



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TEMA:

**Análisis de la evolución de los corresponsales no bancarios y el
efecto sobre su desempeño comercial**

AUTOR:

NOVILLO AMADOR EDGAR ANDRES

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de

**INGENIERO EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE.**

TUTOR:

Coello Cazar David, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

19 de febrero del 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Novillo Amador, Edgar Andrés** como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en comercio y finanzas internacionales**

TUTOR

f. _____

Coello Cazar, David

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Knezevich, Teresa

Guayaquil, a los 19 del mes de febrero del año 2018

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Tesis Edgar Novillo.docx (D35777299)
Submitted: 2/20/2018 3:22:00 PM
Submitted By: david.coello@cu.ucsg.edu.ec
Significance: 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Novillo Amador, Edgar Andrés

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, Análisis de la evolución de los corresponsales no bancarios y el efecto sobre su desempeño comercial previo a la obtención del título de Ingeniero en comercio y finanzas internacionales, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 19 del mes de febrero del año 2018

EL AUTOR

f. _____

Novillo Amador, Edgar Andrés



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONLES

AUTORIZACIÓN

Yo, **Novillo Amador, Edgar Andrés**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis de la evolución de los corresponsales no bancarios y el efecto sobre su desempeño comercial**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 19 del mes de febrero del año 2018

EL AUTOR:

f. _____

Novillo Amador, Edgar Andrés



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. TERESA KNEZEVICH Mgs
DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

Ec. DAVID COELLO CAZAR Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

DR. JESUS MELENDEZ RANGEL
OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONLES

CALIFICACION

f. _____

Ec DAVID COELLO CAZAR Mgs

TUTOR

ÍNDICE

Introducción.....	1
Capítulo 1: Generalidades del Trabajo de Titulación.....	3
Antecedentes del Problema.....	3
Planteamiento y Formulación del Problema.....	5
Formulación del problema.	6
Justificación.....	6
Objetivos.....	7
General.	7
Específicos.	7
Hipótesis.....	8
Antecedentes de la hipótesis.	8
Alcance de la investigación.....	10
Limitaciones.....	10
Capítulo 2: Marco Conceptual, Referencial y Legal.....	11
Marco Conceptual.....	11
Base teórica.	11
Marco Referencial.....	15
Sistema financiero.....	15
Crecimiento económico.....	16
Banca.....	17

Servicios financieros	17
Inclusión financiera	18
CNB.....	20
Definición de Conceptos.....	21
Marco Legal	23
Enfoque de la Investigación.....	25
Alcance de la Investigación	25
Diseño de la Investigación	26
Método de Investigación.....	26
Población, Muestra y Muestreo	26
Población.....	26
Muestra.....	28
Muestreo.....	29
Instrumentos.....	30
Cuestionario.	30
Entrevista.....	31
Herramientas	31
Capítulo 4: Estudio de los Corresponsales No Bancarios	32
Antecedentes de los CNB	32
Desempeño Comercial CNB.....	40
Conclusiones y Recomendaciones	56
Conclusiones.....	56

Recomendaciones	59
Bibliografía.....	60
Referencias	64

Índice de Tablas.

Tabla 1 Actividades corresponsal "Mi vecino"	27
Tabla 2 Actividades corresponsal "Banco del barrio"	27
Tabla 3 Actividades corresponsal "Tu banco Aquí"	28
Tabla 4 Distribución por conglomerados	29
Tabla 5 Año desde que se acogieron al programa de CNB	35
Tabla 6 Actividad que más realizada por CNB	35
Tabla 7 Actividad que representa mayor ingreso para los CNB	36
Tabla 8 Frecuencia IFI realiza auditoria al CNB	37
Tabla 9 Influyo en acogerse al programa	38
Tabla 10 Frecuencia de clientes usan el servicio CNB y adquieren algo del negocio ...	39
Tabla 11 Prueba Chi Cuadrado H1A	41
Tabla 12 CNB han incrementado niveles de ventas	41
Tabla 13 Prueba de chi cuadrado H1b	43
Tabla 14 CNB nivel de clientes ha aumentado	44
Tabla 15 Prueba de chi cuadrado H1c	46
Tabla 16 Ingreso por comisiones ha incrementado en los últimos 6 años	47
Tabla 17 Prueba de chi cuadrado H1d	49
Tabla 18 Comisiones por brindar el servicio representa la inversión	50
Tabla 19 Prueba de chi cuadrado H1e	52
Tabla 20 Ser CNB ha aportado a su desempeño comercial	53

Índice de Figuras

Figura 1. CNB por entidad.	33
Figura 2. CNB aumento nivel de clientes.....	43
Figura 3 CNB aumento nivel de clientes.....	46
Figura 4. CNB han aumentado las comisiones en los últimos 6 meses.....	49
Figura 5. CNB comisiones representa inversión inicial	52
Figura 6. CNB crecimiento comercial	55

Resumen

El presente trabajo de titulación, tiene como objetivo analizar la evolución de los corresponsales no bancarios y el efecto en su desempeño comercial de la ciudad de Guayaquil. El sistema de Corresponsales No Bancarios, desde su implementación en el país por parte de las diferentes bancas privadas como lo son Banco Guayaquil, Banco del Pacifico y Banco Pichincha con sus proyectos: Banco del Barrio, Tu Banco Aquí y Mi Vecino respectivamente, han permitido a la banca privada disminuir los costos que se generaban por el mantenimiento un mayor número de agencias bancarias para cubrir la demanda de los usuarios que hacen uso de los distintos servicios financieros que estas entidades ofrecen. En este trabajo, se ha empleado el método Hipotético-Deductivo mediante el planteamiento de hipótesis, las cuales a medida que se desarrolla el trabajo serán refutadas o aprobadas. Así mismo la investigación llevada a cabo fue exploratoria mediante la toma de muestras de información de administradores de corresponsales no bancarios dentro de la ciudad de Guayaquil haciendo uso de instrumentos como cuestionario de preguntas para las encuestas y entrevista realizada a los administradores de estos CNB. Los resultados obtenidos de este estudio demuestran que el desempeño comercial de los usuarios que se han acogido a los proyectos de CNB implementados por la banca privada, se ha visto afectado positivamente ya que los corresponsales afirman tener un incremento de ventas y de afluencia de clientes, desde dicha implementación.

Palabras Claves: *Corresponsal No Bancario, Inclusión Financiera, Desempeño Comercial, Bancarización, Afluencia de cliente, Negocio, Banco del Barrio, Superintendencia de Bancos y Seguros*

Abstract

This research work aims to analyze the evolution of Non-Banking Correspondents business model and the effect on their commercial performance in the city of Guayaquil. The system of Non-Banking Correspondents Banco de Barrio, Banco del Pacifico and Banco Pichincha with their projects Banco del Barrio, Tu Banco Aquí and Mi Vecino respectively, have allowed private banks to reduce costs generated by maintenance many banking agencies to cover the demand of users who make use of the different financial services that these entities offer. In this work, the Hypothetical-Deductive method has been used by proposing hypotheses, which through the development of this work can be refuted or approved. Likewise, the research carried out was an exploratory analysis by taking information samples from the administrators of non-banking correspondents within the city of Guayaquil, using the tools such as the questionnaire for questions for the surveys and the interview with the administrators of these CNB. The results obtained from this study show that the commercial performance of the users who have joined to the CNB projects implemented by the private banking sector has been positively affected and that the correspondents claim to have an increase in sales and customer inflow since its implementation.

Keywords: *Non-Banking Correspondent, Financial Inclusion, Commercial Performance, Banking, Customer Influx, Business, Bank of the Neighborhood, Superintendence of Banks and Insurance*

INTRODUCCIÓN

En el siguiente trabajo de titulación se puede conocer sobre la evolución de los Corresponsales No Bancarios [CNB] y su efecto en el desempeño comercial. En el primer capítulo se detalla las generalidades de la investigación en la que se identificó el problema mediante la búsqueda en fuentes secundarias. Para el cual se determinó un objetivo general y tres específicos de las cuales se plantearon cinco hipótesis referentes al desempeño comercial, nivel de ventas, inversión inicial, comisiones, afluencia de clientes; las cuales tuvieron sus respectivas delimitaciones y limitaciones.

El capítulo dos se refiere al marco conceptual en el cual se encuentran la teoría la cual consiste en datos e información sobre trabajos anteriores relacionados con el tema de los corresponsales, además de que se definió un marco referencial para la aclaración de conceptos y poder estar en contexto con la rama de la ciencia que se está estudiando. En adición se adjuntó una base legal referente a los corresponsales no bancarios en el Ecuador.

La tercera parte del trabajo de titulación está compuesto por la metodología que se siguió para la elaboración de este, el enfoque de la investigación así también como el alcance y método de investigación que se ejecutó. Se menciona y detalla la población de estudio más la muestra estudiada y el tipo de muestreo que se utilizó para poder extraer la mayor cantidad de información relevante para el desarrollo del tema y sobre todo responder las preguntas de investigación. Se recolectó la información por medio de encuestas y una entrevista a un corresponsal no bancario las cuales fueron procesadas mediante SPSS y aportaciones por medio de citas e ideas de la entrevista realizada.

El capítulo número cuatro consiste en el estudio de los corresponsales no bancarios en el cual se dividió en unos antecedentes sobre los corresponsales y como fue el efecto en el comportamiento de los negocios que se convirtieron en corresponsales considerando al

mercado de los tres corresponsales estudiados y su desempeño independiente tomando en cuenta solo los encuestados que pertenecían a una institución.

La última sección del trabajo de titulación es referente a las conclusiones y recomendaciones tomando en cuenta los objetivos, las hipótesis, las preguntas de investigación y la Formulación del Problema. Se detalla además el efecto que han sufrido los negocios acogidos al programa de corresponsales.

Capítulo 1: Generalidades del Trabajo de Titulación

Antecedentes del Problema

El modelo de negocio conocido como Corresponsal No Bancario [CNB] existente en países como Brasil, Perú, Colombia y México si bien era conocido en Ecuador, no había sido implementado por ninguna entidad bancaria del sector privado del país por lo que no contaba con una ley regulatoria.

Los CNB son un modelo de negocio para la denominada Inclusión Financiera y por lo tanto son adquiridos como estrategia en muchos países para extender los servicios financieros a lugares de difícil acceso, “Brasil empezó con esta estrategia de CNB y rápidamente lo ha seguido Perú en 2005, Colombia en 2006, Ecuador en 2008, México y Venezuela en 2009 y Argentina en 2010” (Comisión Nacional Bancaria y de Valores, 2013, p.18).

De acuerdo con el (Banco de Desarrollo de América Latina, 2013), se afirma que:

Brasil es conocido como el pionero ya que ha desarrollado una red que cubre alrededor del 99% de los municipios de su país, cabe recalcar que Brasil tiene alrededor de 5.564 municipios, y en promedio por municipio hay 34.361 habitantes. En este país también se ha implementado cuentas bancarias simplificadas las cuales son manejadas directamente por los CNB, estas cuentas son usadas para depósitos de baja denominación, retiros no mayores a \$300 y depósitos hasta \$500, además para beneficiarios de asistencia social. En Brasil está permitido que las instituciones financieras como bancos de inversión, asociaciones de ahorro y préstamos operen a través de CNB (p.24)

Las instituciones financieras en Colombia, Perú y México con la autorización de acoger a una persona natural al programa de CNB son la banca comercial, banca estatal (en caso de que exista), las cooperativas, micro financieras y compañías financieras. Entre los servicios

que brinda un CNB los más comunes son: pago de servicios básicos, retiros, depósitos, transferencias, pago de crédito, consulta de saldos en cuentas de ahorro, solicitudes para aperturas de cuenta y pagos de servicios a instituciones con convenios con la entidad financiera que soporta al CNB.

Ecuador, es uno de los países en el cual la población rural les resulta complicado acudir a una entidad bancaria matriz o alguna sucursal para el retiro o pago de pequeñas cantidades de dinero. Basado en este precedente, en el 2008 la banca privada dio paso a la implementación de CNB en el país con el fin de que este sector de la población ecuatoriana tenga una inclusión financiera.

En Ecuador, a partir del 2008, la Junta Bancaria de la Superintendencia de Bancos del Ecuador bajo la resolución N° JB- 2008-1150 del 30 de junio de 2008 aprobó la implementación de un sistema de corresponsales no bancarios, las cuales están reguladas bajo la Norma de Control para la Apertura y Cierre de Oficinas y Canales para las entidades.

Desde entonces, este canal alternativo implementado en primera instancia en mayo del 2008 por la banca privada Banco de Guayaquil, con su CNB “Banco del Barrio” ha ganado un rol cada vez más importante dentro de la urbe; logrando que su expansión a nivel nacional pase de 17 CNB por cada 10.000 km² en 2008 a 273 CNB por cada 10.000 km² en 2013 (Asociación de Bancos Privados del Ecuador, 2014).

Las atribuciones que se dan a un CNB se basan en la facilidad que le brinda a la comunidad para llevar a cabo diversas transacciones comerciales en establecimientos cercanos a su domicilio, evitando así incurrir en costos de transportación.

Sin embargo, este modelo inclusivo no solo busca beneficiar a la población no bancarizada o que no hace un uso constante de los servicios financieros; las personas que toman el reto de administrar un CNB en su negocio, también obtienen un beneficio, tal como Méndez (2008) explica:

Los incentivos para la persona que asume el reto de seguir administrando su negocio y convertir su caja en un CNB están en la comisión de \$ 0.30 que recibe por cada operación, de las cuales \$ 0.25 corresponden al banco y \$ 0.05 al CNB. Esto quiere decir que La utilidad estimada para los dueños de este tipo de negocios es "entre \$ 40 y \$ 45 al mes; es decir, entre 800 y 900 operaciones mensuales, que representa un incremento de 10% a 15% de sus ganancias normales.

Los corresponsales son una estrategia de bancarización con el fin de que más personas tenga a disposición los servicios financieros básico que puede ofrecer una persona natural sin necesidad de tener un conocimiento especializado en banca. Una vez analizada “la creación del término de corresponsalía es importante preguntarnos que hace fuerte esta estrategia de cobertura” (Moreno Orjuela, 2017, p.13). Debido a que la fortaleza del corresponsal está basada en logística ya que se los puede encontrar cerca de conjuntos residenciales en tiendas, farmacias y demás tipos de negocio gracias a la gran distribución que presentan a nivel de la ciudad.

Planteamiento y Formulación del Problema

En 2016, según diario El Telégrafo “En el país existieron alrededor de 20.000 negocios afiliados entre ellos tiendas, farmacias, ferreterías y locales comerciales’” luego de haberse acogido al programa los negocios debieron en teoría mejorar su desempeño comercial especialmente a volumen de ventas, ingresos y densidad de clientela. Es decir, “el cliente puede transformar el retiro de su dinero en la compra automática de los productos que se expenden en el establecimiento que administra el CNB” (Méndez Prado, 2008, p.47).

Así, mediante este trabajo de investigación se pretende comprobar si existe un beneficio que justifique para el local afiliado haberse convertido en un CNB como socio de la entidad financiera que lo patrocinó.

Formulación del problema.

¿De qué forma el desempeño comercial de un negocio se ha visto afectado luego de convertirse en un corresponsal no bancario?

Justificación

Si bien es cierto, el proyecto de corresponsales no bancarios no tiene mucho tiempo desarrollado en Ecuador; la experiencia en el desarrollo de este modelo de inclusión financiera en países vecinos como Perú, Colombia, entre otros, han demostrado que es un proyecto viable. Prieto Ariza (2006) indica que “La experiencia brasileña y peruana ilustra el enorme potencial de implementar novedosos esquemas de distribución de servicios financieros. (...) se ha logrado expandir la cobertura del sector financiero mediante esquemas de corresponsales no bancarios (CNB), que simplifican y disminuyen los costos operativos de los procesos bancarios.”

