



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TEMA:

**ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DE LOS CANALES DE LOS SERVICIOS
FINANCIEROS EN EL COMPORTAMIENTO DE LA BANCARIZACION EN
ECUADOR. PERIODO 2014 - 2018.**

AUTORA:

Ing. Stephania Carolina Solórzano Miranda

Previo a la obtención del grado Académico de:

MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TUTOR:

Econ. Jorge Luis Delgado Salazar

Guayaquil, Ecuador

2020



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Ingeniera, Stephania Carolina Solórzano Miranda como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas.

DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Econ. Jorge Luis Delgado Salazar

REVISOR

Econ. Felipe David Álvarez Ordóñez

DIRECTORA DEL PROGRAMA

Econ. María del Carmen Lapo Maza, Ph.D.

Guayaquil, a los 26 días del mes de noviembre del año 2020



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Ing. **Stephania Carolina Solórzano Miranda**

DECLARO QUE:

El Proyecto de Investigación **ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DE LOS CANALES DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS EN EL COMPORTAMIENTO DE LA BANCARIZACIÓN EN ECUADOR. PERIODO 2014 - 2018.** previa a la obtención del **Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas**, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de investigación del Grado Académico en mención.

Guayaquil, a los 26 días del mes de noviembre del año 2020

LA AUTORA

Ing. Stephania Carolina Solórzano Miranda



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Ing. Stephania Carolina Solórzano Miranda**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del **Proyecto de Investigación de la Maestría en Administración de Empresas** titulada: **ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DE LOS CANALES DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS EN EL COMPORTAMIENTO DE LA BANCARIZACIÓN EN ECUADOR. PERIODO 2014 - 2018**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 26 días del mes de noviembre del año 2020

AUTORA:

Ing. Stephania Carolina Solórzano Miranda



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

INFORME URKUND

URKUND	
Documento	Solorzano Miranda Stephania 09-11-2020.docx (D84547851)
Presentado	2020-11-09 17:35 (-05:00)
Presentado por	stefy2892@gmail.com
Recibido	maria.lapo.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje	Tesis_ Stephania Solórzano Miranda Mostrar el mensaje completo
	2% de estas 44 páginas, se componen de texto presente en 7 fuentes.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a las personas que presenciaron y se involucraron en el desarrollo de mi proyecto de tesis; en primer lugar, a Dios por su voluntad y bendición, a mi familia por el sostén que me brindaron siempre; amigas y amigos, colegas que me brindaron su apoyo durante la carrera y vivieron conmigo la experiencia de realizar mi proyecto, a mi tutor Jorge Luis Delgado Salazar y revisor Felipe Álvarez Ordóñez, quienes con sus correcciones y tiempo me permitieron alcanzar los niveles de excelencia requeridos en una tesis de maestría. Agradezco también, a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, que me formo profesionalmente y reafirmó mis valores éticos y morales.

STEPHANIA CAROLINA SOLÓRZANO MIRANDA

DEDICATORIA

Dedicado a Dios por permitirme realizar todo lo que me propongo cada día, a mis padres, hermana y sobrinos quienes han estado de una u otra manera presente en cada uno de mis logros y metas.

Dedico este trabajo especialmente a mi mamá, quien ha estado 28 años enfocando mi camino en la dirección correcta, inculcando los valores y principios para formar la mujer que soy actualmente.

STEPHANIA CAROLINA SOLÓRZANO MIRANDA

ÍNDICE DE CONTENIDO

Introducción	1
Antecedentes	4
Planteamiento de la investigación	5
Formulación del problema.....	9
Justificación.....	9
Preguntas de investigación	10
Objetivos de investigación.....	11
Objetivo general.....	11
Objetivos específicos	11
Hipótesis	11
Capítulo I	12
Marco teórico - conceptual	12
Teorías económicas	12
Teoría de la función de consumo: Friedman	13
Teorías de la inversión.....	15
Principio de aceleración.....	17
Teoría de inversión de Fisher	18
Teorías de la bancarización	19
Sistema financiero	20
Componentes del mercado financiero.....	22
Servicios financieros.....	22
Canales financieros.....	24
Banco	25
Tipos de bancos.....	26
Capítulo II	28
Marco referencial	28
Sistema financiero	28
Obstáculos que dificultan la bancarización	29
La evolución del sector bancario en el Ecuador.	30

