición de cuentas anónimas. En ningún caso podrán las personas obligadas mantener cuentas anónimas ni cuentas que figuren bajo nombres ficticios o inexactos. En el caso de cuentas no nominativas, las

personas obligadas deberán mantener el registro a que se refiere el artículo 21 de esta ley, el cual estarán obligadas a exhibir mediante orden de autoridad competente.

ARTICULO 21. Registros. Las personas obligadas deberán llevar un registro en los formularios que para el efecto diseñará la Intendencia de Verificación Especial de las personas individuales o jurídicas con las que establezcan relaciones comerciales o relaciones del giro normal o aparente de sus negocios, sean éstas clientes ocasionales o habituales; y de las operaciones que con ellas se realicen, particularmente en lo que se refiere a la apertura de nuevas cuentas, la realización de transacciones fiduciarias, arrendamiento de cajas de seguridad o la ejecución de transacciones en efectivo que superen el monto que establece el artículo 24 de la presente ley.

Asimismo, deberán verificar fehacientemente la identidad, razón social o denominación de la persona, edad, ocupación u objeto social, estado civil, domicilio, nacionalidad, personería, capacidad legal y personalidad de las personas a que se refiere el párrafo anterior. En caso de extranjeros, las personas obligadas deberán exigir la comprobación por medios fehacientes de su ingreso y permanencia legal en el país, así como su condición migratoria y cuando no sean residentes en el país, la identidad de la persona que los representará legalmente.

ARTICULO 22. Identidad de terceros. Las personas obligadas deberán adoptar las medidas necesarias para obtener, actualizar, verificar y conservar la información acerca de la verdadera identidad de terceras personas en cuyo beneficio se abra una cuenta o se lleve a cabo una transacción cuando exista duda acerca de que tales terceros puedan estar actuando en su propio beneficio o, a la vez, lo hagan en beneficio de otro tercero, especialmente en el caso de personas jurídicas que no lleven a cabo operaciones comerciales, financieras o industriales en el país o en el país donde tengan su sede o domicilio.

ARTICULO 23. Actualización y conservación de registros. Los registros a que se refieren los artículos 20, 21 y 22 de la presente ley, deberán actualizarse durante la vigencia de la relación comercial, y conservarse como mínimo cinco años después de la finalización de la transacción o de que la cuenta haya sido cerrada. De igual manera, las personas obligadas deberán mantener registros que permitan la reconstrucción de las transacciones que superen el monto señalado en el artículo 24 de la presente ley, como mínimo durante cinco años después de la conclusión de la transacción.

ARTICULO 24. Obligación de registros diarios. Las personas obligadas deberán llevar un registro diario, en los formularios que para el efecto diseñe la Intendencia de Verificación Especial de todas las transacciones que lleven a cabo en efectivo, sean éstas ocasionales o habituales, en moneda nacional o extranjera y que superen el monto de diez mil dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda nacional. Las transacciones múltiples en efectivo, tanto en moneda nacional o extranjera que en su conjunto superen el monto establecido en este artículo serán consideradas como una transacción única si son realizadas por o en beneficio de la misma persona durante un día.

ARTICULO 25. Declaración. Toda persona natural o jurídica, nacional o extranjera que transporte del o hacia el exterior de la República, por sí misma, o por interpósita persona, dinero en efectivo o en documentos, por una suma

mayor a diez mil dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda nacional, deberá reportarlo en el puerto de salida o de entrada del país en los formularios que para el efecto diseñará la Intendencia de Verificación Especial.

(Párrafo reformado por el artículo 61 del Decreto Número 55-2010 del Congreso de la República) Los agentes de Aduanas o de la Policía Nacional Civil podrán verificar, por entrevista, la información proporcionada en la declaración jurada contenida en el formulario a que se refiere el párrafo anterior; podrán igualmente registrar el equipaje, los contenedores o envíos de los pasajeros y de las personas jurídicas, según corresponda, así como al pasajero mismo.

(Párrafo adicionado por el artículo 61 del Decreto Número 55-2010 del Congreso de la República) En caso de existir omisión injustificada de la declaración o falsedad en la misma, el dinero o los documentos relacionados serán incautados y puestos a disposición del Ministerio Público para su investigación y el ejercicio de la acción de extinción de dominio, contemplada en la ley de la materia. La persona quedará sujeta a proceso penal por los delitos de falsedad ideológica y perjurio, y de darse las condiciones legales, por lavado de dinero u otros activos o encubrimiento, según corresponda.

ARTICULO 26. Comunicación de transacciones financieras sospechosas o inusuales. Las personas obligadas prestarán especial atención a todas las transacciones, concluidas o no, complejas, insólitas, significativas, y a todos los patrones de transacciones no habituales y a las transacciones no significativas pero periódicas, que no tengan un fundamento económico o legal evidente, debiéndolo comunicar inmediatamente a la Intendencia de Verificación Especial.

ARTICULO 27. Reserva de la información solicitada. Las personas obligadas no podrán hacer del conocimiento de persona alguna, salvo a un Tribunal o al Ministerio Público, que una información le ha sido solicitada o la ha proporcionado a otro tribunal o autoridad competente.

ARTICULO 28. Obligación de informar. Las personas obligadas deberán proporcionar a la Intendencia de Verificación Especial la información que ésta les solicite en la forma y plazo establecidos en el reglamento, en relación a datos y documentación a que se refieren los artículos anteriores, para los propósitos de esta ley.

Cuando los obligados a proporcionar la información no pudieren hacerlo dentro del plazo estipulado por la Intendencia de Verificación Especial, podrán solicitar una prórroga con la debida anticipación explicando los motivos que la justifiquen y ésta deberá resolverse antes de que concluya el plazo señalado originalmente.

No podrá oponerse violación de confidencialidad de ninguna naturaleza, impuesta por ley o por contrato, de la información que las personas obligadas, deban proporcionar a las autoridades competentes en cumplimiento de esta ley o de las disposiciones que la reglamenten.