Los CNB han ganado espacio en el sector financiero debido a lo accesible que es llegar a uno. Tanto los CNB del Banco Guayaquil como de Banco Pichincha se encuentran por toda la ciudad de Guayaquil. Sólo el Banco Guayaquil posee 991 Bancos del Barrio dentro de la ciudad de Guayaquil. En 2016, según diario El Telégrafo, los CNB movieron 13,3 millones de dólares a nivel nacional están autorizadas para funcionar a nivel nacional 25 423 negocios asociados al programa de corresponsales, pertenecen a Banco Pichincha, Banco del Pacífico, Banco Guayaquil, Grupo Pro América y Banco Bolivariano. (El Telégrafo, 2017)

El programa de CNB es parte de la inclusión financiera manejado por el Banco Central del Ecuador el cual permite a farmacias, tiendas de barrio, locales comerciales, cybers convertirse en un CNB dándoles la autorización y la oportunidad de realizar transacciones en el sistema financiero y participar de manera directa en la inclusión financiera, se puede encontrar mucha información en la web, revistas, periódicos etc. sobre lo efectivo que ha sido el programa. Entre esta información, se tiene el testimonio del responsable del proyecto “Mi

Vecino” del Banco Pichincha, Molina (2014), quien explica cómo esta iniciativa “incorpora el concepto de cercanía y nos abre un modelo de atención alternativo al que tradicionalmente la población más vulnerable no tenía acceso” (p.2).

Así mismo, existen más personas que se han sumado a formar parte del sistema financiero, pero no se encuentra mucha información sobre el CNB, es decir, si en realidad acogerse al programa ha beneficiado a su desempeño comercial. La presente investigación tiene un objetivo netamente académico con el fin de brindar información a sobre los CNB ya que ellos forman parte de un gran programa llamado Inclusión Financiera.

La presente investigación fue realizada con el fin analizar los beneficios del programa el cual consiste en afiliarse a una institución financiera para poder ser un CNB, para así poder conocer si el negocio que ya existía antes de convertirse en un CNB para así conocer si el negocio poseía niveles similares referentes a su desempeño actual, los beneficiarios del estudio serán los CNB ya que les permitirá conocer si el modelo de negocio al que se acogieron brinda beneficios reales a su negocio.

Objetivos

General.

Analizar las incidencias en el desempeño comercial de los afiliados al programa de inclusión financieras, considerando solo a los CNB en la ciudad de Guayaquil.

Específicos.

Con respecto al objetivo general, se presentan a continuación los siguientes objetivos específicos:

- 1) Revisar la literatura existente para presentar el marco referencial del trabajo.
- 2) Conocer los antecedentes de los corresponsales no bancarios en la ciudad de Guayaquil.
- 3) Determinar el desempeño comercial de los corresponsales no bancarios.

Preguntas de investigación

Una vez formulado el problema de investigación y planteado los objetivos, se incluyen las siguientes preguntas de investigación:

¿Han aumentado los niveles de ventas luego de convertirse en CNB?

¿Los ingresos por comisión de servicios prestados justifica el hecho de convertirse en un CNB?

¿Ha aumentado la afluencia de clientes?

¿Qué factores determinaron para acogerse al programa?

Hipótesis

Antecedentes de la hipótesis.

La implementación de un Automated Teller Machine o mejor conocido como ATM es muy costosa según Méndez (2008) “un cajero automático representa un costo entre \$25.000 y \$30.000, lo que, comparado al costo de \$3.000 por instalar un CNB por lo que representa un gran ahorro para la entidad financiera”. Además, con la implementación de este programa, al dueño del local no solo se asesora mediante una capacitación sin ningún costo por un tiempo comprendido de una semana, sino que se adecua el local para que el CNB ubicado en el barrio, esté claramente identificado por la población y se lo dota de las seguridades necesarias.

En Ecuador la primera etapa del proyecto consistía en que el local recibía una comisión de \$0.30 por cada transacción realizada y el CNB podía realizar dos transacciones muy simples retiros de hasta \$100 y depósitos de hasta \$200. La caja chica del local es el recurso para que el corresponsal pueda cumplir sus funciones, es decir, utiliza dinero de sus ventas y de los depósitos que realice para poder contar con liquidez y así cubrir los retiros hasta \$200.

Si un CNB realiza la operación de un retiro por el valor de \$100 de la cuenta de un cliente la institución financiera, disminuye su valor en caja, por lo que el sistema realiza un crédito en la cuenta del Cliente del CNB y un debito en la cuenta del cliente que requería el dinero, luego se actualiza el saldo en la cuenta del cliente y el CNB recibía la comisión de

\$0.30 que es pagada por el cliente, por otro lado en el pago de servicios básicos la comisión la asume la institución proveedora del servicio.

Los incentivos para que un negocio se vuelva CNB son la comisión de \$0.30 por realizar depósitos, lo cual se estimaba en una rentabilidad para el negocio entre \$40 y \$45 al mes lo cual representa entre 800 y 900 operaciones efectuadas que representaba un incremento del 10% a 15% de sus ganancias normales. Sin embargo, se manifiesta que los primeros puntos llegaron a realizar hasta 100 operaciones diarias, es decir, 3.000 operaciones mensuales. Además de que se supone que el retiro que realizaba el cliente se usaba en el mismo local, lo cual significaría un incremento en el volumen de ventas, venta en la cual se veía incluida la figura de corresponsal.

Los CNB son un modelo de negocio que propone una mejor atención ya que la persona que realiza la función de servicio al cliente es alguien cercano al cliente además de que cumple un horario más amplio debido a que los locales abren sus puertas los sábados y domingo en horarios que comúnmente el banco está cerrado sin olvidar la distancia que el cliente debe recorrer para llegar a una institución financiera.

Desde el punto de vista de Cano, Esguerra, García, Rueda & Velasco (2014), desde el lado pasivo para los hogares, la inclusión financiera permite la suavización del consumo y la acumulación de capital humano y físico.

En base a la información revisada, se plantea las siguientes hipótesis de investigación:
H1: El desempeño comercial de los corresponsales no bancarios ha mejorado luego de acogerse al programa.

H1a: No existe diferencia entre CNB en cuanto a nivel de ventas.

H1b: No existe diferencia entre CNB en cuanto al número de afluencia de clientes.

H1c: No existe diferencia en cuanto a comisión en los últimos 6 meses.

H1d: No existe diferencia en cuanto a la apreciación de la rentabilidad referente a la inversión inicial.

H1e: No existe diferencia en cuanto al crecimiento comercial.

Alcance de la investigación

La investigación se realizará tomando en consideración los Bancos que posean CNB dentro de la ciudad de Guayaquil sin importar el tiempo que lleven funcionando ni la institución bancaria a la cual pertenezcan. Se considerará como desempeño comercial a un análisis de sus niveles de ventas, afluencia de clientes e ingresos por comisiones de servicios prestados como CNB.

Para el estudio solo se tomará en consideración a los corresponsales que pertenezcan a las siguientes entidades financieras: Banco Pichincha, Banco Guayaquil y Banco del Pacifico.

Limitaciones

Una de las principales limitaciones es el acceso a los datos históricos del CNB, es decir, antes de convertirse en un CNB como era el desempeño del negocio además no encontrar información actualizada y específica que aporten al desarrollo de la investigación.

Además de la información proveniente de instituciones pertenecientes al estado debido a que los CNB además de la actividad de corresponsal también son negocios que realizan una actividad "X" por lo que todos cargan su información a la entidad de control en razón a su actividad principal mas no como CNB.

Capítulo 2: Marco Conceptual, Referencial y Legal

Marco Conceptual

Base teórica.

Osorio (citado por Rivera, Huilca & Jiménez 2010) manifiesta que:

El Corresponsal no Bancario es un canal transaccional mediante el cual, las instituciones financieras, bajo su entera responsabilidad, pueden prestar sus servicios a través de terceros que están conectados mediante sistemas de transmisión de datos previamente autorizados, identificados y que cumplan con todas las condiciones de control inter, seguridades físicas y de tecnología de información, entre otras (p. 17)

La inclusión financiera que brindan las bancas privadas al usuario, al momento de hacer uso de cualquiera de los canales formales del sistema financiero, genera un efecto positivo en la actividad económica de un país. Así, los recursos que son transferidos y usados entre dichos canales formales tienen un uso más eficiente, lo cual se traduce en mayor bienestar (Peña & Vázquez, 2012).

Sin embargo, la presencia de estos canales formales en puntos de concurrencia masiva como son centros comerciales o agencias matrices instaladas en sectores estratégicos de la ciudad; no abastece las necesidades de una parte de la población rural y urbana que busca hacer uso de estos servicios financieros, pero tiene obstáculos para llegar a ellos y por lo tanto quedan excluidos, prefiriendo hacer uso de métodos informales de créditos y transacción.

“Los altos costos financieros, así como el poco acceso a productos financieros ofertados por los Bancos y el desconocimiento por parte de los ciudadanos son las causas principales para la baja tasa de inclusión financiera” (Huilca. S; Jiménez. C. 2015, p. 157). Por esta razón los bancos buscaban nuevas opciones para poder brindar servicios financieros a un mayor índice de población, la instalación de un ATM es muy costosa y no brinda una atención

adecuada al usuario, la implementación de una sucursal no es conveniente en varios casos para la institución financiera.

En América Latina, los problemas de ineficiencia y de obstáculos dentro del sistema bancario afectan a toda la población, pero en especial al sector que registra un ingreso menor. Rojas (2006) afirma como los problemas de accesos es uno de los grandes problemas, “(a) insuficiencia de sucursales bancarias, sobre todo en pequeñas comunidades rurales, (b) los altos requisitos de documentación para abrir una cuenta bancaria y (c) los altos costos asociados con mantener una cuenta bancaria, incluyendo el mantenimiento de saldos mínimos” (p. 9). Por otro lado, no solo resulta difícil para el usuario sino para la banca privada, la cual no encuentra rentable el posicionamiento de una agencia sucursal bancaria en un sector donde la actividad de la población no compensa los costos que se incurren por mantener esta agencia en funcionamiento.

Cuando se trata de acceso a servicios financieros en América Latina, se puede exponer el ejemplo de México; Garrido, García & Morales (2011) indica que “desde la perspectiva del acceso a servicios Financieros, se plantean dificultades por el lado de la oferta, mientras que el problema del uso plantea problemas por el lado de la demanda de estos servicios. Dichos planteamientos identifican la existencia de barreras como son de tipo geográfica, monetaria, condicionalidad y elegibilidad” (p.120)

Sin embargo, una de las grandes ventajas que tienen las empresas en la actualidad es la gran variedad de herramientas tecnológicas aplicadas a las diferentes áreas productivas de una economía. “La solución tecnológica permitió a las Instituciones Financieras descongestionar sus ventanillas de atención, porque cuenta con un canal móvil de atención directa a sus clientes” (Meléndrez B. 2016, p. 38).

Gracias a la tecnología los bancos pueden darse el lujo de aplicar modelos de negocio como los Corresponsales para poder fomentar el crecimiento de personas involucradas con la

banca; Cepeda & Cobos (2014) indica que “el índice de bancarización ecuatoriano, el Sistema Financiero varía de 32% en 2008, cuando se inicia el programa de CNB, a 51% en 2013” (p.93). Cifras que indican que el CNB es una forma de incluir a más personas al sistema financiero. Según Espinoza (2016) “Los CNB tienen como objetivo la maximización del impacto en el público meta de las entidades financieras con el mínimo de inversión infraestructural posible” (p. 35).

Uno de los mayores obstáculos al usar una agencia bancaria formal, es la cantidad de documentación requerida al momento de realizar un trámite del tipo financiero. Como ejemplo se tiene la apertura de una cuenta de ahorro:

El tema de los altos requisitos de documentación solicitados para abrir cuentas bancarias puede ser producto de ineficiencias en la colección y procesamiento de información de los bancos. Pero también puede ser el resultado de problemas institucionales y socioeconómicos que dificultan la evaluación financiera del cliente bancario, tales como la falta de titularización de activos y la proliferación de mercados informales de trabajo en los cuales no existen contratos que especifiquen el salario del trabajador. (Rojas, 2006, p.11)

Los corresponsales no bancarios brindan servicios a todos los usuarios que no disponen de mucho tiempo para ir a una institución financiera además de que los CNB poseen un mayor alcance a nivel geográfico ya que es más fácil para el usuario dirigirse a un CNB y realizar un número de transacciones básicas cerca de su lugar de residencia en vez de movilizarse a un Banco el cual no suele estar localizado cerca de todos.

Peña & Vázquez (2012) explica cómo esta figura de corresponsal no bancario le permite al Administrador el cual es un tercero “actuar a nombre del banco, ofreciendo productos y servicios financieros a los clientes, (...). Los corresponsales pueden ser supermercados,

farmacias, tiendas de abarrotes, oficinas postales, expendios de lotería, gasolineras, tiendas departamentales, etc.” (p. 199).

Todas las transacciones en los corresponsales deben realizarse a través de un terminal punto de venta administrada por el banco. Las transacciones tienen que ser realizadas en línea y en tiempo real, de modo que las cuentas del cliente y del corresponsal se afecten en el mismo momento, (...). Los corresponsales deben emitir comprobantes con datos específicos de cada operación. También deben indicar a los clientes los datos de contacto para atender cualquier duda o queja que tengan. (Peña & Vázquez, 2012, p.199)

Según (Meléndrez B. 2016, p. 38) “La solución de Corresponsales No Bancarios abre las puertas para que las Instituciones financieras a través de éste nuevo canal genere nuevos productos y servicios financieros que le permita fidelizar e incrementar nuevos clientes”. En la primera etapa del programa una de las interrogantes era el servicio que iba a brindar el Corresponsal en representación del banco, luego de que el programa ya se había ejecutado se realizaron estudios para analizar si el programa era eficiente, en un estudio realizado en la ciudad de Riobamba-Ecuador (Huilca. S; Jiménez. C. 2015) para medir la eficiencia de la inclusión financiera se concluyó:

En la encuesta de uso y satisfacción a usuarios de Corresponsales no Bancarios se logró determinar que la población en su mayoría está de acuerdo con la calidad del servicio que los Corresponsales no Bancarios ofrecen a los habitantes de la ciudad de Riobamba, obteniendo así un resultado positivo al medir la eficiencia que es un eje primordial en la Inclusión Financiera”. (p 157).

Además, un CNB no solo sirve para tener un mayor alcance a clientes si no también tiene ventajas en el área del marketing según Guerra Palacios (2015) “Existe una gran oportunidad de posicionar la marca en el mercado por tener planificado la operación con

algunas importantes alianzas estratégicas, que permitirán ofrecer más servicios para los usuarios, lo que permite realizar un mismo lugar varias tracciones cotidianas” (p. 129).

Marco Referencial

Sistema financiero.

El sistema financiero en el Ecuador está estructurado por el Directorio del Banco Central del Ecuador, Banco Central y La Junta Bancaria, Superintendencia de bancos. En Directorio del Banco Central es un organismo autónomo creado bajo el amparo de la ley de régimen monetario para dirigir la política monetaria, crediticia, cambiaria y financiera del país. Se encuentra conformada por el Ministro de Economía y Finanzas, un delegado del presidente de la república y el director del Banco Central. Por otro lado, la Junta Bancaria un organismo que se encuentra bajo el control de la Superintendencia de Bancos la que está encargada de dictar leyes, resoluciones y regulaciones con el fin de permitir el correcto funcionamiento y desarrollo del sistema.

El sistema financiero está regulado por la constitución política del estado, ley de reordenamiento de las finanzas públicas, ley de seguros, ley orgánica de la economía popular y solidaria, ley general de instituciones del sector financiero la cual posee alcance hasta sus regulaciones. Según la Superintendencia de Bancos del Ecuador (2011) el sistema financiero ecuatoriano está conformado por bancos privados, banca pública, cooperativas, mutualistas, sociedades financieras y otras como casa de cambio, tarjetas de crédito y compañías de titularización.

Según Moncayo (2013) “Uno de los problemas que posee Ecuador es la poca confianza en el sistema financiero, ya que las medidas implantadas en el sistema financiero en el año 1999 donde sin precedentes se dieron hecho de congelamiento de depósitos y cierre de varias entidades financieras” (p 12)

Problema que continua vigente en el país ya que solo han pasado aproximadamente 18 años desde aquel feriado bancario, todavía sigue en la mente de los ecuatorianos lo que influye negativamente a la imagen que proyecta el sistema financiero además de falta de compromiso que genera al no invertir el capital necesario en imagen tanto para medios estatales como medios privados e instituciones financieras.