Índice de Bancarización en Ecuador.....	32
Inclusión Financiera: Obstaculizadores, Promotores y Facilitadores.....	33
Desglose de Depósitos por Entidad.....	34
Resumen de Cobertura Banca Privada Nacional.....	35
Los canales de servicios para la bancarización.....	38
Estudios empíricos.....	39
Capítulo III	43
Diseño metodológico	43
Enfoque de la investigación.....	43
Tipo de estudio	43
Correlacional.....	44
Analítico.....	44
Explicativo	44
Modelo econométrico	44
Pruebas post estimación.....	45
Técnicas de recopilación de información	46
Variables de la investigación.....	47
Operacionalización de las variables.....	47
Análisis de los resultados	49
Evolución de la bancarización	49
Canales financieros	54
Canales financieros por institución financiera.....	58
Uso de canales financieros.....	63
Relación Bancarización frente a los canales financieros	64
Pruebas de diagnostico.....	65
<i>Autocorrelación</i>	65
<i>Heterocedasticidad</i>	66
<i>Normalidad de los errores</i>	67
<i>Multicolinealidad</i>	67
Resumen y discusión de los resultados.....	67
Capítulo IV	70
Propuesta	70

Tema	70
Introducción.....	70
Objetivo	71
Justificación.....	71
Estrategia por realizar	72
Estrategia de testimonio.....	72
Estrategia de información	74
Estrategia online (redes sociales).....	76
Estrategia de posicionamiento	78
Acciones y Beneficios del quiosco.....	79
Conclusiones	84
Recomendaciones	86
Bibliografía	87
Apéndice	93
Base de datos	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las variables	47
Tabla 2 Uso de canales financieros	63
Tabla 3 Modelo econométrico.....	64
Tabla 4 Pruebas de diagnóstico (Autocorrelación)	65
Tabla 5 Modelo econométrico corregido por el método Newey West.....	66
Tabla 6 Pruebas de diagnóstico (heterocedasticidad).....	67
Tabla 7 Pruebas de diagnóstico (normalidad de errores)	67
Tabla 8 Pruebas de diagnóstico (Multicolinealidad).....	67
Tabla 9 Estrategia de testimonio	73
Tabla 10 Estrategia de información.....	75
Tabla 11 Estrategia online.....	77
Tabla 12 Estrategia de posicionamiento.....	79
Tabla 13 Cronograma.....	82
Tabla 14 Presupuesto	83

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ingresos por canales en la banca.....	7
Figura 2. Evolutivo de Índice de Bancarización.	32
Figura 3. No. Persona Natural - Titulares de Tarjetas de Crédito por Provincia y Cuota %.	33
Figura 4. Inclusión Financiera Mecanismos que lo Promueven u obstaculizan.	34
Figura 5. Desglose del Número de Cuentas por Banco.....	35
Figura 6. Desglose del Número de Clientes por Banco.	35
Figura 7. Números de canales o puntos de atención por Entidad al 31 de diciembre de 2017.	36
Figura 8. Resumen de Cobertura Banca Pública.....	37
Figura 9. Cuentas aperturadas.	49
Figura 10. Cuentas aperturadas Banco Pichincha.	50
Figura 11. Cuentas aperturadas Banco Guayaquil.	51
Figura 12. Cuentas aperturadas Banco Pacifico.	52
Figura 13. Cuentas aperturadas Banco Produbanco.	52
Figura 14. Cuentas aperturadas Banco Bolivariano.	53
Figura 15. Cuentas aperturadas Banco Internacional.	54
Figura 16. Cajeros automáticos.	54
Figura 17. Banca telefónica.	55
Figura 18. Banca móvil.	56
Figura 19. Banca en línea.	57
Figura 20. Total de transacciones.	58
Figura 21. Canales financieros, Banco Pichincha.	59
Figura 22. Canales financieros, Banco Guayaquil.	60
Figura 23. Canales financieros, Banco Pacifico.	61
Figura 24. Canales financieros, Banco Pacifico.	61
Figura 25. Canales financieros, Banco Bolivariano.	62
Figura 26. Canales financieros, Banco Internacional.	63
Figura 27. Gráfico de residuos.	65
Figura 28. Gráfico de valores predichos.	66
Figura 29. Estrategia de testimonio.	73

Figura 30. Estrategia de información.	74
Figura 31. Estrategia online.	76
Figura 32. Estrategia de posicionamiento #1	78
Figura 33. Terminal autoservicio quiosco.	80