ARTICULO 29. Copia de registros. Las personas obligadas deberán enviar copia de los registros a los que se refieren los artículos 21, 22 y 24 de esta ley, en la forma y tiempo que señale el reglamento, a la Intendencia de Verificación Especial cuando ésta lo requiera.

ARTICULO 30. Exención de responsabilidad. Se exime expresamente de responsabilidad penal, civil o administrativa, y de cualquier tipo a las personas

obligadas, sus propietarios, directores, gerentes, administradores, funcionarios, representantes legales y empleados debidamente autorizados que hubieren proporcionado la información en cumplimiento de esta ley.

ARTICULO 31. Procedimiento y sanciones. Las personas obligadas a que se refiere el artículo 18 de la presente ley serán responsables por el incumplimiento de las obligaciones que ésta les impone y serán sancionadas por la autoridad administrativa competente con multa de diez mil dólares (EUA\$10,000.00) a cincuenta mil dólares (EUA\$50,000.00) de los Estados Unidos de América, o su equivalente en moneda nacional, atendiendo a la gravedad del hecho; además de tener que cumplir con la obligación omitida que hubiere dado lugar a la sanción en el plazo fijado por la autoridad competente, y sin perjuicio de las responsabilidades penales en que hubiere incurrido.

CAPITULO V

SECCION I

CREACION Y FUNCIONAMIENTO

DE LA INTENDENCIA DE VERIFICACION ESPECIAL

ARTICULO 32. Creación. Se crea dentro de la Superintendencia de Bancos la Intendencia de Verificación Especial, que podrá denominarse solo como Intendencia o con las siglas –IVE-, que será la encargada de velar por el objeto y cumplimiento de esta ley y su reglamento, con las funciones y atribuciones que en los mismos se establece.

ARTICULO 33. Funciones. Son funciones de la Intendencia de Verificación Especial, las siguientes:

- a) Requerir y/o recibir de las personas obligadas toda la información relacionada con las transacciones financieras, comerciales o de negocios que puedan tener vinculación con el delito de lavado de dinero u otros activos.
- b) Analizar la información obtenida a fin de confirmar la existencia de transacciones sospechosas, así como operaciones o patrones de lavado de dinero u otros activos.
- c) Elaborar y mantener los registros y estadísticas necesarias para el desarrollo de sus funciones.
- d) Intercambiar con entidades homólogas de otros países información para el análisis de casos relacionados con el lavado de dinero u otros activos, previa suscripción con dichas entidades de memoranda de entendimiento u otros acuerdos de cooperación.
- e) En caso de indicio de la comisión de un delito presentar la denuncia correspondiente ante las autoridades competentes, señalar y aportar los medios probatorios que sean de su conocimiento u obren en su poder.
- f) Proveer al Ministerio Público cualquier asistencia requerida en el análisis de información que posea la misma, y coadyuvar con la investigación de los actos y delitos relacionados con el delito de lavado de dinero u otros activos.
- g) Imponer a las personas obligadas las multas administrativas en dinero que corresponda por las omisiones en el cumplimiento de las obligaciones que les impone esta ley.
- h) Otras que se deriven de la presente ley o de otras disposiciones legales y convenios internacionales aprobados por el Estado de Guatemala.

ARTICULO 34. Asistencia legal mutua. Con la finalidad de facilitar las

actuaciones e investigaciones judiciales relativas a los delitos a que se refiere esta ley, el Ministerio Público, la Intendencia de Verificación Especial y cualquier otra autoridad competente, podrán prestar y solicitar asistencia a las autoridades competentes de otros países para:

- a) Recibir los testimonios o tomar declaración a las personas.
- b) Presentar documentos judiciales.
- c) Efectuar inspecciones e incautaciones.
- d) Examinar objetos y lugares.
- e) Facilitar información y elementos de prueba.
- f) Entregar originales o copias auténticas de documentos y expedientes relacionados con el caso, inclusive documentación bancaria, financiera y comercial.
- g) Identificar o detectar el producto, los instrumentos y otros elementos con fines probatorios.
- h) Cualquier otra forma de asistencia judicial recíproca, autorizada por el derecho interno.

Todas las entidades públicas o privadas quedan obligadas a prestar la colaboración que les solicite la Intendencia de Verificación Especial para la realización de los objetivos de la presente ley.

ARTICULO 35. Asistencia administrativa. El Ministerio Público, la Intendencia de Verificación Especial y cualquier otra autoridad competente, podrán prestar y solicitar asistencia administrativa a autoridades competentes de otros países con el fin de facilitar las actuaciones que deban realizar para dar cumplimiento a los objetivos de la presente ley.

ARTICULO 36. Reserva. Con el objeto de garantizar la reserva de las operaciones financieras, las personas que integran la Intendencia de Verificación Especial y cualquier otra persona que por razón del cargo conozca o tenga acceso a la información relacionada en esta ley, están obligadas a mantenerla en reserva, aún después de haber cesado en el cargo.

Sin embargo, se autoriza la publicación de datos con fines estadísticos, siempre que se realice de manera que no puedan ser identificadas directa o indirectamente, en forma individual, las personas o entidades relacionadas.

ARTICULO 37. Destino de las multas. El monto de las multas impuestas por las sanciones administrativas derivadas del incumplimiento de esta ley será percibido por la Superintendencia de Bancos, que destinará un cincuenta por ciento (50%) de las mismas para capacitación del personal de la Intendencia de Verificación Especial, y el otro cincuenta por ciento (50%) incrementará su presupuesto.

SECCION II

DEL INTENDENTE DE VERIFICACION ESPECIAL

ARTICULO 38. Dirección. La Intendencia de Verificación Especial **-IVE** estará a cargo de un Intendente y contará con el personal necesario para su operatividad.