Crecimiento económico

En 1996 Crecimiento económico según Kutznets (Citado en Prados, 2006) “es un incremento sostenido del producto per cápita o por trabajador” es por esto por lo que se consideran dos indicadores para poder medir si existe o no un crecimiento económico, se analiza Índice de Desarrollo Humano [IDH] y el Índice de bienestar económico [IBE]. Para la elaboración de IDH se considera tres variables: el nivel de salud, el nivel de instrucción y el finalmente el ingreso; estas variables toman en consideración el nivel de esperanza de vida al nacer, la tasa de alfabetización de adultos y en promedio años de educación y el PIB per cápita. Luego del análisis se clasifica a los países en una escala de 0 a 1 comprendida en tres niveles Alto, Medio y Bajo.

Por otro lado, en términos simples para poder medir el IBE se consideran indicadores objetivos y subjetivos entre los indicadores objetivos tenemos pobreza absoluta y relativa, tasa de crecimiento económico, ingreso per cápita, nivel de consumo de una sociedad además de indicadores no monetarios como Necesidades básicas insatisfechas y el índice de Desarrollo humano. Los indicadores subjetivos se realizan a base de encuestas que muestran la percepción individual del bienestar de cada individuo.

América Latina posee un problema en la obtención de financiamiento para negocios ya que por no contar con un mercado de valores solido en el cual las microempresas puedan buscar recursos, limita al empresario a buscar financiamiento en un banco, por lo tanto, para fomentar el crecimiento el económico la banca tiene la carga de incluir a la mayor cantidad de personas

posibles al sistema financiero. Según, Rojas (2006). “En América Latina, los bancos constituyen la fuente más importante de provisión de servicios financieros tanto a individuos como a empresas”. Por esta razón los bancos deben de buscar modelos de negocios para poder incluir a más personas al sistema financiero.

Banca

Un banco según J. Gobat (2012). “Es una institución que pone relación a ahorristas y prestatarios y contribuye al buen funcionamiento de la economía”. Los bancos poseen muchas funciones, pero la principal es ser un captador de fondos, con el fin de poder administrar esos fondos y otorgar créditos, invertir en proyectos con el fin de aportar al crecimiento económico del país.

Los bancos también crean dinero ya que están en la obligación de mantener una reserva de los depósitos, ya sea en efectivo o en activos que puedan liquidarse con facilidad, el monto de las reservas depende de las necesidades de efectivo de los depositantes y de las exigencias del regulador que es el Banco Central del Ecuador. Es por esta razón los bancos mantienen un encaje legal por ejemplo si un banco otorga un crédito a una persona o empresa ese dinero puede utilizarse para comprar bienes o servicios y puede regresar al sistema bancario como un depósito en otro banco, que luego puede prestar a su vez esa repetición de los créditos puede presentarse varias veces este fenómeno es denominado efecto multiplicador.

Como ya fue mencionado desde el año 1999 la banca en el Ecuador tiene una mala imagen en la mente del ecuatoriano ya que fue una época en la cual se dio una de las mayores migraciones de ecuatorianos hacia Norte América y Europa.

Servicios financieros

Los servicios financieros según, Asmundson (2011), los servicios financieros son “como los consumidores y las empresas adquieren bienes financieros”. Un servicio financiero no es un bien tangible si no es el proceso de adquirir un bien financiero, el sector financiero

abarca muchos tipos de transacciones dependiendo del sector en que se manifieste como el sector inmobiliario, de consumo, bancarios y seguros. Por ejemplo, una persona que trabaje en el área inmobiliaria puede prestar su servicio para la facilitación de un crédito hipotecario con el fin de poder brindar un mejor servicio y más opciones al cliente.

Los bancos proveen servicios financieros por medio de diferentes canales como: sucursales bancarias, cajeros automáticos, banca por internet, puntos de venta, banca celular, banca telefónica y corresponsales no bancarios. Todos con el fin de poder acceder a un mayor número de clientes esto se debe a que “Las instituciones financieras deben analizar minuciosamente mediante qué canal llegar al cliente, en que forma satisfacer la necesidad de este, pero a la vez, controlar los gastos en que la institución incurre”. (Ortega & Suárez, 2012)

Un problema que se presenta es la falta de información por parte de las entidades de control, ya que no existen canales comunicación con el fin de poder informar al usuario la variedad de servicios financieros que existen y sobre todo de cual se pueden beneficiar, aunque esto también se debe por la falta de inversión de las instituciones financieras. Ya que carecen del uso de nuevas tecnologías sobre todo el internet brinda una gran oportunidad para difundir mensajes a bajo costo y con un alcance a nivel mundial.

Además de la falta de programas de educación financiera por ejemplo la propuesta de un programa que podría ser manejada por medios estatales o por parte de las instituciones financieras el problema es lo atractivo que sería la agencia en brindar el servicio y sobre el precio e incluso podría darse gratis pero la falta de compromiso de algunas instituciones financiera retrasa el proceso para que más personas tengan acceso a servicios financieros.

Inclusión financiera

La inclusión financiera consiste en aumentar el número de personas con acceso a servicios financieros el cual puede ser clasificado en dos categorías la primera sería la intervención directa del gobierno. Por ejemplo, créditos emitidos por la CFN destinados al

sector agricultor del país. O la segunda categoría en la cual el gobierno no interviene directamente si no que flexibiliza el marco regulatorio con el fin de que los intermediarios puedan proveer más servicios al cliente y así poder satisfacer las necesidades a una mayor cantidad de la población.

Según, Rojas (2006) “Existen dos problemas que afectan el uso de servicios financieros el primero se relaciona con los bajos indicadores de desarrollo social en muchos de los países latinoamericanos y el segundo, con el grado de confianza y credibilidad que generan los sistemas bancarios en la población”.

Por otro lado, los corresponsales no bancarios además del mayor alcance que posee para poder brindar servicios financieros a sus clientes los principales beneficios para el usuario son reducir costos a los clientes.

- Reducir costos operativos y mejorar la productividad.
- Acercar servicios a los clientes.
- Mejorar la gestión de riesgos y control interno.
- Incrementar la cobertura geográfica o facilitar la entrada a nuevos segmentos.
- Facilitar la adaptación/diseño para conocer las necesidades de los clientes y satisfacerlas.

La facilidad que puede tener la población a los servicios financieros es “muy importante para el desarrollo económico, de ahí que las economías de América Latina vengán intensificando esfuerzos por elevar el grado de acceso a estos servicios, especialmente a sectores que no estaban en la cobertura de las instituciones financieras” (Tafur Saiden, 2009, p.16).

Uno de los beneficios que trae a los usuarios que hacen uso de un corresponsal no bancario es el acceso al ahorro. “Según los investigadores, a los hogares pobres que no tienen acceso a mecanismos de ahorro les resulta más difícil resistir las tentaciones inmediatas en materia de gastos” (Cull, Ehrbeck & Holle, 2014, p.4).

La inclusión financiera forma un papel fundamental para una mejor distribución del dinero ya que por medio de diferentes modelos de negocio el alcance que tienen los bancos es mayor sobre todo a sector en los cuales se mueve una cantidad de efectivo que no es bien redistribuida.

Según López y Condori, (2009) “La necesidad de inclusión de cada vez más gente en el sistema financiero tiene una importancia capital, al permitir una mejor distribución de la liquidez, el acceso al mercado de los que menos tienen, sobre todo, una propensión hacia la formalidad” (p 2)

CNB

El termino corresponsal no es algo nuevo en Brasil el modelo se introdujo en 1973, en aquella época se autorizó a los banco para recibir pagos a través de terceros con el principal objetivo de descongestionar las sucursales de los bancos, sin embargo no fue hasta inicios del nuevo siglo cuando realmente apareció el modelo de corresponsales, se tuvo que realizar un cambio en las regulaciones para así poder ampliar las posibilidades de transacciones permitidas a los corresponsales, además se empezó a utilizar a los corresponsales como medio para programas sociales.

Según datos de The World Bank (2012), “por cada 100 mil adultos existe 1.6 sucursales disponibles en Ecuador y a nivel latinoamericano por casa 100 mil adultos existen 14.5 sucursales disponibles”. Ecuador ocupa el último puesto de 7 países que formaron parte del estudio, cabe recalcar que entre mayor sea la población en un país va a necesitar de más corresponsales para poder satisfacer la demanda como es el caso de Brasil que ocupa el quinto puesto, pero es el país con mayor número de habitantes de los 7 países estudiados.

A nivel de Latino américa existen varios nombres para los CNB:

“En Brasil son conocidos como Corresponsales, Guatemala como Agentes Bancarios, en Perú como Cajeros Corresponsales pero el objetivo no cambia. El CNB

es un modelo de negocio que fue creado con el fin de facilitar el acceso a servicios financiero y así poder incluir a más personas al sistema financiero.” (Armijos R. et al.2013 p7)

El CNB es un modelo de negocio utilizado por muchas entidades financieras y su nivel de éxito es tan reconocido que existen países como México, Colombia, Perú entre otros. México es uno de los países que más cuenta con correspondientes por km² llegando a cubrir el 69% de todo el territorio nacional solo con 17 instituciones financieras que poseen sus CNB en el mercado, además de que realizan más transacciones con el objetivo de brindar más servicios al cliente y así poder acaparar una mayor proporción del mercado además de servir para un tema de bancarización también es bien utilizado por los bancos para mejorar su número de clientes, localizándolos en sitios estratégicos según la zona geográfica con mayor concentración de clientes potenciales.

Definición de Conceptos

Inclusión financiera.

Según Banco Mundial, (2016) “La inclusión financiera se refiere al acceso que tienen las personas y las empresas a una variedad de productos y servicios financieros útiles y asequibles que satisfacen sus necesidades —como pagos y transferencias, ahorro, seguros y crédito— y que son prestados de una manera responsable y sostenible”

Desempeño comercial.

Según Armijo de Vega, (2010) Los indicadores de desempeño son una herramienta que entrega información cuantitativa con respecto a un resultado basados en los objetivos de la institución. En el caso de este estudio los objetivos que se tomarán en consideración estarán basado en el programa de beneficios que obtiene un negocio luego de convertirse en un CNB. Por otro lado, se ha definido medir el desempeño comercial ya que el tipo de negocio que forma

parte del estudio esta netamente ligado al comercio, por lo que comercial es el adjetivo que se utiliza para estos casos.

Corresponsal no bancario

Sánchez, (2010) “Se conoce como corresponsal bancario a aquellas empresas que actúan de forma autorizada en nombre de una entidad bancaria y realizan muy diversas operaciones bancarias para la misma, normalmente de carácter sencillo o de bajo coste para el banco”. Los CNB están conectados a las instituciones financieras a través de un sistema de datos lo cual facilita y agiliza la transacción ya que esta refleja en el banco de manera inmediata, las actividades que realice el corresponsal estarán bajo la responsabilidad de la institución financiera ya que no pueden ser prestados de una manera independiente por el corresponsal, es decir mientras no exista conexión ni se cuente con la autorización de la institución financiera el corresponsal no podrá ejercer ninguna actividad como CNB.

Afluencia de clientes.

La afluencia de clientes se refiere al número de clientes que asisten al negocio tomando en consideración el número de asistentes a la tienda en un tiempo determinado, considerando los clientes nuevos y recurrentes. El nivel de clientes no solo considera los clientes que adquieren algo del negocio también se ha considerado los clientes que se acercan al negocio y no consumen nada del negocio, pero si utilizan el servicio que brinda como CNB ya que al no comprar de igual manera se está considerando un cliente más que visita el negocio debido a que se vio atraído por el uso de los servicios que el negocio también brinda como corresponsal.

Nivel de ventas

El nivel de ventas o también conocido como volumen de ventas se refiere al total de ventas ya sea un bien o un servicio contabilizado en una unidad monetaria con el fin de conocer los ingresos de una institución o una persona natural.

Marco Legal

Leyes, reglamentos, resoluciones e instituciones gubernamentales que regulan la actividad de un CNB.

Los CNB se encuentran bajo la normativa de la Superintendencia de Bancos y Seguros, en el Libro I Normas Generales para las instituciones del sistemas financiero, Sección I, Artículo 1.7 detalla que Corresponsales no bancarios.- Son canales mediante los cuales las instituciones financieras, bajo su entera responsabilidad, pueden prestar sus servicios a través de terceros que estén conectados mediante sistemas de transmisión de datos, previamente autorizados, identificados y que cumplan con todas las condiciones de control interno, seguridades físicas y de tecnología de información, entre otras (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2008).

Además, los CNB según resolución No JB-2008-1150. En la Sección IV Corresponsales No Bancarios, “Artículo 9” Las instituciones financieras podrán prestar por medio de corresponsales no bancarios, uno o varios de los siguientes servicios: Depósitos en efectivo de cuentas corrientes y cuentas de ahorros, así como

- Transferencias de fondos que afecten dichas cuentas.
- Consultas de saldos en cuenta corriente o de ahorros.
- Retiros con tarjeta de débito.
- Desembolsos y pagos en efectivo por concepto de operaciones activas de crédito;
- Pago de servicios básicos.
- Pago del bono de desarrollo humano.

Según resolución No JB-2008-1150, Artículo 11 los CNB tendrán las siguientes prohibiciones:

- Operar cuando se presente una falla de comunicación que impida que las transacciones se puedan realizar en línea con la institución financiera correspondiente.
- Ceder el contrato total o parcialmente, sin la expresa aceptación de la Institución Financiera.
- Cobrar para sí mismo a los clientes o usuarios cualquier tarifa relacionada con la prestación de los servicios previstos en el contrato.
- Ofrecer o prestar cualquier tipo de garantía a favor de los clientes o usuarios respecto de los servicios prestados.
- Prestar servicios financieros por cuenta propia.

Enumerar y describir entidades reguladoras de la actividad

Capítulo 3: Metodología

Enfoque de la Investigación

El enfoque cuantitativo según Bernal. (2010) “Método cuantitativo o método tradicional: Se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. Este método tiende a generalizar y normalizar resultados”.

Según Fracica en 1988 (Citado en Bernal, 2010), “uno de los aspectos fundamentales para la realización de una investigación es la necesidad de conocer ciertas características de la población objeto de estudio”, a las cuales “se les conoce como variables y pueden ser de tipo cuantitativo o cualitativo” (p. 46).

Por otro lado, también es considerado el método cualitativo el cual de acuerdo con Bonilla & Rodríguez en 2000 (Citado en Bernal, 2010), se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada. (p. 60)

Alcance de la Investigación

El alcance de la investigación será Exploratorio y según Sampieri, Fernández y Pilar (2010) es comenzar a conocer una variable o un conjunto de variables, una comunidad, un contexto, un evento, una situación. Se trata de una exploración inicial en un momento específico. De acuerdo con Selltitz (citado en Malhotra, 2004) la investigación exploratoria podrá servir para “familiarizar al investigador con un objeto que hasta el momento le era totalmente desconocido”.

Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación a seguir será No Experimental Cuantitativo que según (Sampieri et al., 2010) es la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos.

Método de Investigación

El método de investigación es el método Hipotético-Deductivo ya que se posee información que creó una idea la cual dio origen a una hipótesis según Bernal (2010) “Consiste en un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos”.

Así mismo, “el método hipotético deductivo lo empelamos corrientemente tanto en la vida ordinaria como en la investigación científica. Es el camino lógico para buscar la solución a los problemas que nos planteamos” (Sánchez & Cegarra, 2012, p.81).

Población, Muestra y Muestreo

Población.

En el mes de junio de 2017 según datos de la Superintendencia de Bancos existen 26.406 corresponsales no bancarios autorizados a nivel nacional. De acuerdo con Fracica (1988), población es “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo” (p. 36). La población dentro de la ciudad de Guayaquil es de 2.324 corresponsales. Los bancos CNB a tomar en consideración realizan actividades independientes, es decir existen actividades que un corresponsal de un banco realiza y los demás no como en el caso del Banco del Pacifico en

el cual median su corresponsal “Tu Banco aquí” se puede pagar los impuestos prediales y predios urbanos mientras que los demás no brindan ese servicio.