RESUMEN

Existe la necesidad de analizar factores que faciliten el entendimiento del uso que le dan las personas a la banca electrónica y así poder sacar conclusiones para futuras - estrategias, con el fin de conseguir que las personas tengan la oportunidad de acceder a los servicios bancarios por su cuenta, en cualquier lugar y a cualquier hora, a través de las diferentes plataformas bancarias. En este sentido, el objetivo del presente trabajo de investigación fue analizar la incidencia de los canales de los servicios financieros en el crecimiento de la bancarización en Ecuador en el periodo 2014-2018. Para ello se obtuvieron los siguientes resultados: se determina que existe un amplio conjunto de conocimiento que brindan bases sólidas entorno a la bancarización, mencionando varias teorías que resultan relevantes para poder abordar el tema planteado en el presente trabajo investigativo. Basados en la evaluación de la incidencia que presentan los canales electrónicos en relación al incremento de la bancarización, determina bajo la aplicación de un modelo econométrico que los coeficientes de los aspectos evaluados arrojaron un resultado negativo, en relación a los cajeros automáticos, se determinó que la tasa de bancarización ha disminuido en 0.36%, por otro lado con respecto a los canales basados en el internet, se estipula un decrecimiento del 0.39%, adicionalmente el aspecto de servicios en oficina presento valores negativos, pero a su vez estos no fueron significativos.

Palabras clave: Bancarización, servicios financieros, sistema financiero

ABSTRACT

There is a need to analyze factors that facilitate the understanding of the use that people give to electronic banking and thus be able to draw conclusions for future strategies, in order to give people the opportunity to access banking services on their own. , anywhere and anytime, through the different banking platforms. In this sense, the objective of this research work was to analyze the incidence of financial services channels in the growth of bank penetration in Ecuador in the 2014-2018 period. For this, the following results were obtained: it was determined that there is a wide set of knowledge that provides solid foundations regarding banking, mentioning several theories that are relevant to address the issue raised in this research paper. Based on the evaluation of the incidence presented by electronic channels in relation to the increase in bank penetration, determined under the application of an economic model that the coefficients of the aspects evaluated yielded a negative result, in relation to ATMs, it was determined that the banking rate has decreased by 0.36%, on the other hand with respect to the specific channels on the internet, a decrease of 0.39% is stipulated, additionally the aspect of services in the office of negative values, but in turn these do not were recent.

Keywords: Banking, financial services, financial system

Introducción

La bancarización se refiere a pactar relaciones estables y amplias entre las instituciones financieras y sus usuarios, respecto de un conjunto de servicios financieros disponibles. Además, es el nivel de utilización que una población dentro de una economía hace de productos y servicios bancarios.

En el ámbito de la economía, el nivel de bancarización indica la incidencia que la red bancaria tiene en la economía e indica además el grado de progreso del sistema financiero de un país. De esta forma, con este término se refiere a la intensidad de uso del sistema financiero por parte de la población general de un territorio, y el grado de penetración de las instituciones financieras en la economía y desarrollo de un país. El nivel de bancarización ha ido creciendo altamente durante el último siglo, hasta completar servicios cotidianos y acceso online a las instituciones financieras, y poder realizar operaciones de forma instantánea en cualquier lugar físico o no.

El crecimiento sirve, entre otras cosas para analizar desarrollo de los sistemas financieros de un país, medir el grado de desarrollo humano y calificar a la economía de un territorio. Además, refleja en buena parte la cultura financiera de los ciudadanos y permite establecer estrategias para relacionarse en los mercados y medios de pago.

Para la economía del país es muy importante realizar la actualización de información sobre la realidad de la bancarización para la inclusión financiera en el país. Tener las cifras permitirá continuar con el trabajo, siendo las entidades u organismos de control las encargadas de realizar los puntos más sensitivos en esta materia para obtener mejores resultados. La bancarización no solo beneficia al cliente que usa un producto, sino a las empresas también.