ARTICULO 39. Calidades. El Intendente de Verificación Especial deberá reunir las calidades siguientes:

- a) Ser guatemalteco de los comprendidos en el artículo 144 de la Constitución Política de la República.
- b) Ser mayor de treinta años.
- c) Ser de reconocida honorabilidad y capacidad profesional.
- d) Encontrarse en el goce de sus derechos civiles.

e) Ser profesional acreditado con grado académico, con preferencia en el área económica, financiera o jurídica.

f) Haber ejercido su profesión por lo menos durante cinco años.

ARTICULO 40. Impedimentos. No pueden ser nombrados para el cargo de Intendente de Verificación Especial:

a) Los dirigentes de organizaciones de carácter político, gremial, empresarial o sindical.

b) Los ministros de cualquier culto o religión.

c) Los parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad del Presidente o Vicepresidente de la República; de los Presidentes de los Organismos del Estado; de los ministros o viceministros de Estado o de los miembros de la Junta Monetaria, y de los socios de las personas obligadas a que se refiere esta ley cuya participación sea igual o mayor al cinco por ciento (5%) del capital pagado, así como de los directores o administradores de éstas.

d) Los socios cuya participación sea igual o mayor al cinco por ciento (5%) del capital pagado, directores o administradores de las personas obligadas a que se refiere esta ley.

ARTICULO 41. Nombramiento. El Intendente de Verificación Especial será nombrado por la Junta Monetaria, a propuesta del Superintendente de Bancos.

ARTICULO 42. Sustitución temporal del Intendente. En caso de ausencia temporal del Intendente de Verificación Especial, por cualquier causa, lo sustituirá el funcionario que el Superintendente de Bancos designe.

ARTICULO 43. (Declarado inconstitucional en sentencia dictada por la Corte de Constitucionalidad el 7 de septiembre de 2006, publicada en el diario oficial el 2 de enero de 2007, expediente número 2240-2004).

CAPITULO VI

DISPOSICIONES FINALES

ARTICULO 44. Reglamento. El reglamento de esta ley deberá ser elaborado por la superintendencia de Bancos, a través de la Intendencia de Verificación Especial, dentro de los sesenta días siguientes de su vigencia, y sometido a conocimiento y consideración del Presidente de la República para su aprobación.

El Reglamento de esta ley deberá quedar aprobado dentro de los noventa días siguientes de que entre en vigencia esta ley.

ARTICULO 45. Inicio de operaciones. La Intendencia de Verificación Especial -IVE- iniciará sus funciones dentro de los ciento ochenta días de la fecha de vigencia de esta ley.

ARTICULO 46. Prevalencia de esta ley. Las disposiciones de esta ley prevalecerán sobre cualquiera otra dictada con anterioridad, o que se dictare posteriormente, con relación a este mismo tema, en forma idéntica o similar, salvo que se derogasen expresamente.

ARTICULO 47. Derogatoria. Se deroga el Decreto Número 51-2001 del Congreso de la República.

ARTICULO 48. Vigencia. El presente decreto entrará en vigencia el día de su publicación en el diario oficial.

**PASE AL ORGANISMO EJECUTIVO PARA SU SANCION,
PROMULGACION Y PUBLICACION.**

**DADO EN EL PALACIO DEL ORGANISMO LEGISLATIVO, EN LA
CIUDAD DE GUATEMALA, EL DIA VEINTIOCHO DEL MES DE NOVIEMBRE**

DEL AÑO DOS MIL UNO.

JOSE EFRAIN RIOS MONTT

PRESIDENTE

JORGE ALFONSO RIOS CASTILLO EDGAR HERMAN MORALES

SECRETARIO SECRETARIO

SANCION AL DECRETO DEL CONGRESO NUMERO 67-2001

PALACIO NACIONAL: Guatemala, once de diciembre del año dos mil uno.

PUBLÍQUESE Y CUMPLASE

PORTILLO CABRERA

General de División Lic. J. Luis Mijangos C.

EDUARDO AREVALO LACS SECRETARIO GENERAL

Ministro de Gobernación PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA

La presente ley fue publicada en el diario oficial el 17 de diciembre de 2001

Anexo 5

Decreto No. 16-2002 del Congreso de la República de Guatemala,
Ley Orgánica del Banco de Guatemala
Parte Conducente

DECRETO NUMERO 16-2002

EL CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA

CONSIDERANDO:

Que en Guatemala la legislación bancaria vigente data de los años 1945 y 1946, cuando fue emitido, entre otros, el Decreto Número 215 del Congreso de la República, Ley Orgánica del Banco de Guatemala, por lo que es conveniente adecuar el referido marco legal a los cambios que se han generado en los mercados financieros y a las prácticas modernas de implementación de la política monetaria y financiera.

CONSIDERANDO:

Que a la luz del desarrollo financiero se hace necesario emitir la normativa apropiada para que el país cuente con un Banco Central moderno, cuya autonomía se vea fortalecida, a fin de ejercer el control monetario y utilizar los instrumentos que más convengan para el logro del objetivo fundamental de dicho Banco.

CONSIDERANDO:

Que la estabilidad en el nivel general de precios, como objetivo fundamental del Banco de Guatemala, es la mejor contribución de éste para promover la creación y el mantenimiento de las condiciones monetarias, cambiarias y crediticias más favorables al desarrollo ordenado de la economía nacional, así como para fortalecer el buen funcionamiento del sistema financiero del país, por lo que es menester consagrar en la Ley dicho objetivo fundamental.

CONSIDERANDO:

Que es indispensable incorporar a la legislación bancaria cambios que se traduzcan en elementos importantes para fortalecer la gestión de la política monetaria, en un entorno moderno y dinámico, toda vez que reviste fundamental importancia el hecho de que el Banco Central implemente un proceso de transparencia y rendición de cuentas ante la sociedad, referente a las medidas adoptadas para el logro de su objetivo fundamental.

POR TANTO:

En ejercicio de las atribuciones que le confiere el artículo 171 literal a) de la Constitución Política de la República de Guatemala.