De acuerdo con Cepeda Cobos (2014) Las actividades que realiza un CNB de “Mi Vecino” son las siguientes:

Tabla 1
Actividades corresponsal “Mi vecino”

Actividades

- Depósitos en efectivo.
- Retiros de efectivo.
- Pago de servicios públicos y privados.
- Recaudaciones para empresas.
- Pago de tarjetas de crédito.
 - ·Visa Banco Pichincha
 - ·MasterCard Banco Pichincha
 - ·Dinersclub
 - ·Discover
- Pago de Bono de desarrollo humano.
- Consulta de saldos y movimientos.
- Compra de recargas y tiempo aire

De igual forma, Cepeda & Cobos (2014) expone como Banco Guayaquil realiza las siguientes actividades mediante su CNB Banco del Barrio:

Tabla 2
Actividades corresponsal "Banco del barrio"

Actividades

- Deposito en efectivo
- Retiros
- Consultas de Saldos.
- Compra de tu Cuenta Amiga.
- Pago del Bono de Desarrollo Humano.
- Recargas celulares.
- Pago de Servicios Básicos: luz, agua y teléfono.
- Pagos de planes de televisión pagada, planes celulares, planes de ventas, almacenes, entre otros.

Por último, Banco del Pacífico por medio de su corresponsal realiza las siguientes actividades.

Tabla
Actividades corresponsal "Tu banco Aquí"

3

Actividades

Depósitos en efectivo
Retiros en efectivo
Servicios básicos: agua, luz, teléfono.
Impuestos fiscales y prediales
Recargas celulares
Pago de tarjeta de Crédito (PacifiCard)
Matricula vehicular y citaciones
Pagos de: Tv pagada, Telefonía móvil
Pago del Bono de Desarrollo Humano.

Al mencionar las actividades de cada corresponsal se puede notar que existen unas transacciones comunes, pero entre ellas existen una o dos actividades que los demás corresponsales no realizan representando una ventaja para el corresponsal asociado a un banco específico debido a que brinda un servicio que los demás no, esto puede llegar al cliente a preferir los corresponsales de un banco sobre otro.

Muestra.

De acuerdo con Bernal Torres (2010) "Es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio" (p 161) La población de CNB dentro de la ciudad de Guayaquil es de 2 324 por lo tanto se considera una población finita para el cálculo de la muestra.

Se aplica la ecuación para el tamaño de la muestra con población finita, se obtiene lo siguiente:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{[(N - 1) * e^2] + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

z= Nivel de confianza

p=Proporción de la población con las características deseadas (éxito)

q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e=Nivel de error

N=Tamaño de la población.

Al tomar un margen de error del 7.5% debido a que con un nivel de confianza del 95% y una población de 2 324, el resultado de la muestra es 160.

Muestreo.

El método de muestreo para la aplicación de los instrumentos cuantitativos será probabilístico ya que se garantizará que todos los CNB de la ciudad de Guayaquil tengan la misma probabilidad de ser elegidos.

Los bancos que formaran parte del muestreo Banco Guayaquil, Banco del Pacifico y Banco Pichincha ya son los bancos con un mayor número de corresponsales en el mercado, según datos de superintendencia de bancos a junio de 2017 el mercado estaba liderado por los CNB "Tu banco aquí" los cuales pertenecen al Banco del Pacifico con una participación del 38% seguido por "Mi Vecino" de Banco Pichincha con una participación de 35% del mercado y en tercera posición "Banco del Barrio" con una participación de mercado del 20%.

Dado que los tres bancos –Guayaquil, Pichincha y Pacifico– son los que contribuyen mayoritariamente con CNB en la ciudad, y cada uno tiene un número determinado de corresponsales, se utilizará el Muestreo por Conglomerados de la siguiente manera:

Tabla

Distribución por conglomerados

4

Banco	Porcentaje
Banco del Pichincha	14,3%
Banco de Guayaquil	42,6%
Banco del Pacifico	43,0%

Nota: Adaptado de Superintendencia de Bancos del Ecuador

Con el fin de optimizar la recolección de datos se realizaron rutas por sector, por medio de los respectivos portales web de los bancos –Guayaquil, Pichincha y Pacifico- se obtuvieron las direcciones de los CNB con las que se procedió a organizar a un grupo de cuatro personas con previa experiencia encuestando con el objetivo de reducir la mayor cantidad de posibles errores.

Debido a que se poseía las direcciones exactas de varios CNB cada día se procedió a encuestar por zonas, es decir todo el grupo se dirigía a una zona de la ciudad de Guayaquil y empezaba a realizar las encuestas. Previo a empezar a la realización de encuestas se dibujó mapas con las rutas que se debían seguir con el fin de optimizar el tiempo y no dejar a ningún corresponsal de la zona sin realizarle la encuesta o simplemente descartarlo para no confundir a los corresponsales ya encuestados, lo que no accedieron y los que aún faltaba de preguntar.

Instrumentos

Cuestionario.

El cuestionario consta con siete preguntas las cuales todas son cerradas y de opción múltiple. El tiempo estimado de respuesta fue de tres minutos y fueron hechas de forma personal hacia los CNB. Las encuestas fueron realizadas desde el 17 de enero de 2018 hasta el 3 de febrero del 2018, por seguridad se realizaron más encuestas con referente al valor de muestreo debido a que en el proceso varias encuestas se dañan, son mal llenadas o aparece algún argumento válido para no tomar en consideración a una encuesta. Fueron realizadas 178 encuestas de las cuales 160 fueron utilizadas para aportar información al capítulo 4 de este trabajo de titulación.

Cabe mencionar que debido a que el muestro por medio probalístico conglomerado se realizaron tres encuestas diferentes en función de a que institución financiera pertenecía el

CNB, debido a que los CNB realizan actividades similares, pero no iguales ya que las actividades eran diferentes e incluso uno realizaba más actividades que los demás CNB.

Entrevista.

Se realizó una entrevista a un CNB perteneciente a una franquicia de farmacias ha pertenecido al programa desde el 2016 pero debido a motivos personales ha decidido mantener su identidad anónima, la entrevista se realizó en forma presencial. La duración de la entrevista fue aproximadamente 10 minutos y fue realizada el día 9 de febrero de 2018 a las 16:00 hora local de Ecuador.

Herramientas

Para el proceso de la información se utilizó el software estadístico desarrollado por IBM conocido como SPSS ya que es muy utilizado para procesar información estadística y muy usada especialmente en la realización de investigación de mercado.

Se realizaron tres archivos cada uno con 15 variables debido a que las actividades realizadas por los CNB no eran las mismas ya que iba en función de la institución financiera. Luego de ingresar todos los datos se procedió a unir los tres archivos y se creó una nueva variable con el fin de identificar a que CNB pertenecía la información que iba a presentar el programa luego del análisis. Se realizaron pruebas de frecuencia, estadísticos descriptivos y por medio de tablas de contingencia se realizó la prueba de chi cuadrado con el propósito de aprobar o rechazar las hipótesis planteadas en el capítulo 1 de este trabajo de titulación.

Para el procesamiento de la entrevista se transcribió todo el audio con el objetivo de seleccionar las ideas más importantes referentes a las variables propuestas para medir el desempeño comercial de los CNB, datos que fueron utilizados para reforzar el análisis de las encuestas y demás información revisada en los diferentes documentos pertenecientes a la bibliografía.

Capítulo 4: Estudio de los Corresponsales No Bancarios

Antecedentes de los CNB

Los CNB en la ciudad de Guayaquil son parte de un gran impacto directamente al comercio debido a que gracias a su ubicación geográfica permiten al usuario realizar transacciones bancarias además de pagos y recaudaciones en general, actividades que en lugar de realizar en un banco lo hacen en un corresponsal que este cerca de su vivienda. El programa de CNB inicio en 2008, el primer Banco en iniciar a trabajar por medio de corresponsales fue el Banco de Guayaquil.

El programa de CNB inició en 2008, el primer Banco en trabajar por medio de corresponsales fue el Banco Guayaquil con su modelo “Banco del Barrio”; este modelo de banca no convencional fue el mayor proyecto de bancarización a nivel de Latinoamérica en ser reconocido por el Banco Interamericano de Desarrollo BID, debido a que en Ecuador no existía un marco regulatorio para los corresponsales, en 2008 luego de aprobar la norma, empezó el funcionamiento y uso de los CNB en Ecuador.

En la figura 1 la cual se encuentra a continuación se puede observar el comportamiento de numero de corresponsales en el mercado considerando todas las instituciones que poseen un corresponsal en Ecuador, para el estudio no se consideró Pago Ágil, Banco Bolivariano ni Banco DelBank debido a que no representaban más del 5% del total de corresponsales disponibles en el mercado.

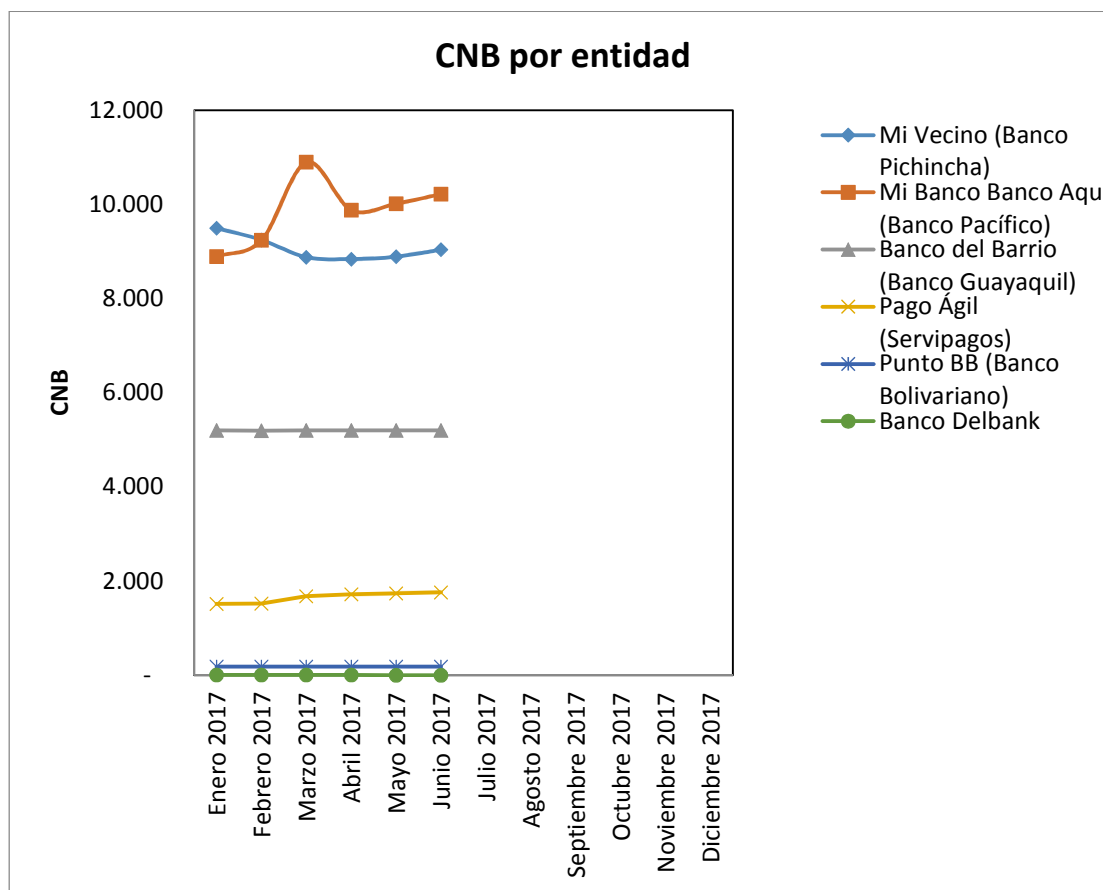


Figura 1. CNB por entidad. Tomado de “CNB” por la Superintendencia de Bancos y Seguros, 2017.

En la figura 1 podemos observar cómo ha sido la evolución de los corresponsales en el primer semestre del año 2017, sobresaliendo los datos especialmente del Banco Pichincha, Banco Pacífico, Banco Guayaquil, las demás entidades financieras solo representan el 7,08% del mercado por lo que poseen menos de 2000 corresponsales a nivel nacional motivo por el cual se los excluyo del estudio ya que no es un porcentaje representativo con el fin de ser los más asertivo posible.

El diario El Telégrafo (2017) expresa cómo hasta el 2017 Banco Guayaquil, contaba con 5.200 CNB “Banco del Barrio” funcionando en su totalidad en las 24 provincias del país. Uno de los productos promocionados bajo el esquema Banco del Barrio, es la apertura de la “Cuenta Amiga” la cual es una cuenta de ahorro básica que le permite al usuario, hacer depósitos y retiros sin que esto implique cumplir con una serie de requisitos complejos.

Otra de las bancas privadas es Banco Pichincha, del mismo modo esta banca privada tiene su modelo de CNB bajo el nombre de “Mi Vecino”. De acuerdo con la Superintendencia de Bancos (2017) el Banco Pichincha cuenta hasta junio del mismo año con 9040 agencias no bancarias a nivel nacional. Banco Pichincha (2018), afirma: “Los Corresponsales No Bancarios Pichincha Mi Vecino son negocios con atención directa al público, a los cuales el Banco Pichincha les habilita con la tecnología necesaria para atender transacciones financieras de su comunidad, promoviendo una cultura financiera y el desarrollo económico del país”.

Los beneficios para el usuario de Pichincha Mi Vecino son similares a los brindados por los demás agentes no bancarios, el pago de servicios básicos, pago del bono de desarrollo humano, realizar retiros y depósitos, la apertura de una cuenta de ahorro básica sin mayores requerimientos más que cedula de identidad, papeleta de votación, planilla de servicios básicos.

Por otro lado, Banco del Pacifico, 5 años después del lanzamiento de Banco del Barrio, lanza su proyecto de CNB denominado “Tu Banco Aquí”. Vieieira (citado por El Universo, 2013) indica que al inicio del proyecto se contaba con 45 locales afiliados a este programa, sin embargo, de acuerdo con información de la Superintendencia de Compañías (2018) este banco cuenta en la actualidad con 10219 agencias a lo largo de las 24 provincias del país.

Tu Banco Aquí, también es reconocido por los servicios ofrecidos tales como: pago de servicios básicos, pago de matrículas, pago de los impuestos prediales y de las tarjetas de créditos; además de que el usuario beneficiario del bono de desarrollo humano también se puede acercar a cualquiera de estas agencias y proceder a retirar su dinero.

En la encuesta realizada con el fin de obtener datos, luego de tabular y procesar la información en la Tabla 5 podemos notar como el primer grupo de CNB que iniciaron sus actividades en el 2008 de todos los encuestados no se encontró a ni uno. El CNB más antiguo que fue encuestado empezó sus actividades como corresponsal en 2012. Un dato que merece

la pena mencionar debido a que tal vez existan muchos CNB que luego de un tiempo se desafilian del programa.

Tabla

5

Año desde que se acogieron al programa de CNB

Año desde se acogieron al programa de CNB					
Año	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
2012	1	,6	,6	,6	
2013	4	2,5	2,5	3,1	
2014	6	3,8	3,8	6,9	
2015	20	12,5	12,5	19,4	
2016	30	18,8	18,8	38,1	
2017	99	61,9	61,9	100,0	
Total	160	100,0	100,0		

De total de encuestados la mayoría con un 61,9% iniciaron sus actividades en el año 2017 dato que pudo verse influido debido a que el 43% de las encuestas fueron a CNB pertenecientes al Banco del Pacífico, entidad financiera que recién empezó a trabajar con corresponsales a finales del año 2016. Otro dato que es importante resaltar es que a medida que pasan los años el número de corresponsales disminuye a través del tiempo pero las instituciones financieras logran asociar nuevos corresponsales, según datos de Superintendencia de compañías en el primer trimestre del año 2017 el número de corresponsales en el mercado aumento un 4,41% a nivel nacional, resaltando la provincia de Pichincha y Guayas, además de que Banco Pacífico fue la Institución financiera que mayor incremento de corresponsales registro, además se puede inferir sobre un potencial problema referente a la desafiliación de los CNB posiblemente existan variables específicas que llevan a los dueños de negocio desafiliarse del programa.