En base a lo anteriormente expuesto, el objetivo del presente trabajo busca analizar la incidencia de los canales de los servicios financieros en el crecimiento de la bancarización en Ecuador en el periodo 2014-2018, con el fin de promocionar el uso de dichos canales, mediante una campaña estratégica de comunicación. El desarrollo del tema de investigación se estructura de la siguiente manera:

- En el planteamiento del problema de investigación donde se resalta el porque es importante analizar la bancarización en el Ecuador y su relación con los canales de servicio financieros, del mismo se modo se plantean los objetivos de investigación y también se plantea la hipótesis de estudio
- En el capítulo 1 se analiza las principales teorías asociadas a la bancarización para crearle mayor grado de credibilidad de la investigación; el contenido que será detallado a través de una revisión documental, la cual será netamente acerca del tema del actual de estudio.
- En el capítulo 2 se pretende determinar la relación existente entre los canales de servicios financieros y la bancarización, lo cual se piensa llevar a cabo a través de una correcta revisión de estudios empíricos.
- En el capítulo 3, se presenta la metodología implementada en el presente trabajo donde se discute el alcance, tipo, variables de investigación, así como también las técnicas de recolección de información. Luego de ello, se pretende evaluar la incidencia de los canales electrónicos y físicos en el crecimiento de la bancarización, mediante técnicas estadísticas.

- En el capítulo 4, se pretende diseñar una campaña estratégica de comunicación para la promoción del uso de servicios financieros electrónicos y con ello, generar una mejora significativa en base a la problemática detectada.

Antecedentes

La bancarización ha sido una actividad relevante en el mundo durante bastante tiempo. Sin embargo, solo recientemente ha aumentado la relevancia del acceso a los servicios financieros para permitir una mayor liquidez para las personas y las empresas. Por lo tanto, sus costos e inversión en la productividad nacional.

Según un informe de diciembre de la Superintendencia de Bancos y Seguros (2010), Esmeraldas y Los Ríos son las provincias con las tasas de penetración bancaria más bajas (menos del 10%) en el país. Las provincias con una bancarización entre el 10-20% son: Manabí, Zamora Chinchipe, Cotopaxi y Sucumbíos. Por otro lado, Orellana, Napo, Bolívar, Chimborazo, Tungurahua y Loja ocupan poseen una bancarización entre el 20-30%. Guayas ha registrado una tasa de penetración bancaria del 40% y Pichincha está por encima del 60%. La provincia con el índice más alto del país es Azuay, 65%

Un sistema financiero bien desarrollado es un prerrequisito para el crecimiento económico y alivio de la pobreza, se constituye como puerta abierta para mermar las imperfecciones del mercado, que son restricciones contrarias al interés de los habitantes y hogares de menores ingresos, como lo son; la asimetría de la información que genera (selección adversa y riesgo moral), costos de transacción (exclusión), debilidad institucional, citado en (Guerrero, Espinosa y Focke , 2012, pág. 3)

Planteamiento de la investigación

El objeto de estudio del presente trabajo de investigación se centra en el sistema financiero ecuatoriano con énfasis en la banca pública y privada del Ecuador. En este sentido, el campo de acción es el nivel de bancarización en el Ecuador.

La crisis de los sistemas financieros en los últimos años han sido un factor determinante para crear desconfianza, los depositantes han padecido por muy malas experiencias entre las que podemos mencionar: la congelación de sus depósitos, la limitación en las tasas de interés, los cambios continuos de depósitos en moneda extranjera a depósitos en moneda nacional con tipos de cambio arbitrarios, entre otros; es por ello que los bancos se han visto en la necesidad de transmitir a la población, especialmente a la objetivamente que tenga cuentas bancarias, la idea de que los beneficios que obtendrán al usar los servicios financieros mediante los canales.

Existe la necesidad de analizar factores que faciliten el entendimiento del uso que le dan las personas a la banca electrónica y así poder sacar conclusiones para futuras - estrategias, con el fin de conseguir que las personas tengan la oportunidad de acceder a los servicios bancarios por su cuenta, en cualquier lugar y a cualquier hora, a través de las diferentes plataformas bancarias. El objetivo es que puedan manejar sus finanzas de manera autónoma e independiente.

De acuerdo con Saiden (2009):

La baja bancarización tiene efectos negativos para las economías. No sólo obstaculiza el acceso de la población a los servicios financieros, sino que impide la incorporación de mayor parte de la población a la economía formal, se opone a la mayor generación de ahorro, al aprovechamiento de la información, al mayor flujo de inversiones y limita el acceso de las pymes a la financiación formal (p.18).