DECRETA:

La siguiente:

LEY ORGANICA DEL BANCO DE GUATEMALA

TITULO I

OBJETIVO Y LOS ASPECTOS FINANCIEROS Y CONTABLES

CAPITULO I

OBJETO, NATURALEZA Y OBJETIVO

ARTICULO 1. Objeto. La presente Ley tiene por objeto normar lo atinente a la estructura y funcionamiento del Banco de Guatemala a que se refiere el artículo 132 de la Constitución Política de la República de Guatemala.

ARTICULO 2. Naturaleza. El Banco de Guatemala, como Banco Central de la República, quien en el texto de esta Ley podrá denominarse, indistintamente, el Banco o Banco Central, es una entidad descentralizada, autónoma, con personalidad jurídica, patrimonio propio, con plena capacidad para adquirir derechos y contraer obligaciones, de duración indefinida y con domicilio en el Departamento de Guatemala.

ARTICULO 3. Objetivo fundamental. El Banco de Guatemala tiene como objetivo fundamental, contribuir a la creación y mantenimiento de las condiciones más favorables al desarrollo ordenado de la economía nacional, para lo cual, propiciará las

condiciones monetarias, cambiarias y crediticias que promuevan la estabilidad en el nivel general de precios.

ARTICULO 4. Funciones. El Banco de Guatemala tiene, entre otras que determine la presente Ley, las funciones siguientes:

- a) Ser el único emisor de la moneda nacional;
- b) Procurar que se mantenga un nivel adecuado de liquidez del sistema bancario, mediante la utilización de los instrumentos previstos en la presente Ley;
- c) Procurar el buen funcionamiento del sistema de pagos;
- d) Recibir en depósito los encajes bancarios y los depósitos legales a que se refiere esta Ley;
- e) Administrar las reservas monetarias internacionales, de acuerdo con los lineamientos que dicte la Junta Monetaria; y,
- f) Las demás funciones compatibles con su naturaleza de Banco Central que le sean asignadas por mandato legal.

Las funciones a que se refiere el presente artículo se ejercerán sin menoscabo de alcanzar el objetivo fundamental establecido en el artículo 3 de esta Ley.

CAPITULO II

FONDO DE GARANTIA Y ASPECTOS FINANCIEROS Y CONTABLES

ARTICULO 5. Fondo de Garantía. El Banco de Guatemala cuenta con un Fondo de Garantía constituido por el aporte que para la creación del Banco Central efectuó el Estado, por las capitalizaciones autorizadas hasta el momento de entrar en vigencia la presente Ley, y por el capital proveniente del Fondo de Regulación de Valores, de conformidad con lo previsto en el artículo 75 de esta Ley.

El Fondo de Garantía podrá ser aumentado con los excedentes netos a que se refiere la literal a) del artículo 8 de la presente Ley, así como mediante aportes del Estado.

ARTICULO 6. Inembargabilidad del Fondo de Garantía. El Fondo de Garantía del Banco de Guatemala no es transferible ni susceptible de embargo.

ARTICULO 7. Ejercicio contable y su resultado. El ejercicio contable del Banco Central corresponderá a la duración del año calendario.

Para cada ejercicio contable, los excedentes o deficiencias netos del Banco de Guatemala se integrarán con la suma de los productos menos los gastos operativos netos percibidos y realizados; dentro de tales gastos se incluirá el costo derivado de la ejecución de la política monetaria, cambiaria y crediticia determinada por la Junta Monetaria.

ARTICULO 8. Asignación de los excedentes netos. Los excedentes netos derivados de las operaciones del Banco de Guatemala, en cualquier ejercicio contable, deberán ser distribuidos en el orden siguiente:

- a) Un porcentaje de los excedentes netos deberá asignarse para incrementar el Fondo de Garantía del Banco Central, hasta alcanzar un nivel equivalente a cinco por ciento (5%) del monto agregado de los pasivos del Banco Central al final del ejercicio contable en que se generaron los excedentes. Para los propósitos de este cálculo, el monto agregado de los pasivos del Banco de Guatemala deberá ser siempre la suma de los saldos de:
 - i) La cuenta Numerario Nacional;
 - ii) Los títulos emitidos por el Banco de Guatemala, en circulación;
 - iii) Los certificados de depósito a plazo expedidos; y,
 - iv) Los depósitos constituidos en el Banco de Guatemala.
- b) Otro porcentaje de los excedentes netos se destinará para incrementar la reserva general del Banco Central hasta alcanzar un nivel equivalente al monto del Fondo de Garantía; la reserva general puede ser utilizada únicamente para compensar deficiencias netas operativas del Banco Central; y,
- c) Cualquier excedente neto residual, después de alcanzar los montos establecidos en los incisos a) y b) anteriores, se trasladará al Organismo Ejecutivo, por medio del Ministerio de Finanzas Públicas, dentro del mes siguiente a la finalización del ejercicio contable, excedente que pasará a formar parte del Presupuesto General de Ingresos y Egresos del Estado de ese ejercicio fiscal. La distribución de los excedentes netos del Banco de Guatemala deberá ser decidida por la Junta Monetaria en el mes siguiente al cierre del ejercicio contable.

ARTICULO 9. Asignación de las deficiencias netas. Si después de cubrir sus gastos de funcionamiento, los ingresos del Banco de Guatemala no son suficientes para cubrir el costo de ejecución de la política monetaria, cambiaria y crediticia determinada por la Junta Monetaria, la deficiencia resultante será aplicada en el orden siguiente:

- a) Con cargo a la cuenta Reserva General; y,
- b) Si el saldo de la cuenta Reserva General no dispone de suficientes recursos o activos extraordinarios para cubrir total o parcialmente las deficiencias netas, éstas serán absorbidas por el Estado, la Junta Monetaria en un plazo que no exceda de treinta (30) días de finalizado el ejercicio contable de que se trate iniciará los trámites correspondientes ante el Organismo Ejecutivo por intermedio del Ministerio de Finanzas Públicas para que el monto a que asciendan las deficiencias no cubiertas sean incluidas en el proyecto de Presupuesto General de Ingresos y Egresos del Estado del ejercicio fiscal siguiente, en cuyo caso el Ministerio de Finanzas Públicas deberá prever que se cubran dichas deficiencias netas con bonos del tesoro u otros instrumentos financieros de que disponga dicho Ministerio, los cuales devengarán tasas de interés de mercado y que podrán ser negociados por el Banco de Guatemala en el mercado secundario nacional o internacional.