Tabla

6

Actividad que más realizada por CNB

Actividad que más realizan CNB										
CNB		Depositos		Consulta de	Compra	Pago del	Recargas	Pagos de	Total	
		en efectivo	Retiros							saldos
Banco del Barrio	Recuento	35	14	4	0	0	7	8	68	
(Banco de Guayaquil)	% del total	21,9%	8,8%	2,5%	0,0%	0,0%	4,4%	5,0%	42,5%	
Tu Banco Aquí (Banco	Recuento	35	5	16	1	11	0	0	68	
del Pacífico)	% del total	21,9%	3,1%	10,0%	,6%	6,9%	0,0%	0,0%	42,5%	
Mi Vecino (Banco	Recuento	16	2	0	0	5	0	1	24	
Pichincha)	% del total	10,0%	1,3%	0,0%	0,0%	3,1%	0,0%	,6%	15,0%	
Total	Recuento	86	21	20	1	16	7	9	160	
	% del total	53,8%	13,1%	12,5%	,6%	10,0%	4,4%	5,6%	100,0%	

Las actividades que más realizan los CNB sin tomar en cuenta a que institución financiera pertenezca son depósitos en efectivo ya que un 53,75% de los encuestados tomaron esta opción seguida por retiros en efectivo con un 13,12% y consultas de Saldo con un 12,5% de respuesta por parte de los CNB indicada por la tabla 6. Lo cual cumple con uno de los objetivos del programa de inclusión financiera ya que se puede inferir que uno de los beneficios que posee el usuario es poder realizar transacciones del día a día cerca de su lugar de residencia, además de que el manejo del dinero de depósitos es utilizado en el caso de algunos CNB con el fin de manejar un mejor flujo de caja para sus negocios.

Según diario El Telégrafo (2017) Los clientes realizan retiros por valores bajos los cuales se encuentran en un monto entre \$10 y \$30 valores que suelen utilizar para poder cubrir sus necesidades del día a día, según opinión de los CNB es poco frecuente que un cliente retire valores muy altos existe una mayor probabilidad de que un cliente haga depósitos con un valor de mayor denominación, valores entre \$100 a \$200 en diferentes cuentas del Banco que un cliente retire montos altos.

Tabla
Actividad que representa mayor ingreso para los CNB

7

Actividad que más ingresos representa a los CNB											
CNB		Depositos en efectivo		Consulta de saldos	Compra cuenta amiga	Pago del bono	Recargas celulares	Pagos de servicios basicos	Pagos de planes TV TLF	Total	
		Retiros									
Banco del Barrio (Banco de Guayaquil)	Recuento	13	1	26	1	0	23	4	0	68	
	% del total	8,1%	,6%	16,3%	,6%	0,0%	14,4%	2,5%	0,0%	42,5%	
Tu Banco Aquí (Banco del Pacifico)	Recuento	23	2	11	0	27	0	2	3	68	
	% del total	14,4%	1,3%	6,9%	0,0%	16,9%	0,0%	1,3%	1,9%	42,5%	
Mi Vecino (Banco Pichincha)	Recuento	9	0	2	0	1	0	8	4	24	
	% del total	5,6%	0,0%	1,3%	0,0%	,6%	0,0%	5,0%	2,5%	15,0%	
Total	Recuento	45	3	39	1	28	23	14	7	160	
	% del total	28,1%	1,9%	24,4%	,6%	17,5%	14,4%	8,8%	4,4%	100,0%	

De las actividades realizadas por los corresponsales existen algunas que generan un mayor beneficio para los CNB luego del procesamiento de datos podemos observar en la tabla 4 que la actividad que les genera mayor ingreso son los depósitos en efectivo representando un 28,12% del total, seguida por las Consultas de saldos las cuales representan un 24,37% según la tabla 4. Cabe mencionar que muchos CNB optan por cobrar un valor adicional por la transacción que van a realizar además de la comisión ya establecida por el banco, el valor adicional que cobran va a depender de la transacción que se realice, según el corresponsal entrevistado este valor se encuentra entre 10ctvs a 50ctvs valor que estaría fuera de control y en función independiente de cada CNB. Varios de los corresponsales encuestados consideraban “mejor negocio” ciertas actividades debido a que no influyen como salida de dinero en su flujo de caja diario, por ejemplo, en el caso de que un cliente realice una consulta de saldo, es más rentable que un cliente realice un retiro debido a que el retiro puede significar en promedio una salida de dinero entre \$10 a \$30 pero la consulta de saldos solo representa un ingreso por el uso del servicio mas no existe salida de dinero.

Tabla
Frecuencia IFI realiza auditoria al CNB

Frecuencia institucion financiera realiza auditorias					
Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje		
			válido	acumulado	
Siempre	14	8,8	8,8	8,8	
Casi Siempre	75	46,9	46,9	55,6	
A Veces	53	33,1	33,1	88,8	
Casi Nunca	17	10,6	10,6	99,4	
Nunca	1	,6	,6	100,0	
Total	160	100,0	100,0		

Al momento de analizar los datos se pudo notar que los CNB consideran que los Bancos realizan auditorias el 8,8% respondió siempre, 55,6% casi siempre, 33,1% a veces, 10,6% casi nunca y el 0,6% nunca. Podemos notar que un 55,6% de las respuestas fueron positivas lo que no tiene mucho sentido debido a que, si el banco realiza auditorias para controlar el servicio por parte de los CNB, no existiría el problema de un cobro adicional a las transacciones realizada, según el corresponsal entrevistado nos comentó que: El banco se acerca a los negocios a reparar problemas técnicos más no a preocuparse por cómo se esté brindando el servicio y si se está cobrando lo estipulado. Comentario que ayuda a explicar el porqué de la falta de control referente al valor que el corresponsal cobra por comisiones.

Tabla

9

Influyo en acogerse al programa

Influyo en acogerse al programa		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Inclusion financiera	29	0,18
Ventas	47	0,29
Afluencia clientes	36	0,23
Otros	5	0,03
Brindar mejor servicios	43	0,27
Total	160	1,00

Se consideraron 5 factores con el fin de determinar que influencia a los dueños de negocio formar del programa de CNB, las variables representativas fueron Ventas y Afluencia de clientes con un 29% y 23% respectivamente, el corresponsal entrevistado menciona que esto se debe a las buenas referencias de antiguos corresponsales y por qué el cliente lo pide, es

decir pide servicios los cuales realiza un corresponsal o preguntan: ¿Dónde queda uno? ¿Qué tan cerca o lejos está?

Además un 27% de los encuestados opto por la opción de brindar un mejor servicios ya que al ser corresponsal tiene una mayor variedad de servicios que ofrecer a sus clientes, el 18% opto por seleccionar la opción referente a la inclusión financiera, estos eran corresponsales que tenían conocimiento sobre el objetivo del programa y la función que tienen los corresponsales con el fin de poder brindar servicios financieros a una mayor cantidad de la población especialmente a la que no se encuentra tan cercana a un banco u otra institución financiera.

En la encuesta realizada se consultó si los clientes además de utilizar el servicio que brinda un CNB el cliente adquiere algo del negocio del corresponsal, el resultado fue el siguiente:

Tabla

10

Frecuencia de clientes usan el servicio CNB y adquieren algo del negocio

Frecuencia de clientes los cuales usan el servicio de CNB y adquieren algo del negocio				
Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	29	18,1	18,1	18,1
Casi siempre	96	60,0	60,0	78,1
A veces	28	17,5	17,5	95,6
Casi Nunca	5	3,1	3,1	98,8
Nunca	2	1,3	1,3	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Del total de encuestado un 18,1% respondió siempre, un 60% casi siempre, el 17,5% a veces, un 3,1% casi nunca y el 1,3% nunca. Podemos observar que solo el 21, 87% fueron respuestas negativas o casi neutras por lo que existe un bajo número de clientes que no consumen algo del negocio que también realiza las funciones de corresponsal.

El 60% de los encuestados respondieron que casi siempre los clientes además de utilizar el servicio de CNB consumen algo de su negocio, además cabe destacar que el 78,1% de las

respuestas fueron positivas según la tabla 7 ya que por lo menos en afluencia de cliente y ventas el ser CNB ha aportado de alguna manera.

Desempeño Comercial CNB

El desempeño comercial conlleva tomar en consideración variables las cuales han sido, el nivel de ventas y la afluencia de clientes, para el análisis se realizó una prueba de chi cuadrado. Para la prueba de Chi cuadrado se consideran dos variables el valor de P y el valor de α el cual es igual a 0,05 en el caso de que $P > \alpha$ no se puede rechazar una hipótesis por otro lado si $P \leq \alpha$ las variables tienen una relación fuerte por lo tanto se rechaza la hipótesis.

Las pruebas de chi cuadrado fueron realizadas con las variables de las cinco hipótesis planteadas H1: El desempeño comercial de los corresponsales no bancarios ha mejorado luego de acogerse al programa. Las cuatro hipótesis restantes son una derivación de H1 con el fin de comprobar si: No existe diferencia entre CNB en cuanto a nivel de ventas; No existe diferencia entre CNB en cuanto al número de afluencia de clientes; No existe diferencia en cuanto a comisión en los últimos 6 meses; No existe diferencia en cuanto a la apreciación de la rentabilidad referente a la inversión inicial; No existe diferencia en cuanto al crecimiento comercial. Hipótesis que han sido planteadas y desarrolladas para sustentar que indiferentemente de a que banco pertenezca el CNB se ve afectado su desempeño comercial.

En la pregunta 7 de la encuesta se consideró directamente la opinión de los CNB referentes a su desempeño comercial además de que se consideraron las variables de inversión, afluencia de clientes, nivel de ventas, incremento de comisiones utilizando una escala de Likert con el fin de conocer si ser CNB influye en el desempeño comercial del negocio además de la percepción del corresponsal.

Luego del análisis de chi cuadrado realizado en SPSS el resultado para H1a fue el siguiente:

Tabla
Prueba Chi Cuadrado H1A

11

Prueba de chi-cuadrado H1a			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,626 ^a	8	,292
Razón de verosimilitudes	11,485	8	,176
Asociación lineal por lineal	,467	1	,494
N de casos válidos	160		

a. 8 casillas (53,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,14.

El valor de P es de 0,292 por lo tanto no se rechaza la hipótesis lo que significa que no existe diferencia entre los niveles de ventas tomando en consideración a que banco este afiliado el negocio, solo el 53,3% de los datos poseen una frecuencia menor a 0,05 por lo que no es suficiente para considerar el rechazo de la hipótesis. El nivel de ventas no se ve influido si el negocio es corresponsal de una institución u otra, es decir que sin tomar en consideración el banco el volumen de ventas va a tener un comportamiento similar.

Tabla
CNB han incrementado niveles de ventas

12

CNB han incrementado niveles de ventas

CNB		Totalmente				Totalmente desacuerdo	Total
		deacuerdo	Acuerdo	Indiferente	Desacuerdo		
Banco del Barrio (Banco de Guayaquil)	Recuento	14	46	8	0	0	68
	% del total	8,8%	28,8%	5,0%	0,0%	0,0%	42,5%
Tu Banco Aquí (Banco del Pacífico)	Recuento	8	46	10	4	1	69
	% del total	5,0%	28,8%	6,3%	2,5%	,6%	43,1%
Mi Vecino (Banco Pichincha)	Recuento	6	14	3	0	0	23
	% del total	3,8%	8,8%	1,9%	0,0%	0,0%	14,4%
Total	Recuento	28	106	21	4	1	160
	% del total	17,5%	66,3%	13,1%	2,5%	,6%	100,0%

Las respuestas de los encuestados referentes al nivel, el 83,8% fueron respuestas positivas, el 13,1% indiferentes y solo el 3,1% respuestas negativas. Por lo tanto, podemos decir que los niveles de ventas se ven afectados positivamente una vez que los negocios empezaron a ser corresponsales.

De los tres bancos estudiados el Banco Guayaquil fue el que mayor porcentaje de respuestas positivas obtuvo llegando a un 88,2% seguido por el Banco del Pichincha con un 87% y finalmente el Banco del Pacífico con un 78,3%. Por otro lado, el Banco del Pacífico tuvo 7,2% de respuestas negativas siendo el único por parte de sus corresponsales, dato que puede explicarse debido a que varios CNB tenían poco tiempo en el mercado y en algunos casos no contaban con un letrado lo cual se reflejaba con un descontento por parte de los dueños del negocio.

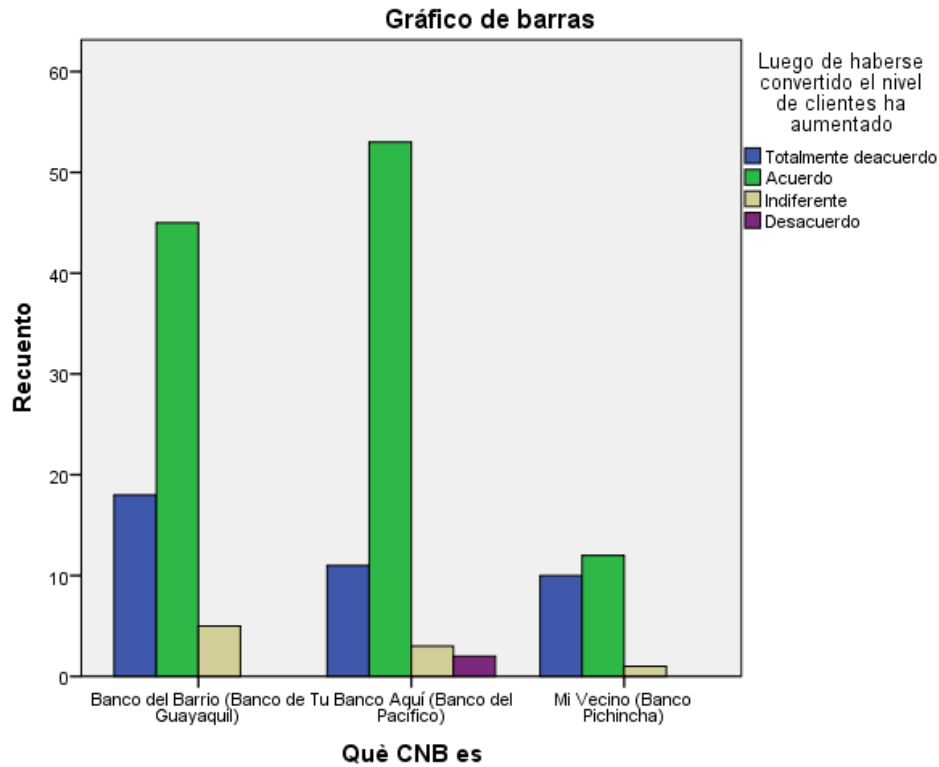


Figura 2. CNB aumento nivel de clientes

La prueba de chi cuadrado para la hipótesis H1b referente al volumen de clientes dio como resultado lo siguiente:

Tabla

13

Prueba de chi cuadrado H1b

Prueba de chi-cuadrado H1b			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,481 ^a	6	,106
Razón de verosimilitudes	10,883	6	,092
Asociación lineal por lineal	,430	1	,512
N de casos válidos	160		

a. 6 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,29.

El valor de P es de 0,106 por lo tanto no se rechaza la hipótesis lo que significa que no existe diferencia entre el número de clientes tomando en consideración a que banco este afiliado el negocio, solo el 50% de los datos poseen una frecuencia menor a 0,05 por lo que no es suficiente para considerar el rechazo de la hipótesis. La afluencia de clientes no se ve afectada si el negocio es corresponsal de una institución financiera u otra, es decir que sin tomar en consideración el banco el número de clientes va a tener un comportamiento similar. Por lo tanto, independientemente de a que banco se afilie un negocio, esto no va a ser un factor decisivo para determinar si va a tener más clientes que en caso de haberse acogido a otro banco más.

Tabla

14

CNB nivel de clientes ha aumentado

CNB nivel de clientes ha aumentado							
CNB			Totalmente de acuerdo	Acuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Total
Banco del Barrio (Banco de Guayaquil)	Recuento	18	45	5	0	68	
	% del total	11,3%	28,1%	3,1%	0,0%	42,5%	
Tu Banco Aquí (Banco del Pacífico)	Recuento	11	53	3	2	69	
	% del total	6,9%	33,1%	1,9%	1,3%	43,1%	
Mi Vecino (Banco Pichincha)	Recuento	10	12	1	0	23	
	% del total	6,3%	7,5%	,6%	0,0%	14,4%	
	Recuento	39	110	9	2	160	
Total	% del total	24,4%	68,8%	5,6%	1,3%	100,0%	

Referente a la afluencia de clientes, los encuestados respondieron en un 93,2% positivamente un 5,6% indiferente y finalmente un 6,9% negativamente. Podemos notar el porcentaje muy elevado de respuestas positivas por lo que se puede decir que el número de

clientes para un negocio que se convierte en corresponsal si aumenta es decir que ser un CNB influye positivamente en el número de clientes que visitan un negocio.