Además, la baja penetración bancaria tiene un impacto negativo en la reducción de la pobreza. El aumento del acceso a los servicios financieros aumenta la información de los hogares, según diversos estudios (Saiden, 2009). Desde un punto de vista social, dado que actualmente los clientes o consumidores y la sociedad en su conjunto hacen visibles a las instituciones financieras como organizaciones auxiliares para el sector de las micro y pequeñas empresas, lo que les da la oportunidad de desarrollarse tanto en las instituciones como en los negocios.

La expansión de la economía debido al dinamismo de la demanda interna permite generar flujos significativos de recursos financieros destinados al desarrollo integral de sus recursos humanos y naturales. Es así que, en la parte financiera se centra en los beneficios de los servicios financieros representada como la bancarización y sus consecuencias socioeconómicas.

Existen canales disponibles para que los clientes puedan interactuar y acceder a banca electrónica, de los cuales son: celulares, cajeros automáticos, laptops, entre otros, los clientes aún mantienen cierta desconfianza para transaccionar mediante estos canales. La falta de conocimiento, educación y cultura financiera sobre todo romper paradigmas del pasado con relación a la seguridad en canales electrónicos.

El Banco Central del Ecuador informó que la tasa de crecimiento del uso de los medios de pago digitales durante los últimos cinco años fue del 16%, pero entre 2016 y 2017 aumentó en 30% (Tapia, 2018).

De acuerdo con la figura 1 conforme a los datos proporcionados por Efma and Backbase a Business Intelligence donde señala que, a pesar del aumento de la popularidad de la banca móvil,

Estos canales físicos suponen el 28% de los ingresos del sistema financiero, pero se espera que en el 2020 alcancen el 32%.

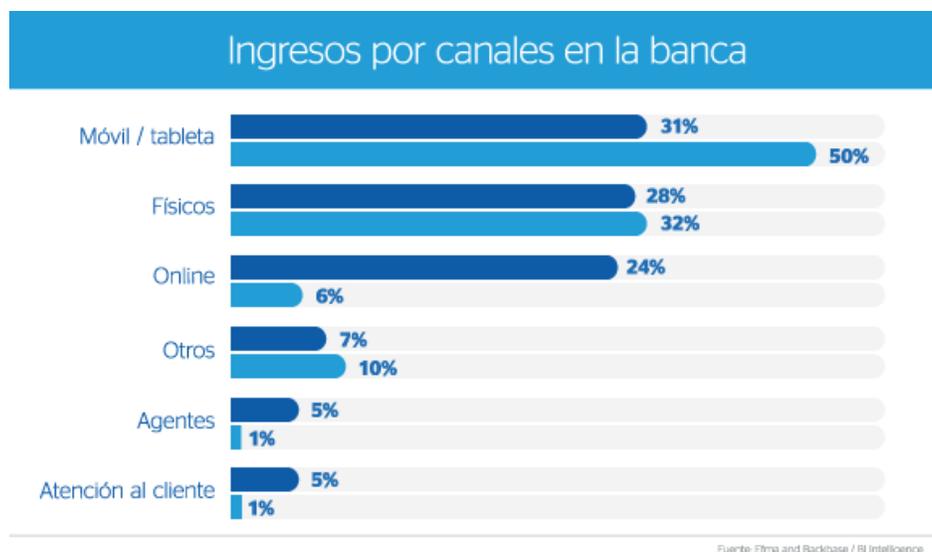


Figura 1. Ingresos por canales en la banca. Tomado de Efma and Backbase/ EI Intelligence

El número de usuarios que acceden a sus cuentas a través de su ordenador se va a reducir drásticamente. Según el estudio, el 24% de los bancos indican que la mayor parte de sus ingresos provienen de los usuarios que se conectan a través del ordenador, la llamada banca online. Sin embargo, los encuestados coinciden en señalar que estos datos bajarán de forma “drástica” en el año 2020, ya que, advierten, solo el 6% de los usuarios accederá a su banco a través de la web (BBVA, 2019).

El desarrollo de los canales físicos, debido al aumento del uso de la banca móvil, es importante continuar desarrollando estos canales para atender las necesidades de sus clientes. De hecho, el 44% de los millennials no se plantea renunciar a tener dinero en efectivo, por lo que se plantea la estrategia de combinar estos canales físicos con la banca móvil.

Entre este tipo de productos híbridos se pueden encontrar los cajeros automáticos que van a funcionar sin tarjeta de crédito, como los que plantea Bank of America, entre otros (BBVA, 2019).