ARTICULO 10. Excedentes o deficiencias netos del Banco Central por valuación de activos no realizados. Los excedentes o deficiencias netos del Banco de Guatemala por valuación de activos y pasivos expresados en monedas extranjeras, derivada de las variaciones del tipo de cambio del Quetzal, no se considerarán como parte de los productos o gastos operativos. En ese sentido, éstos se registrarán periódicamente por separado en cuentas del Balance General denominadas: "Cuenta Activa de Diferenciales Cambiarias" o "Cuenta Pasiva de Diferenciales Cambiarias", según corresponda.

Los excedentes o deficiencias netos del Banco de Guatemala por valuación del oro monetario, que forma parte de sus activos, derivada de la fluctuación de los precios internacionales de mercado de dicho metal, no se considerarán como parte de los productos o gastos operativos. En ese sentido, también se registrarán periódicamente en las cuentas denominadas "Cuenta Activa de Revaluación de Activos" o "Cuenta Pasiva de Revaluación de Activos", según corresponda.

Al efectuarse el cierre del ejercicio contable, los saldos de las cuentas Activa y Pasiva de Diferenciales Cambiarias y de Revaluación de Activos se compensarán entre sí, y el resultado neto se registrará en la cuenta "Reservas por Valuación" que forma parte del Balance General del Banco de Guatemala.

ARTICULO 11. Elaboración de estados financieros. Para la elaboración de los estados financieros del Banco de Guatemala se observarán las normas y principios de contabilidad generalmente aceptados, así como los estándares internacionales adoptados por la Junta Monetaria a propuesta de la Superintendencia de Bancos.

ARTICULO 12. Auditoria externa. Los estados financieros del Banco de Guatemala deberán ser dictaminados y certificados anualmente por una firma de auditoria externa de reconocida experiencia y reputación, para cuyo efecto la Junta Monetaria autorizará la contratación de la misma.

TITULO II

DIRECCION, ADMINISTRACION Y EJECUCION

CAPITULO I

DIRECCION

ARTICULO 13. Junta Monetaria. La Junta Monetaria, integrada conforme a la Constitución Política de la República de Guatemala, ejerce la dirección suprema del Banco de Guatemala.

TITULO VI

TRANSPARENCIA EN LA INFORMACION

CAPITULO UNICO

RENDICION DE CUENTAS Y LA DIVULGACION

ARTICULO 60. Informe al Congreso de la República. El Presidente del

Banco de Guatemala deberá comparecer para rendir informe circunstanciado ante el Congreso de la República, durante los meses de enero y julio de cada año. En el mes de enero, debe dar cuenta de los actos y políticas del Banco Central en el ejercicio precedente, con énfasis en el cumplimiento del objetivo fundamental del Banco, así como explicar los objetivos y políticas previstas para el ejercicio corriente. En el mes de julio, debe dar cuenta de la ejecución de la política monetaria, cambiaria y crediticia en el ejercicio corriente.

Derivado de la comparecencia del Presidente o del Vicepresidente del Banco de Guatemala, el Congreso de la República podrá, si el informe rendido le pareciera insatisfactorio, con el voto calificado de las dos terceras partes de sus miembros, pedir la remoción del funcionario de que se trate, en cuyo caso éste deberá renunciar en forma inmediata.

ARTICULO 61. Publicación del informe de política monetaria. El Banco de Guatemala, en forma semestral, publicará un informe de política monetaria que contenga una explicación de las operaciones realizadas para alcanzar el objetivo fundamental del Banco.

ARTICULO 62. Divulgación de información del Banco de Guatemala. El Banco de Guatemala deberá divulgar mensualmente, en la segunda quincena de cada mes, en los medios de comunicación de amplia divulgación que la Junta Monetaria estime pertinentes, su balance general correspondiente al fin del mes anterior, incluyendo notas explicativas y un desglose de los gastos administrativos. Asimismo, el Banco deberá dar a conocer al público, como mínimo, una vez al año, los estados financieros en forma analítica, verificados por auditor independiente, y la posición de los activos de reserva y los pasivos y compromisos en divisas.

El Banco deberá divulgar, como mínimo anualmente, un estudio que contenga los aspectos más relevantes de la economía nacional. Asimismo, deberá divulgar las principales estadísticas macroeconómicas de carácter monetario, cambiario y crediticio, de balanza de pagos, así como la memoria de labores del Banco Central, el programa monetario, la evaluación de la ejecución de la política monetaria, cambiaria y crediticia, y otros que estime necesarios la Junta Monetaria, quien determinará la periodicidad con que se divulguen los mismos, a cuyo efecto, el Banco deberá establecer los mecanismos de divulgación que estime pertinentes.

ARTICULO 63. Divulgación de las actuaciones de la Junta Monetaria. Con el objeto de mantener una conveniente divulgación de las actuaciones de la Junta Monetaria, el Presidente deberá disponer la publicación de un resumen circunstanciado de dichas actuaciones cuando tengan implicaciones sobre la política monetaria, cambiaria y crediticia, o bien afecten las condiciones generales de liquidez de la economía del país. El resumen incluirá los argumentos en favor y en contra de lo resuelto. La divulgación cuidará de proteger aspectos confidenciales que por su naturaleza pudieran afectar el normal desenvolvimiento de los mercados.

ARTICULO 64. Publicación de resoluciones. El Banco deberá publicar en el diario oficial y en otro periódico, las resoluciones que emita la Junta Monetaria, por las que determine la política monetaria, cambiaria y crediticia u otras resoluciones que sean de observancia general para las entidades vigiladas e inspeccionadas por la Superintendencia de Bancos y que afecten a terceros.