Con el fin de conocer si los CNB han sufrido un incremento en el nivel de clientes luego de haberse acogido al programa de corresponsales, debido a que las encuestas fueron realizadas independientemente por bancos debido a su actividad, se obtuvo como resultado una gran aceptación por parte de los corresponsales es decir que más del 90% de los encuestados estuvieron Totalmente de acuerdo o De acuerdo con que el ser CNB ha influido positivamente en su nivel de clientes.

Podemos decir según los datos de los encuestados considerando un análisis independiente es decir por corresponsal tomando en cuenta solo el número de encuestados pertenecientes a sola una institución financiera sin tomar en consideración las demás con el fin de comparar que banco puede ser más atractivo para un dueño de negocio, el banco con un mayor número de atracción de clientes es el Banco del Pichincha con un 95,7% de respuestas positivas seguido por el Banco del Pacifico con un 92,8% y finalmente el Banco de Guayaquil con un 92,6%. Por otro lado, podemos el Banco Pacifico fue el único que tuvo respuestas negativas representando un 2,9% del total de sus corresponsales encuestados.

El nivel de clientes según la opinión de los corresponsales ha incrementado ya que más del 80% de las respuestas fueron positivas, debido a que sin importar a que Banco pertenezca el CNB no va a existir mucha diferencia al momento de atraer nuevos clientes, podemos decir que el CNB que más atrae clientes es el Banco Pichincha ya que el 43,5% de los encuestados respondieron Totalmente de acuerdo siguiéndolo en la lista el Banco de Guayaquil y al final Banco del Pacifico.

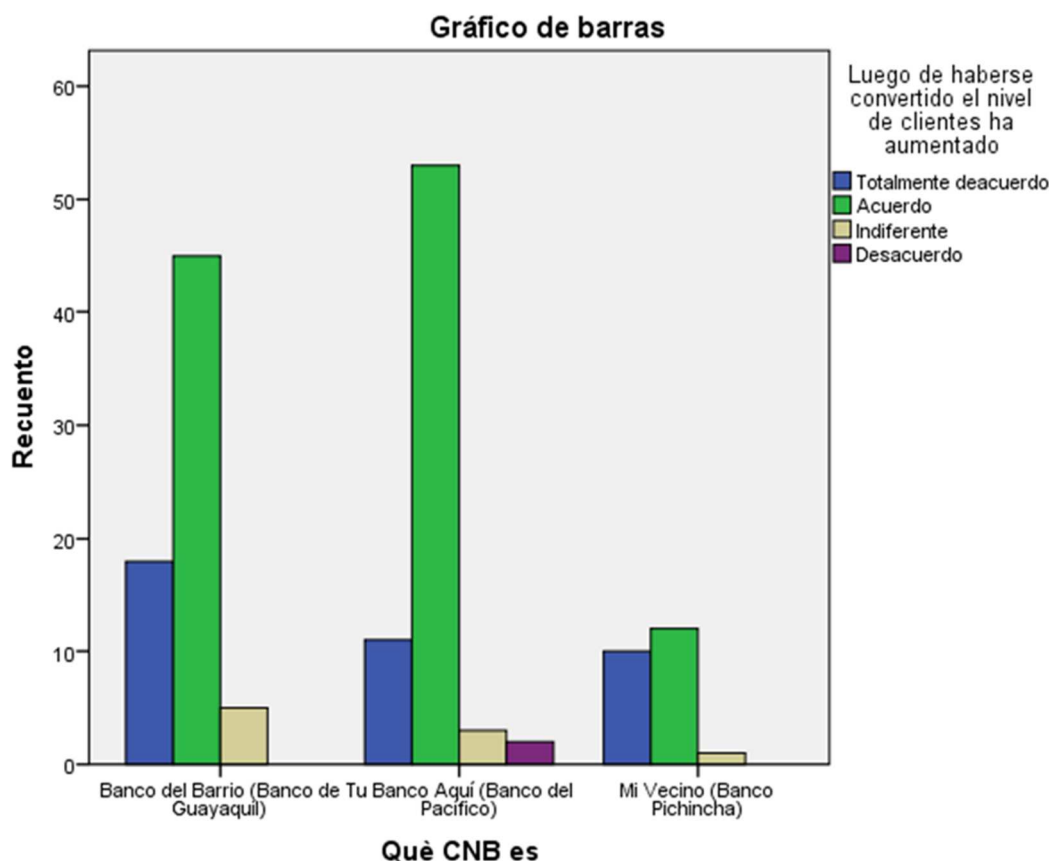


Figura 3 CNB aumento nivel de clientes.

Con respecto a la hipótesis H1c la prueba de chi cuadrado realizada en SPSS por medio del uso de tablas de contingencia creando una nueva variable para poder realizar análisis independientes dio como resultado lo siguiente:

Tabla

15

Prueba de chi cuadrado H1c

Prueba de chi-cuadrado H1c			
	Valor	G1	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,325 ^a	6	,156
Razón de verosimilitudes	9,322	6	,156
Asociación lineal por lineal	2,340	1	,126
N de casos válidos	160		

a. 5 casillas (41,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,29.

La prueba de chi cuadrado de la hipótesis H1c dio como resultado un valor de P igual a 0,156 siendo este mayor al valor de Alpha por lo tanto no se rechaza la hipótesis además de que solo el 41,7% de los datos posee un valor inferior a la frecuencia esperada. Por lo tanto, el ingreso por comisiones no va a ser muy diferente entre los corresponsales considerando un incremento de las comisiones en un periodo de 6 meses.

Sin importar a que institución financiera pertenezca un corresponsal no existe una diferencia relevante para considerar una mejor oportunidad para el negocio en caso de tener que elegir entre que institución financiera brinda mejores comisiones por los diferentes servicios que brinda un CNB.

Tabla 16
Ingreso por comisiones ha incrementado en los últimos 6 años

Ingreso por comisiones ha incrementado en los últimos 6 meses							
CNB			Acuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Totalmente desacuerdo	Total
Banco del Barrio	Recuento	2	50	10	6	68	
(Banco de Guayaquil)	% del total	1,3%	31,3%	6,3%	3,8%	42,5%	
Tu Banco Aquí (Banco del Pacífico)	Recuento	0	51	13	5	69	
	% del total	0,0%	31,9%	8,1%	3,1%	43,1%	
Mi Vecino (Banco Pichincha)	Recuento	0	12	9	2	23	
	% del total	0,0%	7,5%	5,6%	1,3%	14,4%	
Total		Recuento del total	2	113	32	13	160
		% del total	1,3%	70,6%	20,0%	8,1%	100,0%

Las comisiones son un tema de atención debido a que según el corresponsal entrevistado CNB: No es están reguladas, por lo tanto, los dueños de negocio pueden cobrar el cargo adicional que deseen. Los datos muestran un gran porcentaje de indiferencia, es decir la

mayoría de CNB encuestados no han visto un incremento en las comisiones, incluso se puede analizar que las respuestas han sido negativas con una concentración del 28,1% del total de encuestados considerando como respuestas negativas a Desacuerdo y Totalmente desacuerdo, además de independientemente del Banco al cual pertenezca el corresponsal.

La mayor concentración de respuestas negativas es dada por el Banco del Pichincha con un porcentaje de 47,8% de respuestas negativas. Por otro lado, el Banco de Guayaquil y Banco del Pacifico mostraron resultados de 23,5% y 26,1% respectivamente. Por otro lado, las escasas respuestas positivas fueron dadas por dos corresponsales pertenecientes al Banco de Guayaquil representando un 2,9% tomando en consideración las encuestas realizadas solo a los corresponsales del Banco Guayaquil.

Cabe mencionar que la mayor concentración de respuestas fue la Indiferencia con un 70,6% es decir, no han existido cambios, pero no es un factor que influya mucho en ellos debido a que según como menciono la entrevistada: “No importa cuánto ganemos en comisiones, si no cuantos clientes vengan a visitar el negocio”, ya que cliente realiza varias diligencias en un mismo lugar.

Además, la mayor concentración de datos por CNB también se situó en la indiferencia liderando el Bando del Pacifico con un porcentaje de 73,91%, seguido por Banco Guayaquil y Banco del Pichincha con un 73,53% y 52,17% respectivamente tomando en cuenta un análisis individual por cada CNB.

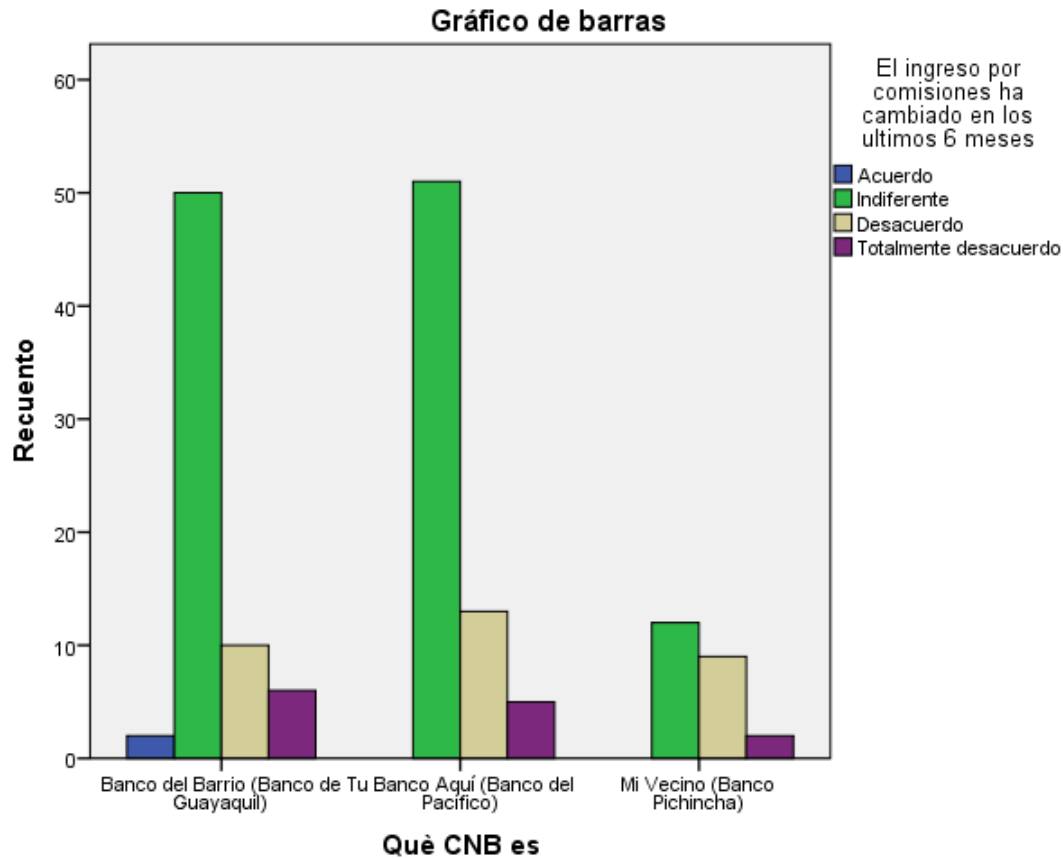


Figura 4. CNB han aumentado las comisiones en los últimos 6 meses

Para la hipótesis H1d luego de realizar la prueba de chi cuadrado mediante el uso de SPSS el resultado fue el siguiente:

Tabla

Prueba de chi cuadrado H1d

17

Prueba de chi-cuadrado H1d			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,569 ^a	8	,477
Razón de verosimilitudes	8,659	8	,372
Asociación lineal por lineal	,021	1	,884
N de casos válidos	160		

a. 6 casillas (40,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,43.

El valor de P para la hipótesis H1d dio un resultado de 0,477 valor que no cumple con los parámetros necesarios para poder rechazar la hipótesis por lo tanto no se rechaza ya que el valor de P es mayor que el valor de Alpha cuyo valor es 0,05. Además, solo 40% de la frecuencia esperada tiene es inferior a la frecuencia mínima esperada. Por lo tanto, no es relevante a que institución financiera permanezca el corresponsal la apreciación que van a tener sobre la inversión inicial considerando tiempo invertido y dinero la diferencia que existe es mínima no va a existir mucha variación.

Tabla

18

Comisiones por brindar el servicio representa la inversión.

Comisiones por brindar el servicio representa la inversión								
CNB			Totalmente de acuerdo	Acuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Totalmente desacuerdo	Total
Banco del Barrio	Recuento	1	19	24	24	0		68
(Banco de Guayaquil)	% del total	,6%	11,9%	15,0%	15,0%	0,0%		42,5%
Tu Banco Aquí	Recuento	2	14	31	19	3		69
(Banco del Pacífico)	% del total	1,3%	8,8%	19,4%	11,9%	1,9%		43,1%
Mi Vecino (Banco Pichincha)	Recuento	1	4	11	7	0		23
	% del total	,6%	2,5%	6,9%	4,4%	0,0%		14,4%
Total	Recuento	4	37	66	50	3		160
	% del total	2,5%	23,1%	41,3%	31,3%	1,9%		100,0%

La mayor concentración de datos fue esta dentro de las opciones Acuerdo, Indiferente y Desacuerdo por lo que suma un total de 95,6% acumulado. Esto quiere decir que la inversión inicial considerando el tiempo y el dinero utilizado se inclina hacia una repuesta negativa, ya que la cantidad de encuestados en desacuerdo fueron 50 representando el 31,3% además de un 41,3% de indiferencia.

De la encuesta realizada el banco que más insatisfecho tiene a sus CNB con respecto a la inversión inicial fue el Banco de Guayaquil con un 35,3% de respuestas negativas, seguido por Banco del Pichincha y finalmente Banco del Pacifico con un valor de 30,4% y 27,5% respectivamente. Las respuestas positivas fueron de 29,41% perteneciente a los corresponsales del Banco Guayaquil, 23,19% y 21,74% para los corresponsales de Banco del Pacifico y Banco Pichincha.

Independientemente en términos generales todos los corresponsales tuvieron muchas respuestas de indiferencia llegan a ser esta la opción con mayor porcentaje liderando el Banco Pichincha con 47,83% seguido de Banco del Pacifico con un 44,93% y finalmente el Banco de Guayaquil con 35,29%. Se puede decir que el ser corresponsal del Banco Pichincha es la mejor opción debido a que, aunque sea el mayor con respuestas indiferencia es el menor con respuestas negativas por otro lado el Banco Guayaquil presenta un desequilibrio al igual que el Banco del Pacifico.

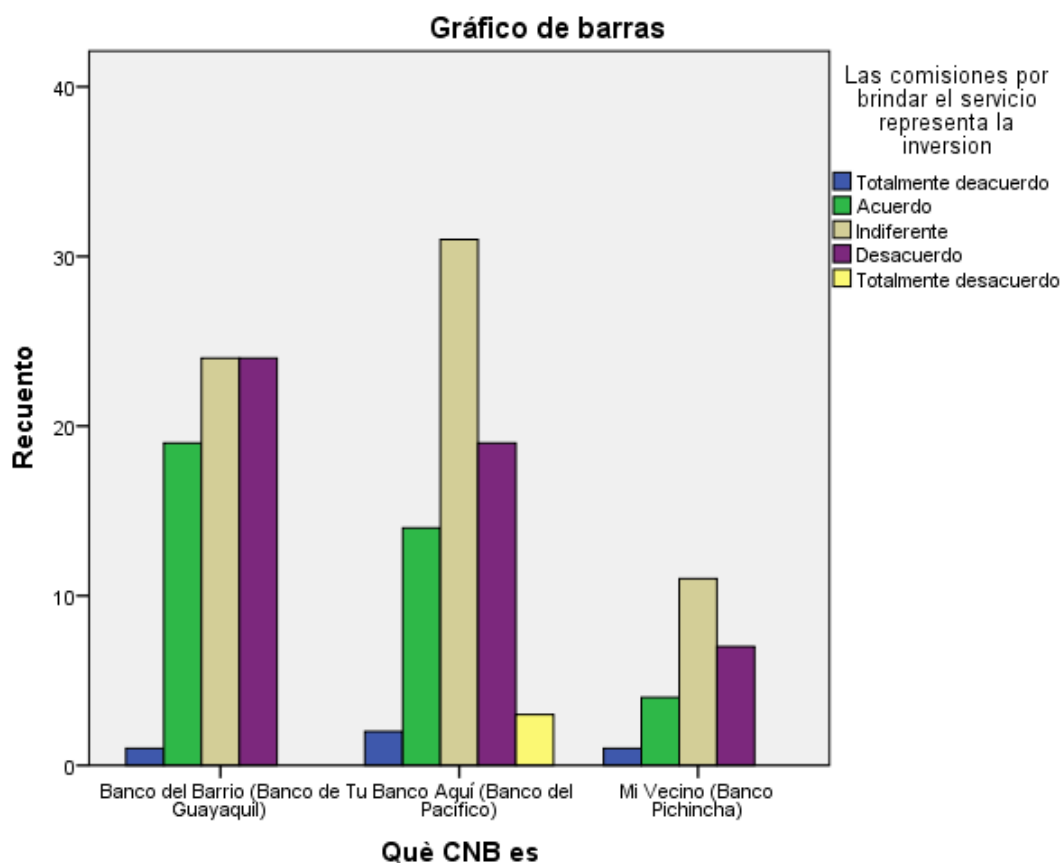


Figura 5. CNB comisiones representa inversión inicial

La hipótesis H1e referente al crecimiento comercial que han sufrido los negocios luego de empezar a formar parte del programa de corresponsales dio como resultado lo siguiente:

Tabla

19

Prueba de chi cuadrado H1e

Pruebas de chi-cuadrado H1e			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,593 ^a	8	,581
Razón de verosimilitudes	7,088	8	,527
Asociación lineal por lineal	,156	1	,693
N de casos válidos	160		

a. 9 casillas (60,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,14.