Desde 2016 las instituciones financieras intensificaron la oferta de productos innovadores dirigidos a captar clientes entre 18 y 25 años, mediante las plataformas web o aplicaciones móviles. El proyecto tomó forma en marzo de 2016 y está especialmente dirigido a jóvenes entre 18 y 35 años. “Empezamos a pensar en un cliente que no vaya nunca al banco, que simplemente pueda abrir su relación remotamente”, expuso Ricaurte durante el Foro Telecomunicaciones y TIC. Están comenzando a sacar nuevos productos destinados a segmentos específicos: a los jóvenes, conocidos como ‘millennials’, también finanzas verdes, para mujeres, emprendedores”, destacó (El Telégrafo, 2017).

En el 2012, a un 21,4% de la población se la consideraba analfabeta digital, es decir que no tenía un celular activado, no había usado computadora ni Internet en el último año. Pero para el 2016 la cifra se redujo a 11%, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (Tapia, 2018).

Julio José Prado, presidente de la Asobanca, señaló que la intención fue crear un sistema que permita dar más transparencia desde la banca. “Queremos convertirnos en el ‘hub’ (concentrador) de la información financiera de Ecuador” (El Telégrafo, 2017).

La banca nacional en cuanto a la oferta de productos y servicios respondió que en los últimos años el sistema bancario volvió a enfocarse en temas de innovación, después de dedicarse a recuperar la confianza de la ciudadanía -a propósito de la crisis de 1999 (El Telégrafo, 2017).

A pesar de que la banca oferta servicios financieros electrónicos con el propósito de agilizar los diversos procesos, los usuarios se reúsan a la utilización de estos, bajo la presentación de criterios variados en contra de estos sistemas. Por lo tanto, se considera necesario el diseño de una campaña estratégica de comunicación orientada al uso de servicios financieros, con la

objetividad que los usuarios descarten el temor de su uso, generando mayor confianza y que estos puedan disfrutar de los diversos beneficios que estos servicios ofertan.

Se disponen de algunas formas de medir el comportamiento de la bancarización, según la Federación Latinoamericana de Bancos, ya sea por medio de indicadores detallados de cobertura geográfica y número de usuarios, o por medio de variables macroeconómicas agregadas que demuestren el desempeño de los principales activos y pasivos de las instituciones financieras (Villacrés Maurad, 2015).

Reflejan la cantidad de cuentas y tarjetas magnéticas (de débito y crédito) son indicadores de acceso a los servicios bancarios, también se miden por la cantidad de oficinas y sucursales. Como indicadores alternativos tenemos a las nuevas tecnologías como la banca por internet, los terminales de punto de venta, los bancos del barrio, la banca telefónica y celular (Villacrés Maurad, 2015).

Según Macas y Chuquirima (2012) una de las maneras de medir el nivel de bancarización es con indicadores detallados como son: la relación Crédito/Producto Interno Bruto, la relación Depósitos/ Producto Interno Bruto, que buscan cuantificar el tamaño relativo del crédito bancario con respecto al tamaño de la economía.

Formulación del problema

¿Cuál es la incidencia que presentan los canales físicos y electrónicos de los servicios financieros en el crecimiento de la bancarización en el Ecuador?

Justificación

El presente trabajo se justifica principalmente porque es de interés público el como la bancarización en una economía aporta a su desarrollo. En este sentido, se espera que a medida

que se presentan más canales financieros se espera un incremento de los niveles de bancarización, dando un mayor dinamismo en la economía ecuatoriana.

En base a lo anteriormente mencionado, se debe tomar en cuenta de que la bancarización es muy importante en aquellos grupos de escasos recursos económicos ya que para realizar operaciones de pagos (teléfono, agua, etc.), exigen el uso de tiempos de las personas que realizan esos trámites. Esos costos de transacción son con normalidad altos, especialmente para las personas que viven a distancia de los centros de actividad económica y financiera en una gran ciudad (Quito, Guayaquil, Cuenca, etc.).

El presente trabajo de investigación se justifica de forma académica puesto que existe un vacío en la literatura ecuatoriana sobre el aporte que pueden brindar los canales financieros a los niveles de bancarización del país. Puesto que los resultados que se obtengan derivados del presente estudio servirá como fuente de información para el sistema financiero en pro de aumentar los canales financieros.

Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son los fundamentos teóricos relevantes en relación con los servicios financieros en el crecimiento de la bancarización?
- ¿Cómo han evolucionado los canales financieros y la bancarización durante el periodo 2014 al 2018?
- ¿Cuál es la incidencia que generan los canales físicos y electrónicos en el crecimiento de la bancarización?
- ¿Cómo beneficiaría una campaña estratégica de comunicación que promocióne el uso de servicios financieros?

Objetivos de investigación

Objetivo general

Analizar la incidencia de los canales de los servicios financieros en el crecimiento de la bancarización en Ecuador en el periodo 2014-2018, con el fin de promocionar el uso de dichos canales, mediante una campaña estratégica de comunicación.

Objetivos específicos

- Analizar fundamentos teóricos referentes a los servicios financieros y el crecimiento de la bancarización.
- Determinar la evolución de los canales financieros y la bancarización durante el periodo 2014 al 2018
- Evaluar la incidencia de los canales electrónicos y físicos en el crecimiento de la bancarización, mediante técnicas estadísticas.
- Diseñar la campaña estratégica de comunicación para la promoción del uso de servicios financieros electrónicos.

Hipótesis

Los canales electrónicos tienen un mayor impacto en el crecimiento de la bancarización que los canales físicos.

Capítulo I

Marco teórico - conceptual

Teorías económicas

Los bancos se inventaron antes que el dinero. Sí, así lo documenta la historia, que remonta sus orígenes a la antigua Mesopotamia, donde desde el año 2000 antes de Cristo los comerciantes prestaban granos a los agricultores y mercaderes de Fenicia, Asiria y Babilonia. Las semillas y especias o el ganado servían como moneda de trueque, pero luego se impusieron el oro, la plata y el cobre como medios de pago.

Ya luego en Grecia y en el Imperio Romano se constituyeron los bancos públicos, que eran administrados por funcionarios que además de otorgar préstamos, aceptaban depósitos, órdenes de pago, cambiaban dinero y se lucraban por ello. El origen de la evolución de los bancos hacia la modernidad se ubica en Europa, específicamente en Italia, España, Inglaterra y otros países (Tejeda, 2018).

Para los neoclásicos el ahorro depende positivamente del tipo de interés, que era el que conseguía equilibrar el ahorro y la inversión. Esto se cumple porque el dinero era únicamente un medio de cambio. La decisión de ahorro-consumo depende del tipo de interés. Para Keynes no es correcta la concepción de dinero como medio de cambio pues él piensa que el tipo de interés es una variable totalmente monetaria.

La parte de la renta que destinan al consumo depende de su propensión al consumo, lo que queda para Keynes es un residuo, que es lo que se ahorra, luego el ahorro depende de la renta, por tanto, el ahorro está en función de la renta ya que cuanto mayor sea la renta mayor será el ahorro. Luego, la propensión media al ahorro será creciente y la propensión media a consumo será

decreciente. Según Keynes una vez que se decide que ahorrar y que consumir hay que centrarse en qué hacer con el ahorro, puedes dejarlo como dinero o poner una parte en bonos, cuando el tipo de interés es bajo no importa tener el dinero en líquido pero cuando el tipo de interés es muy alto es preferible tener el ahorro e bonos (Dominguez, 2015).

Keynes construyó esta teoría con la ayuda de un instrumento analítico: En primer lugar, la función de consumo o propensión al consumo, es decir, la relación funcional entre el consumo y la renta. Formulada en forma media o marginal y tiene su contraparte en la propensión al ahorro, siendo la suma de ambas propensiones igual a la renta o unidad. La relación entre el consumo y la renta se supone bastante estable, y no fija, y ello facilita las predicciones acerca de las cantidades que los consumidores desembolsarán de las diferentes e hipotéticas rentas (Polo & Angulo, 2017).

En segundo lugar, el multiplicador, inversamente relacionado con el ahorro, y definido como el inverso de la propensión marginal al ahorro, el cual indica la forma que una variación de la inversión origina una variación múltiple del gasto de consumo y, por lo tanto, de la renta. Para una propensión al consumo determinada, el multiplicador hacía posible calcular las variaciones de la renta producidas por las variaciones de la inversión.