Las demás resoluciones que deban ser observadas por las entidades sujetas a la vigilancia e inspección de la Superintendencia de Bancos les serán notificadas legalmente a dichas entidades.

Anexo No. 6

Decreto Número 17-2002 del Congreso de la República,

Ley Monetaria

Parte conducente

DECRETO NUMERO 17-2002

EL CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA

CONSIDERANDO:

Que en Guatemala la legislación bancaria vigente data de los años 1945 y 1946, cuando fue emitido, entre otros, el Decreto Número 203 del Congreso de la República, Ley Monetaria, por lo que es conveniente adecuar el referido marco legal a los cambios que se han generado en los mercados financieros y a las prácticas modernas de implementación de la política monetaria y financiera.

CONSIDERANDO:

Que el Banco de Guatemala es el único ente que puede emitir billetes y monedas en el territorio nacional, y que conforme a la Constitución Política de la República de Guatemala, se rige por su Ley Orgánica y por la Ley Monetaria, por lo que es procedente incluir en ésta última, las disposiciones que desarrollen todo lo relativo a las especies monetarias.

CONSIDERANDO:

Que a la luz de esos cambios que se han registrado, especialmente en los mercados financieros internacionales, se ha considerado importante la necesidad de emitir la legislación apropiada en materia cambiaria que permita, por un lado, generar confianza en los agentes económicos y, por el otro, revestir de certeza jurídica las operaciones con divisas que éstos efectúen en el país, de tal forma que se garantice la libre convertibilidad de la moneda nacional, así como el libre movimiento de capitales, que viabilice que las transacciones en moneda extranjera se desarrollen en forma correcta y ordenada.

POR TANTO:

En ejercicio de las atribuciones que le confiere el artículo 171 literal a) de la Constitución Política de la República de Guatemala.

DECRETA:

La siguiente:

LEY MONETARIA

TITULO I

MONEDA NACIONAL

CAPITULO I

UNIDAD MONETARIA, EMISION Y CURSO LEGAL

ARTICULO 1. Unidad monetaria. La unidad monetaria de Guatemala se denomina Quetzal. El símbolo monetario del Quetzal se representa por la letra "Q".

El Quetzal se divide en cien partes iguales denominadas centavos.

ARTICULO 2. Potestad de emisión. Únicamente el Banco de Guatemala puede emitir billetes y monedas dentro del territorio de la República, de conformidad con la presente Ley y con la Ley Orgánica del Banco de Guatemala. La emisión está constituida por los billetes y monedas nacionales que no estén en poder del Banco de Guatemala.

ARTICULO 3. Circulación ilegal. Cualquier persona distinta al Banco de Guatemala que haga circular billetes, monedas, vales, pagarés u otros documentos que contengan promesa de pago en efectivo, al portador y a la vista, o fichas, tarjetas, laminillas, planchuelas, u otros objetos, con el fin de que sirvan como moneda nacional, será sancionada, según el caso, con las penas prescritas en el Código Penal.

Los billetes y monedas nacionales que los bancos del sistema identifiquen como falsificados o falsos previa constancia al tenedor deberán ser incautados y trasladados, sin compensación alguna, al Banco de Guatemala, para los efectos correspondientes.

En todo caso, el Banco de que se trate deberá extender a la persona respectiva una constancia de incautación.

ARTICULO 4. Aprobación de impresión y acuñación. La impresión de billetes y la

acuñación de monedas metálicas de la unidad monetaria nacional, se hará exclusivamente en las cantidades y condiciones aprobadas por la Junta Monetaria.

ARTICULO 5. Impresión o acuñación ilegal. La impresión de billetes o la acuñación de monedas de la unidad monetaria nacional que se haga en forma o por cantidades no dispuestas por la Junta Monetaria, hará incurrir a quienes las hubieren dispuesto o ejecutado en las responsabilidades y penas prescritas en el Código Penal.

ARTICULO 6. Curso de la moneda. Salvo que las partes convencionalmente y en forma expresa dispongan lo contrario, el Quetzal se empleará como moneda de cuenta y medio de pago en todo acto o negocio de contenido dinerario, y tendrá poder liberatorio de deudas. En todo caso, los órganos jurisdiccionales y administrativos deberán respetar y hacer cumplir fielmente lo convenido por las partes.

Cualquier persona, individual o jurídica, podrá pactar libremente y de mutuo acuerdo, el pago en divisas de los honorarios, sueldos, salarios, o comisiones a que tenga derecho por prestación de trabajo o por prestación de servicios, según sea el caso.

Anexo 7

Decreto Número 18-2002 del Congreso de la República,
Ley de Supervisión Financiera

Parte Conducente

DECRETO NUMERO 18-2002 **EL CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA**

CONSIDERANDO:

Que de conformidad con el tercer párrafo del artículo 133 de la Constitución

Política de la República de Guatemala, la Superintendencia de Bancos, organizada conforme a la ley, es el órgano que ejercerá la vigilancia e inspección de bancos, instituciones de crédito, empresas financieras, entidades afianzadoras, de seguros y las demás que la ley disponga.

CONSIDERANDO:

Que corresponde a la Superintendencia de Bancos, entre otras atribuciones, cumplir y hacer cumplir las leyes, reglamentos, disposiciones y resoluciones

aplicables, a fin de que las entidades sujetas a su vigilancia e inspección mantengan la liquidez y solvencia adecuadas que les permita atender oportuna y totalmente sus obligaciones, y evalúen y manejen adecuadamente la cobertura, distribución y nivel de riesgo de las operaciones que efectúen, en función de la protección de los intereses del público que confía sus ahorros a dichas entidades.

CONSIDERANDO:

Que si bien, la Superintendencia de Bancos en el pasado reciente se vio fortalecida a través de reformas legales, los cambios tecnológicos y estructurales experimentados por el sistema financiero del país, y la influencia de las tendencias de los mercados financieros internacionales demandan una supervisión efectiva congruente con dichos cambios.