En el caso de la hipótesis H1e referente al crecimiento comercial el valor de P es igual a 0,581 en comparación al valor de Alpha de 0,05 podemos notar que el valor P es mayor al valor de Alpha por lo tanto no se rechaza la hipótesis entonces no es relevante la institución a la cual el corresponsal este asociado debido a que no va a existir mucha diferencia al momento de tomar en consideración el desempeño comercial ya que los corresponsales se comportan de una manera similar.

El valor de P frente a Alpha es el determinante para conocer si se rechaza o no se rechaza una hipótesis a lo largo del estudio se puede notar que todas las hipótesis no pueden ser rechazadas ya que en ningún caso el valor de Alpha supera al valor de P el cual es dado por el análisis de chi cuadrado el mismo que fue realizado en SPSS.

Tabla 20
Ser CNB ha aportado a su desempeño comercial.

Ser CNB ha aportado a su desempeño comercial								
CNB		Totalmente de acuerdo		Acuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Totalmente desacuerdo Total	
Banco del Barrio (Banco de Guayaquil)	Recuento	31	32	3	1	1	68	
	% del total	19,4%	20,0%	1,9%	,6%	,6%	42,5%	
Tu Banco Aquí (Banco del Pacífico)	Recuento	23	38	6	2	0	69	
	% del total	14,4%	23,8%	3,8%	1,3%	0,0%	43,1%	
Mi Vecino (Banco Pichincha)	Recuento	12	8	2	1	0	23	
	% del total	7,5%	5,0%	1,3%	,6%	0,0%	14,4%	
Total	Recuento	66	78	11	4	1	160	
	% del total	41,3%	48,8%	6,9%	2,5%	,6%	100,0%	

El ser corresponsal de un banco no es solo con el fin de aportar a la inclusión financiera o poder brindar más servicios a los clientes de un negocio X, los dueños de negocio se acogen al programa para crecer comercialmente es por esto que el ultimo criterio consultado a los corresponsales fue referente a su crecimiento comercial, a lo cual se le realizo una prueba chi cuadrado para conocer si existe diferencia entre el crecimiento comercial entre los

diferentes corresponsales con el fin de determinar si influye al CNB el banco que está asociado al corresponsal.

Además, podemos darnos cuenta en el gráfico 5 que las respuestas referentes al crecimiento comercial han sido mayormente positivas, en el caso de respuestas negativas se puede considerar como datos aberrantes por algún motivo X o Y de que el encuestado se vio en la necesidad de contestar negativamente a todas las preguntas.

El banco que mayor destaque fue el Banco del Pichincha con un 52,2% de encuestados que respondieron Totalmente de acuerdo seguido por Banco de Guayaquil y al final el Banco del Pacífico con un 45,6% y 33,3% respectivamente. Aunque la prueba de hipótesis no nos permite rechazar la hipótesis podemos notar que existe una pequeña diferencia en lo que al crecimiento comercial se refiere, por lo tanto, aunque no influya al 100% en mejorar el crecimiento si es el que más aporta tal vez por la cantidad de usuario del Banco del Pichincha o por motivos externos los cuales no han sido identificados en este trabajo de titulación

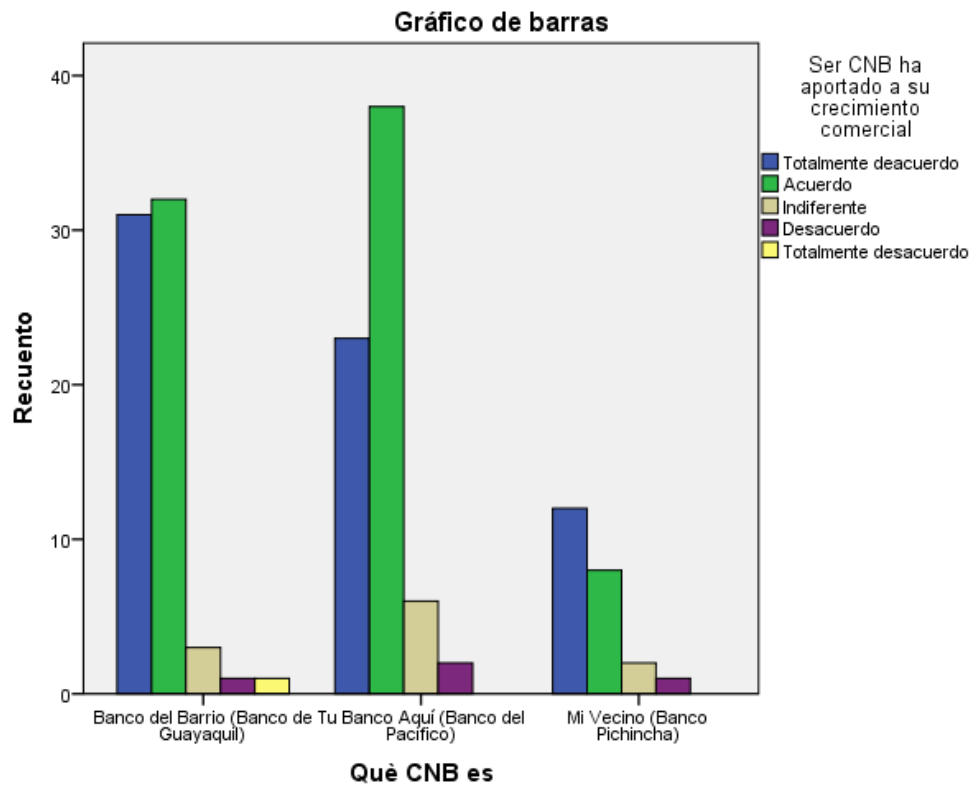


Figura 6. CNB crecimiento comercial

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

De acuerdo con la formulación del problema de investigación, el desempeño comercial se ha visto afectado positivamente ya que los corresponsales han sufrido un incremento de ventas y de afluencia de clientes las cuales son variables relevantes para definir el desempeño comercial de los corresponsales, aunque no posee relevancia la institución financiera que en conjunto con los dueños de negocios empezaron a utilizar el modelo de CNB. Es decir, que todos los corresponsales se comportan de una manera similar y no existen factores diferenciadores determinantes mediante la estadística que fue aplicada para poder afirmar que para un dueño de negocio es mejor opción ser un corresponsal para una institución financiera en lugar de otra.

De acuerdo a la literatura revisada, los CNB son un modelo de negocio que aporta a la inclusión financiera ya que estos fueron creados en los años 70 con el fin de poder brindar servicios financieros a las zonas de difícil acceso o muy alejadas de una agencia bancaria, con el tiempo se empezó a usar más simplemente para que los bancos puedan obtener una mayor cuota de mercado y atraer clientes debido a que el cliente se obtenía beneficios, sobre todo en cuestión de tiempo ya que podía realizar transacciones cerca de su lugar de residencia.

Los CNB han venido evolucionando en la cantidad de servicios que brindan y el número de instituciones que usan el modelo de corresponsal para poder llegar a un mayor número de clientes, desde el 2008 el pionero fue el Banco de Guayaquil al pasar el tiempo esto ha cambiado en 2016 el Banco del Pacífico decidió empezar a usar los corresponsales y según cifras de junio de 2017 es el banco con mayor cantidad de corresponsales llegando a ocupar una cuota de mercado del 38% seguido por Banco Pichincha y luego Banco Guayaquil, el pionero en este modelo de negocio en la actualidad es el tercero en lo que a número de corresponsales en el mercado se refiere.

Con respecto a los factores que influyen en un dueño de negocio convertirse en un corresponsal principalmente se encuentran incrementar el nivel de ventas y la afluencia de clientes; información que llegó a ellos debido a las campañas de difusiones de las instituciones bancarias además de recomendaciones de amigo, familiares y vecinos. Además, se descubrió que muy pocos corresponsales conocían sobre la inclusión financiera algunos querían brindar más servicios a sus clientes y otros solo se acogieron al programa por recomendaciones de clientes.

Uno de los factores que más molesta e influye en el precio de la transacción son las comisiones ya que además de atraer clientes y aumentar el volumen de ventas los negocios, también reciben una comisión por cada transacción que realicen. Según la opinión de los corresponsales es un valor muy bajo y por esta razón alguno optan por cobrar un valor adicional con el fin de obtener más ingresos, es por esta razón que varios corresponsales no consideran retribuida la inversión inicial especialmente en factor tiempo.

Según las pruebas de Chi cuadrado realizadas a la Hipótesis 1 planteada en el capítulo 1 y la cual contiene a las hipótesis 1a, 1b, 1c, 1d, 1e, se puede concluir que el desempeño comercial de los corresponsales no bancario ha mejorado luego de acogerse al programa, siendo así que desde su implementación reciben más clientes, los cuales además de utilizar el servicio de corresponsal, consumen algo del negocio. Por otro lado, las hipótesis que se derivan de la Hipótesis 1: H1a, H1b, H1c, H1d, H1e no se pueden rechazar debido a que el valor de P es mayor al valor de Alpha.

Es así como el ser administrador de un CNB sí aporta al desempeño comercial de los negocios, pero el tipo de Institución financiera a la cual este asociado el CNB no resultará relevante para dicho crecimiento comercial. Por otro lado, el ser un CNB influye directamente al nivel de ventas del negocio que acoge este proyecto ya que registra un ingreso extra por realizar el servicio como corresponsal, pero existe el problema que varios CNB solo lo aprecian

como una forma de atraer clientes y vender más por lo tanto no se sienten satisfechos con beneficios directos del ser un CNB, es decir a los corresponsales les gustaría ganar un poco más por el servicio que brindan o por lo menos tener mayores beneficios que puede otorgar el banco.

Recomendaciones

Para trabajos futuros se recomienda buscar más variables para poder analizar la pequeña diferencia entre los corresponsales con el fin de determinar que institución financiera brinda más beneficios a los CNB además de incluir a todos los corresponsales de todas las instituciones financieras que poseen un CNB en el mercado, información que será de gran utilidad para los dueños de negocio que están interesados en forma parte del programa de CNB.

Además, se recomienda realizar la búsqueda de más información proveniente de los bancos para conocer cuáles con las posturas de las instituciones financieras con respecto al desempeño comercial de los CNB, además de los beneficios que recibe el Banco por tener un corresponsal más en el mercado y no olvidar considerar la inversión y costo que representan implementar un programa de corresponsales para la institución financiera.

Finalmente, se propone determinar los factores por los cuales los corresponsales se desafilian del programa ya que en el cuestionario realizado no se pudo encuestar a ningún corresponsal que haya iniciado sus actividades antes del 2012 y no se puede inferir que ser un CNB es solo beneficioso para el negocio los primeros años. Ya que, si los CNB no perciben un beneficio directo, la desafiliación puede seguir ocurriendo.

Bibliografía

- Armijo de Vega, R., Reséndiz Carrillo, D., Ruiz Godínez, A., Vite García, A., & Apáez Flores, F. (2013). *Banca corresponsal e inclusión financiera: Modelos de negocio en América Latina*. Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), Tecnologías para la Inclusión Financiera. Obtenido de <https://www.microfinancegateway.org/es/library/banca-corresponsal-e-inclusi%C3%B3n-financiera-modelos-de-negocio-en-am%C3%A9rica-latina>
- Asmundson, I. (2011). ¿Qué son los servicios financieros? *Finanzas & Desarrollo*, 48(1), 46-7. Obtenido de <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2011/03/pdf/basics.pdf>
- Asociación de Bancos Privados del Ecuador. (2014). *Desafíos y oportunidades de la inclusión financiera en el Ecuador*. Boletín Informativo, Quito. Obtenido de http://www.asobancos.org.ec/ABPE_INFORMA/47_2014.pdf
- Banco Bilbao Vizcaya Argentaria BBVA. (Diciembre de 2015). El modelo de negocio de corresponsales no bancarios. *Situación Banca Diciembre 2015*. Madrid, España. Obtenido de https://www.bbvaesearch.com/wp-content/uploads/2015/12/Situacion-Banca_Dic15_Cap5.pdf
- Banco de Desarrollo de América Latina. (2013). Banca corresponsal e inclusión financiera. *Tecnologías para la inclusión financiera*, 24.
- Banco del Pacífico. (s.f.). *Tu Banco Banco Aquí*. Recuperado el Noviembre de 2017, de <https://www.bancodelpacifico.com/servicio-al-cliente/servicios-bancarios/tu-banco-banco-aqui.aspx>
- Banco Guayaquil. (s.f.). *Banco del Barrio*. Recuperado el Noviembre de 2017, de <https://www.bancoguayaquil.com/Personas/Canales-de-Atencion/Banco-del-Barrio>
- Banco Pichincha. (Septiembre de 2015). *Pichincha Mi Vecino*. Recuperado el Febrero de 2018, de <https://www.pichincha.com/portal/Canales-de-Atencion/Pichincha-Mi-Vecino>
- Bernal Torres, C. (2010). *Metodología de la Investigación* (Tercera ed.). (O. F. Palma, Ed.) Bogotá, Colombia: Pearson Educación de Colombia Ltda. doi:978-958-699-129-2
- Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos (CEMLA). (2014). *Papel de los corresponsales en la prestación de servicios financieros y de remesas en América Latina: Resultados de una encuesta*. Informe de Encuesta, Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos (CEMLA). Obtenido de http://siteresources.worldbank.org/EXTFINANCIALSECTOR/Resources/282884-1395348372931/Day1_0445_Cervantes.pdf
- CEPAL. Comisión Económica de las Naciones Unidas para América Latina y el Caribe. (14 de Mayo de 2010). *Lineamientos Metodológicos para la construcción de indicadores de desempeño*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, Área de Políticas Presupuestarias y Gestión Pública. Montevideo: CEPAL.
- Cepeda Cobos, J. P. (2014). *Impacto de los corresponsales no bancarios (Banco del Barrio-Guayaquil; Mi Vecino-Pichincha; Tu Banco Aquí-Pacífico, etc.) en el índice de bancarización del Ecuador: 2008-2013*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Económicas. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/7004>