CONSIDERANDO:

Que los grupos financieros, que de hecho se han conformado dentro del sistema financiero del país, carecen de regulación específica para el desarrollo y supervisión de sus actividades, lo cual incrementa los riesgos que en determinado momento pueden afectar la estabilidad del sistema bancario, por lo que es necesario establecer un marco regulatorio que propicie un adecuado sistema de supervisión en forma consolidada de los mismos.

CONSIDERANDO:

Que para el adecuado cumplimiento de las funciones constitucional y legalmente asignadas a la Superintendencia de Bancos, se hace necesario un

marco regulatorio que dote al órgano de supervisión, entre otras, de la capacidad para desarrollar su labor de vigilancia e inspección de manera

preventiva, así como de facultades sancionatorias.

CONSIDERANDO:

Que el artículo 119 literal k) de la Constitución Política de la República de Guatemala establece que es obligación fundamental del Estado proteger la formación de capital, el ahorro y la inversión.

POR TANTO:

En ejercicio de las atribuciones que le confiere el artículo 171 literal a) de la

Constitución Política de la República de Guatemala.

DECRETA:

La siguiente:

LEY DE SUPERVISION FINANCIERA

CAPITULO I

SUPERINTENDENCIA DE BANCOS

ARTICULO 1. Naturaleza y objeto. La Superintendencia de Bancos es un órgano de Banca Central, organizado conforme a esta ley; eminentemente técnico, que actúa bajo la dirección general de la Junta Monetaria y ejerce la vigilancia e inspección del Banco de Guatemala, bancos, sociedades financieras, instituciones de crédito, entidades afianzadoras, de seguros, almacenes generales de depósito, casas de cambio, grupos financieros y empresas controladoras de grupos financieros y

las demás entidades que otras leyes dispongan.

La Superintendencia de Bancos tiene plena capacidad para adquirir derechos

y contraer obligaciones, goza de la independencia funcional necesaria para el

cumplimiento de sus fines, y para velar porque las personas sujetas a su vigilancia e inspección cumplan con sus obligaciones legales y observen las

disposiciones normativas aplicables en cuanto a liquidez, solvencia y solidez

patrimonial.

ARTICULO 2. Supervisión. Para los efectos de esta ley, se entiende por supervisión la vigilancia e inspección de las entidades a que se refiere el artículo anterior, realizada por la Superintendencia de Bancos, con el objeto

de que las mismas adecuen sus actividades y funcionamiento a las normas legales, reglamentarias y a otras disposiciones que les sean aplicables, así como la evaluación del riesgo que asuman las entidades supervisadas.

La función de supervisión que ejerce la Superintendencia de Bancos no implica, en ningún caso, la asunción de responsabilidades por ésta o por sus autoridades, funcionarios o personal, por la gestión que realicen las entidades sometidas a su supervisión, ni garantiza el buen fin de dicha gestión, la que será siempre por cuenta y riesgo de la propia entidad, de sus

administradores y de sus accionistas.

ARTICULO 3. Funciones. Para cumplir con su objeto la Superintendencia de Bancos ejercerá, respecto de las personas sujetas a su

vigilancia e inspección, las funciones siguientes:

- a) Cumplir y hacer cumplir las leyes, reglamentos, disposiciones y resoluciones aplicables;
- b) Supervisarlas a fin de que mantengan la liquidez y solvencia adecuadas que les permita atender oportuna y totalmente sus obligaciones, y evalúen y manejen adecuadamente la cobertura, distribución y nivel de riesgo de sus inversiones y operaciones contingentes;
- c) Dictar en forma razonada las instrucciones tendientes a subsanar las deficiencias o irregularidades que encontrare;
- d) Imponer las sanciones que correspondan de conformidad con la ley;
- e) Ejercer vigilancia e inspección con las más amplias facultades de investigación y libre acceso a todas las fuentes y sistemas de información de las entidades supervisadas, incluyendo libros, registros, informes, contratos, documentos y cualquier otra información, así como a los comprobantes que respaldan las operaciones de las entidades supervisadas.

Toda sociedad, empresa o persona particular que preste a las entidades sujetas a la vigilancia e inspección de la Superintendencia de Bancos, servicios informáticos, contables, legales, de custodia, de intermediación de valores u otras operaciones, tiene la obligación de permitir el acceso a sus instalaciones a las personas nombradas por la Superintendencia de Bancos, así como de proporcionarles toda la información, documentos, registros o comprobantes que respaldan las operaciones, negocios, contratos o asuntos que tengan relación con la entidad supervisada a la que le prestan servicios;

- f) Solicitar directamente a cualquier juez de primera instancia de los ramos civil o penal, las medidas precautorias que considere necesarias para poder cumplir con su función de vigilancia e inspección en caso de negativa, impedimento o retraso por parte de la entidad correspondiente o de la sociedad, empresa o persona particular contratada para prestarle los servicios enumerados en el inciso anterior, las cuales se decretarán sin necesidad de audiencia previa;

4

- g) Requerir información sobre cualesquiera de sus actividades, actos, operaciones de confianza y su situación financiera, sea en forma individual, o cuando proceda, en forma consolidada;
- h) Realizar su vigilancia e inspección sobre la base de una supervisión consolidada;
- i) Evaluar las políticas, procedimientos, normas y sistemas de las entidades y, en general, asegurarse que cuenten con procesos integrales de administración de riesgo;
- j) Efectuar recomendaciones de naturaleza prudencial tendientes a que

identifiquen, limiten y administren adecuadamente los riesgos que asuman en sus operaciones, constituyan las reservas de valuación que sean necesarias para cubrir el riesgo de irrecuperabilidad y mantengan patrimonio suficiente con relación a tales riesgos;

k) Velar por el cumplimiento de manera general y uniforme de las operaciones de contabilidad, de conformidad con la normativa emitida por la Junta Monetaria;

l) Velar por el cumplimiento de las disposiciones generales emitidas por la Junta Monetaria que norman las operaciones de confianza;

m) Velar por el cumplimiento de las normas emitidas por la Junta Monetaria para que las entidades proporcionen al público información suficiente, veraz y oportuna sobre sus actividades y su situación financiera, en forma individual y, cuando corresponda, en forma consolidada;

n) Publicar información suficiente, veraz y oportuna sobre la situación financiera de las entidades sujetas a su vigilancia e inspección, en forma individual o consolidada;