- Comisión Nacional Bancaria y de Valores. (2011). *Informe Anual 2011*. Informe Anual, México. Obtenido de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/269798/Informe_Anual_2011.pdf
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores. (2013). *Informe Anual 2013*. Informe Anual, Comisión Nacional Bancaria y de Valores CNBV, México. Obtenido de <http://www.cnbv.gob.mx/TRANSPARENCIA/Documents/Informe%20Anual%202013.pdf>
- Ekos Negocios. (Abril de 2014). BANCO DE GUAYAQUIL: la responsabilidad es la clave que fortalece la relación de los grupos de interés. (R. Dueñas Noboa, M. Morillo Wellenius, S. Chávez Tamayo, & S. Gonzalez Vega, Edits.) *EKOS NEGOCIOS*(240), 74-75.
- El Telégrafo. (29 de Marzo de 2017). En 2016 los corresponsales no bancarios movieron \$ 13,3 millones. *el telégrafo*, pág. 1. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/en-2016-los-corresponsales-no-bancarios-movieron-usd-13-3-millones>
- Espinoza Vega, J. (2016). *Factores que inciden en las personas al no usar corresponsales no bancarios en las parroquias RUMIPAMBA, JIPIJAPA e IÑAQUITO de la ciudad de QUITO AÑO 2016*. Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/15830>
- Fracisa. (2010). *Metodología de la investigación*. Bogota: Pearson.
- Galindo Martín, M. (Enero de 2011). CRECIMIENTO ECONÓMICO. *Revista ICE Información Comercial Española*(858), 40-56. Obtenido de http://www.revistasice.com/cachepdf/ice_858_39-56__8c514da83ede4e6bb9ea8213b6e44e4e.pdf
- Gobat, J. (2012). ¿Qué es un banco? *Finanzas y Desarrollo*, 49(1), 38-39. Obtenido de <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2012/03/pdf/basics.pdf>
- Guerra Palacios, D. (2015). *Plan de marketing para los corresponsales no bancarios del Banco Pichincha en el Distrito Metropolitano de Quito*. Master Thesis , Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Quito. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/9943>
- Hernández Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). México DF: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES. Obtenido de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Lee, C. (2011). *Modelos de Negocio para la Inclusión Financiera: Corresponsales Bancarios en América Latina*. Análisis e Investigación, Comisión Nacional Bancaria y de Valores, México D.F. Obtenido de <http://www.cnbv.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Documents/Modelos%20de%20Negocio%20para%20la%20IF/3%20Corresponsales%20Bancarios%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina.pdf>
- López Mas, J., & Condori Luna, P. (2014). CONFORMACIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS BANCOS - EMPRESA Y SU IMPACTO PARA UN SISTEMA FINANCIERO INCLUSIVO. *Revista de Investigación UNMSM*, 12(23), 67-79. Obtenido de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/8914/7741>

- Marulanda Consultores Ltda. (2013). *Incentivos para la Apertura de Corresponsales No Bancarios de la Banca de las Oportunidades en Colombia*. Informe Institucional, The Consultative Group to Assist the Poor CGAP, Colombia. Obtenido de https://www.cgap.org/sites/default/files/colombia_agent_subsidy_program_spanish.pdf
- Marulanda, B., Paredes, M., & Fajury, L. (2014). *Acceso a servicios financieros en Colombia: retos para el siguiente cuatienio*. Colombia. Obtenido de <https://www.caf.com/media/3786/Bancarizaci%C3%B3n.pdf>
- Mélandrez Cabrera, B. (2016). *CORRESPONSALES NO BANCARIOS MÓVILES PARA LA AMPLIACIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS E INCLUSION FINANCIERA EN EL ECUADOR*. Escuela Superior Politecnica del Litoral. Guayaquil: Escuela Superior Politecnica del Litoral. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/39170>
- Mélandrez Cabrera, B. O. (2016). *Corresponsales no bancarios moviles para la ampliación de servicios financieros e inclusión financiera en el Ecuador*. Master Thesis, Escuela Politecnica, Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación, Guayaquil. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/39170>
- Méndez Prado, M. (2008). El inicio de los CNB en el Ecuador. *Gestión*(169), 44-47. Obtenido de http://www.espol.edu.ec/mail/ciec/gestion-mariela_mendez_4.pdf
- Méndez Prado, M. (2008). Los corresponsales no bancarios disminuyen los costos. *Gestión*(165), 30-31. Obtenido de <http://www.espol.edu.ec/mail/ciec/gestion-mariela-mendez1.pdf>
- Mocayo Quezada, L. E. (2013). *PROPUESTA DE BANCARIZACIÓN A TRAVÉS DE LA INCLUSIÓN DE CORRESPONSALES NO BANCARIOS*. bachelorThesis, Universidad Espiritu Santo, Samborondón . Obtenido de <http://repositorio.uees.edu.ec/123456789/1220>
- Molina, A. (2014). Desafíos y oportunidades de la inclusión financiera en el Ecuador. (A. d. ecuador, Entrevistador) Obtenido de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.asobancos.org.ec/ABPE_INFORMA/47_2014.pdf
- Moreno Orjuela, J. A. (2017). *Corresponsales bancarios como socio estrategico del sector financiero y facilitador en el aumento de niveles de bancarizacion*. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10654/16252>
- Organization of Amercian States. (s.f.). *Foreign Trade Information System SICE*. Obtenido de http://www.sice.oas.org/TPCStudies/USCAFTACHl_s/ChiUSA_S/TLC_EEUU_12_Servicios_financieros.pdf
- Ortega Espinoza, P. F., & Suárez Rojas, P. A. (2012). *Preferencias en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones del Sistema Financiero Regulado Ecuatoriano año 2011, plaza Santa. Elena*. bachelorThesis, Universidad Técnica Particular de Loja, Area Administrativa , Santa Elena. Obtenido de <http://dspace.utpl.edu.ec/handle/123456789/3279>
- Peña, P., & Vázquez, A. (2012). EL IMPACTO DE LOS CORRESPONSALES BANCARIOS EN LA INCLUSIÓN FINANCIERA: UNA PRIMERA EVALUACIÓN. *1*, 195-215. México: Comisión Nacional Bancaria y de Valores. Obtenido de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/71399/21_2012_Impacto_de_los_corresponsales_bancarios_en_la_inclusi_n_financiera.pdf

- Peña, P., & Vázquez, A. (2012). EL IMPACTO DE LOS CORRESPONSALES BANCARIOS EN LA INCLUSIÓN FINANCIERA: UNA PRIMERA EVALUACIÓN. *1*, 195-216. Mexico. Obtenido de http://www.cnbv.gob.mx/CNBV/Estudios-de-la-CNBV/Estudios%20de%20investigacion/Estudios_Econ%C3%B3micos_Vol%201.pdf#page=198
- Prados de la Escosura, L. (2006). El crecimiento a largo plazo: Una perspectiva histórica. *I Congreso Internacional sobre Desarrollo Humano MADRID 2006*, (pág. 11). Madrid. Obtenido de <http://www.reduniversitaria.es/ficheros/Leandro%20Prados.pdf>
- Rivera, M., Huilca Pérez, S., & Jiménez Jaramillo, C. (2016). "*Los Corresponsales no Bancarios (Banco del Barrio y Mi Vecino) y su incidencia en la Inclusión Financiera en el sector de pequeños comercios de la ciudad de Riobamba.*" Año 2015. Universidad Nacional de Chimborazo, Facultad Ciencias Políticas. Riobamba: Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo, 2016. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/2036>
- Rivera, M., Huilca, S., & Jiménez Cesar. (2015). *Los Corresponsales no Bancarios (Banco del Barrio y Mi Vecino) y su incidencia en la Inclusión Financiera en el sector de pequeños comercios de la ciudad de Riobamba.*" Año 2015. UNACH, Facultad Ciencias Políticas. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo, 2016. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/2036>
- Rodriguez, B. &. (2010). *Metodología de la investigacion*. Bogota: Pearson.
- Rojas, L. (Junio de 2006). *El Acceso a los Servicios Bancarios en América Latina: Identificación de Obstáculos y Recomendaciones*. Center for Global Development. Obtenido de https://www.cgdev.org/doc/experts/Serv_Bancarios_AL.pdf
- Superintendencia de Bancos y Seguros. (30 de Junio de 2008). RESOLUCION No JB-2008-1150. *Normas generales para la aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema*. Guayaquil, Ecuador.
- Tarazi, M., & Breloff, P. (Marzo de 2011). Reglamentación de los agentes bancarios. *Enfoques*(68), 24. Obtenido de https://www.cgap.org/sites/default/files/CGAP-Focus-Note-Regulating-Banking-Agents-Mar-2011-Spanish_0.pdf

Referencias

- Asociación de Bancos Privados del Ecuador. (2014). *Desafíos y oportunidades de la inclusión financiera en el Ecuador*. Boletín Informativo, Quito. Obtenido de http://www.asobancos.org.ec/ABPE_INFORMA/47_2014.pdf
- Ariza, A. M. P. (2006). Ampliación del acceso a los servicios financieros mediante corresponsales no bancarios: la experiencia de Brasil y Perú (No. 001971). ASOBANCARIA.
- Asmundson, I. (2011). ¿Qué son los servicios financieros? *Finanzas & Desarrollo*, 48(1), 46-7. Obtenido de <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2011/03/pdf/basics.pdf>
- Banco de Desarrollo de América Latina. (2013). Banca corresponsal e inclusión financiera. *Tecnologías para la inclusión financiera*, 24.
- Cano, C. G., Esguerra, M. D., García, N., Rueda, L., & Velasco, A. (2014). Inclusión financiera en Colombia. Recuperado de: http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/eventos/archivos/sem_357.pdf.
- Cepeda Cobos, J. P. (2014). *Impacto de los corresponsales no bancarios (Banco del Barrio-Guayaquil; Mi Vecino-Pichincha; Tu Banco Aquí-Pacífico, etc.) en el índice de bancarización del Ecuador: 2008-2013*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Económicas. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/7004>
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores. (2013). *Informe Anual 2013*. Informe Anual, Comisión Nacional Bancaria y de Valores CNBV, México. Obtenido de <http://www.cnbv.gob.mx/TRANSPARENCIA/Documents/Informe%20Anual%202013.pdf>
- Cull, R., Ehrbeck, T., & Holle, N. (2014). La inclusión financiera y el desarrollo: pruebas recientes de su impacto. *Enfoques*, 92.
- El Telégrafo. (29 de Marzo de 2017). En 2016 los corresponsales no bancarios movieron \$ 13,3 millones. *el telégrafo*, pág. 1. Obtenido de <http://www.eltelgrafo.com.ec/noticias/economia/8/en-2016-los-corresponsales-no-bancarios-movieron-usd-13-3-millones>
- Espinoza Vega, J. (2016). *Factores que inciden en las personas al no usar corresponsales no bancarios en las parroquias RUMIPAMBA, JIPIJAPA e IÑAQUITO de la ciudad de QUITO AÑO 2016*. Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/15830>
- Garrido Noguera, C., García Muñoz, G., & Morales Guerrero, R. (2011). Los esquemas de corresponsalía bancaria en México: ¿solución al problema de acceso a servicios financieros?. *Análisis Económico*, 26(61).
- Gobat, J. (2012). ¿Qué es un banco? *Finanzas y Desarrollo*, 49(1), 38-39. Obtenido de <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2012/03/pdf/basics.pdf>

- Guerra Palacios, D. (2015). *Plan de marketing para los corresponsales no bancarios del Banco Pichincha en el Distrito Metropolitano de Quito*. Master Thesis , Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Quito. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/9943>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). México DF: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES. Obtenido de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Malhotra, N. K. (2004). *Investigación de mercados: un enfoque aplicado*. Pearson educación.
- Mélandrez Cabrera, B. (2016). *CORRESPONSALES NO BANCARIOS MÓVILES PARA LA AMPLIACIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS E INCLUSIÓN FINANCIERA EN EL ECUADOR*. Escuela Superior Politécnica del Litoral. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/39170>
- Méndez Prado, M. (2008). El inicio de los CNB en el Ecuador. *Gestión*(169), 44-47. Obtenido de http://www.espol.edu.ec/mail/ciec/gestion-mariela_mendez_4.pdf
- Molina, A. (2014). Desafíos y oportunidades de la inclusión financiera en el Ecuador. (A. d. ecuador, Entrevistador) Obtenido de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.asobancos.org.ec/ABPE_INFORMA/47_2014.pdf
- Moreno Orjuela, J. A. (2017). *Corresponsales bancarios como socio estrategico del sector financiero y facilitador en el aumento de niveles de bancarización*. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10654/16252>
- Peña, P., & Vázquez, A. (2012). El impacto de los corresponsales bancarios en la inclusión financiera: una primera evaluación. *I*, 195-216. Mexico. Obtenido de http://www.cnbv.gob.mx/CNBV/Estudios-de-la-CNBV/Estudios%20de%20investigacion/Estudios_Econ%C3%B3micos_Vol%201.pdf#page=198
- Prados de la Escosura, L. (2006). El crecimiento a largo plazo: Una perspectiva histórica. *I Congreso Internacional sobre Desarrollo Humano MADRID 2006*, (pág. 11). Madrid. Obtenido de <http://www.reduniversitaria.es/ficheros/Leandro%20Prados.pdf>
- Rivera, M., Huilca, S., & Jiménez Cesar. (2015). *Los Corresponsales no Bancarios (Banco del Barrio y Mi Vecino) y su incidencia en la Inclusión Financiera en el sector de pequeños comercios de la ciudad de Riobamba.* Año 2015. UNACH, Facultad Ciencias Políticas. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo, 2016. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/2036>

Rojas, L. (Junio de 2006). *El Acceso a los Servicios Bancarios en América Latina: Identificación de Obstáculos y Recomendaciones*. Center for Global Development. Obtenido de https://www.cgdev.org/doc/experts/Serv_Bancarios_AL.pdf

Sánchez, J. C. (2012). *Los métodos de investigación*. Ediciones Díaz de Santos.

Tafur Salden, C. (2009). Bancarización: una aproximación al caso colombiano a la luz de América Latina. *Estudios Gerenciales*, 25(110), 13-37.



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Edgar Andrés Novillo Amador**, con C.C: # **0919421958** autor del trabajo de titulación: **Análisis de la evolución de los corresponsales no bancarios y el efecto sobre su desempeño comercial** previo a la obtención del título de **Ingeniero En Comercio Y Finanzas Internacionales Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 19 de Febrero de 2018

f. _____

Nombre: **EDGAR ANDRÉS NOVILLO AMADOR**

C.C: **0919421958**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TEMA Y SUBTEMA:	Análisis de la evolución de los corresponsales no bancarios y el efecto sobre su desempeño comercial		
AUTOR(ES)	Edgar Andrés Novillo Amador		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	David Coello Cazar		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad De Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Comercio Y Finanzas Internacionales		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Comercio Y Finanzas Internacionales Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	19 de Febrero de 2018	No. DE PÁGINAS:	60
ÁREAS TEMÁTICAS:	Privado, Estado de la Banca, Economía Nacional		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	<i>Corresponsal No Bancario, Inclusión Financiera, Desempeño Comercial, Bancarización, Afluencia de cliente, Negocio, Banco del Barrio, Superintendencia de Bancos y Seguros</i>		
RESUMEN/ABSTRACT: El presente trabajo de titulación, tiene como objetivo analizar la evolución de los corresponsales no bancarios y el efecto en su desempeño comercial de la ciudad de Guayaquil. El sistema de Corresponsales No Bancarios, desde su implementación en el país por parte de las diferentes bancas privadas como lo son Banco Guayaquil, Banco del Pacifico y Banco Pichincha con sus proyectos: Banco del Barrio, Tu Banco Aquí y Mi Vecino respectivamente, han permitido a la banca privada disminuir los costos que se generaban por el mantenimiento un mayor número de agencias bancarias para cubrir la demanda de los usuarios que hacen uso de los distintos servicios financieros que estas entidades ofrecen. En este trabajo, se ha empleado el método Hipotético-Deductivo mediante el planteamiento de hipótesis, las cuales a medida que se desarrolla el trabajo serán refutadas o aprobadas. Así mismo la investigación llevada a cabo fue exploratoria mediante la toma de muestras de información de administradores de corresponsales no bancarios dentro de la ciudad de Guayaquil haciendo uso de instrumentos como cuestionario de preguntas para las encuestas y entrevista realizada a los administradores de estos CNB. Los resultados obtenidos de este estudio demuestran que el desempeño comercial de los usuarios que se han acogido a los proyectos de CNB implementados por la banca privada, se ha visto afectado positivamente ya que los corresponsales afirman tener un incremento de ventas y de afluencia de clientes, desde dicha implementación			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO AUTOR/ES:	CON	Teléfono: +593992067541	E-mail: edgar.novillo@hotmail.es
CONTACTO INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):::	CON LA INSTITUCIÓN DEL	Nombre: David Coello Cazar	
		Teléfono: +5939878784512	
		E-mail: david.coello@cu.ucsg.edu.ec	
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			