ñ) Normar de manera general y uniforme, los requisitos mínimos que las entidades sujetas a su supervisión deben exigir a los auditores externos o firmas de auditoría en la realización de auditorías externas a las mismas;

o) Llevar registros de los bancos, sociedades financieras, grupos financieros, empresas controladoras, empresas responsables, almacenes generales de depósito, casas de cambio, compañías de seguros y fianzas, y otras entidades que, conforme la ley, estén sujetas a la vigilancia e inspección de la Superintendencia de Bancos; de los directores, funcionarios superiores y representantes legales de las entidades referidas, así como de auditores externos, agentes de seguros, y otros que sean necesarios para el cumplimiento de sus

5

finés;

p) Solicitar a la autoridad que corresponda la liquidación o la declaratoria de quiebra de entidades sujetas a su vigilancia e inspección, en los casos que proceda de conformidad con la ley;

q) Proporcionar la información estadística o datos de índole financiera que requiera la Junta Monetaria, el Banco de Guatemala o el tribunal competente;

r) Participar y formar parte de organismos, asociaciones, entidades y foros internacionales de supervisión, así como poder suscribir y adherirse a declaraciones emitidas por éstos, de conformidad con la ley;

s) Intercambiar información con otras entidades de supervisión, nacionales o extranjeras, para propósitos de supervisión;

t) Denunciar, ante autoridad competente, los hechos que puedan tener carácter delictuoso, acerca de los cuales tenga conocimiento por razón de sus actividades, para lo cual queda autorizada para proporcionar

información que identifique a depositantes o inversionistas, cuando sea requerida judicialmente;

u) Proponer a la Junta Monetaria los reglamentos, disposiciones y demás normativa que ésta deba dictar, en materia de su competencia, de conformidad con la ley;

v) Dictar las disposiciones necesarias para que las entidades supervisadas le remitan los informes, datos, antecedentes, estadísticas, y otros documentos sobre su situación financiera; determinando el plazo y la forma o medio por el que dicha información le habrá de ser remitida; y,

w) Ejercer las demás funciones que le correspondan de acuerdo con las leyes, reglamentos y otras disposiciones aplicables.

Anexo No. 8

Decreto No.19 2002 del Congreso de la República,
Ley de Bancos y Grupos Financieros

Parte Conducente

DECRETO NUMERO 19-2002

EL CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA

CONSIDERANDO:

Que el desarrollo económico y social del país requiere de un sistema bancario confiable, solvente, moderno y competitivo, que mediante la canalización del ahorro hacia la inversión contribuya al crecimiento sostenible de la economía nacional, y que de acuerdo con los procesos de apertura de las economías, debe ser capaz de insertarse adecuadamente en los mercados financieros internacionales.

CONSIDERANDO:

Que en la actualidad los bancos del sistema precisan de una normativa moderna que les permita seguir desarrollándose para realizar más eficazmente sus operaciones y de prestar mejores servicios a sus usuarios, tomando en cuenta las tendencias de globalización y el desarrollo de los mercados financieros internacionales.

CONSIDERANDO:

Que los bancos del sistema han desarrollado estructuras corporativas que, aún cuando tienen una función económica positiva para el país, las mismas carecen de regulación específica, aspecto que podría inducir a tales entidades a asumir excesivos riesgos, en su perjuicio, así como en perjuicio del propio sistema, pero fundamentalmente para los usuarios de tales estructuras, y por ende, para la economía nacional, por lo que es necesario establecer la normativa que prevea lo atinente a grupos financieros y a los mecanismos de su supervisión consolidada de acuerdo con las prácticas internacionales.

CONSIDERANDO:
Que el artículo 119, literal k), de la Constitución Política de la República de Guatemala establece que es obligación fundamental del Estado proteger la formación de capital, el ahorro y la inversión. POR TANTO:

En ejercicio de las atribuciones que le confiere el artículo 171 literal a) de la Constitución Política de la República de Guatemala.

LEY DE BANCOS Y GRUPOS FINANCIEROS

TITULO I

DISPOSICIONES GENERALES

CAPITULO UNICO

ARTICULO 1. Objeto. La presente Ley tiene por objeto regular lo relativo a la creación, organización, fusión, actividades, operaciones, funcionamiento, suspensión de operaciones y liquidación de bancos y

grupos financieros, así como al establecimiento y clausura de sucursales y de oficinas de representación de bancos extranjeros.

ARTICULO 2. Denominación. Para efectos de la presente Ley, la denominación “banco” comprende a los bancos constituidos en el país y a las sucursales de bancos extranjeros establecidas en el mismo.

ARTICULO 3. Intermediación financiera bancaria. Los bancos autorizados conforme a esta Ley o leyes específicas podrán realizar intermediación financiera bancaria, consistente en la realización habitual, en forma pública o privada, de actividades que consistan en la captación de dinero, o cualquier instrumento representativo del mismo, del público, tales como la recepción de depósitos, colocación de bonos, títulos u otras obligaciones, destinándolo al financiamiento de cualquier naturaleza, sin importar la forma jurídica que adopten dichas captaciones y financiamientos.

ARTICULO 62. Divulgación de información de bancos y grupos

financieros. Los bancos deberán divulgar al público información suficiente sobre sus actividades y su posición financiera, la cual debe ser precisa, correcta y oportuna, conforme a las instrucciones generales que les comunique la Superintendencia de Bancos.

La empresa controladora o la empresa responsable deberá proporcionar a la Superintendencia de Bancos y divulgar al público la información individual y consolidada de las empresas que integran el grupo financiero, conforme a las instrucciones generales que emita la Superintendencia de Bancos.