Teoría de la función de consumo: Friedman

Friedman evidencia la insuficiencia de una función de consumo que relacione el consumo únicamente con la renta, esto parte de analizar los supuestos fundamentales de la teoría del comportamiento del consumidor para luego establecer una función de consumo coherente. En condiciones de previsión perfecta, es decir, que el individuo conoce exactamente cuántos períodos tiene que considerar, cuál será su ingreso en cada período, que bienes estarán

disponibles al consumo en cada uno y cuál será la tasa de interés a la que podrá prestar o tomar prestado; el agente procede a maximizar su consumo en los distintos períodos de tiempo con restricción a la renta de cada período y a la tasa de interés (Morettini, 2015).

A parte de los factores de utilidad (que pueden ser edad, grupo social, composición de la familia, ubicación geográfica, etc.) recogidos por la curva de indiferencia, son tres variables las que determinan las posibilidades de consumo: ingreso del período 1, ingreso del período 2 y tasa de interés. Sin embargo, si se define la riqueza del individuo como la suma de los ingresos en valor presente, solamente aquellos cambios en la renta que afectan la riqueza afectarán al consumo, con esta consideración es lógico suponer que el consumidor ajuste su consumo a sus ingresos “normales” más que a sus ingresos corrientes (Casas, 2016).

El ahorro en cambio depende del ingreso corriente. Estos dos supuestos llevan a inferir que si en un año cualquiera un agente percibe ingresos extraordinarios no alterará su consumo, pues este depende de su renta normal y canalizará toda la renta excedente al ahorro. En el caso contrario, sucede exactamente el efecto opuesto, se presenta una reducción o incluso ahorro negativo (deuda) mientras que el consumo permanece inalterado.

En este punto Friedman plantea una revisión de los conceptos de renta y consumo. Estos dos términos normalmente están asociados con los ingresos corrientes y con los gastos en bienes y servicios respectivamente. No obstante, Argando (2016) indica que en la teoría pura

La renta suele definirse como la cantidad que una unidad de consumo puede consumir manteniendo intacta su riqueza y el término consumo se utiliza para designar el valor de los servicios que se propone consumir durante el período en cuestión, valor que, en condiciones de certeza, sería igual al valor de los servicios realmente consumidos (p25).

Friedman proponer llamar, para diferenciar, estos conceptos teóricos como renta permanente y consumo permanente. La renta permanente es el nivel máximo de consumo que podrá efectuarse en un período manteniendo inalterada la riqueza del consumidor y el consumo permanente es el nivel óptimo de consumo y se supone función de la renta permanente. Si se levanta el supuesto de completa certeza sobre el futuro, la incertidumbre añade un nuevo motivo para ahorrar: el formar una reserva para casos de emergencia. En este momento hay que considerar las formas de riqueza que puede acumular un individuo pues si todas las formas fueran igualmente satisfactorias la necesidad de formar una reserva quedaría implícita en las curvas de indiferencia.

Sin embargo, existen grandes diferencias entre las formas de riqueza, especialmente entre riqueza humana, que son las cualidades e ingresos futuros del individuo, y no humana, activos físicos. Es más fácil obtener un préstamo sobre un activo físico que sobre “la capacidad para obtener ingresos en el futuro”. Así, se tiene que la parte de la renta permanente que proviene de riqueza no humana es otro determinante del consumo, ya que a una mayor proporción entre la riqueza no humana y la renta permanente disminuye la necesidad de la reserva adicional debido a que es más fácil acceder a préstamos.

Teorías de la inversión

Los economistas suelen diferenciar la inversión real y la inversión financiera, según los recursos económicos se destinen a la adquisición de bienes de producción o a la de activos financieros rentables, como los depósitos bancarios de ahorro o a plazo, los bonos a corto o largo plazo, los títulos representativos de crédito comercial, las acciones y participaciones en empresas. La diferencia principal entre estas dos formas de inversión es que los fondos destinados a la primera sirven para adquirir bienes de capital productivo con los cuales se aumentará la producción futura de la economía mientras que la inversión financiera es el trasvase de fondos de

unas unidades económicas a otras, destinados al incremento del gasto en general, incluido el de consumo.

Los economistas clásicos y los neoclásicos, tanto como el británico John Maynard Keynes (1883-1946) y sus seguidores, elaboraron diferentes teorías de la inversión para tratar de explicar las variables que inciden en los volúmenes de ella que se dan dentro de una economía. Los clásicos dieron mucha importancia a la relación interés-salario, a través de la cual explicaron la intensificación del factor capital o del factor trabajo en el proceso de la producción, partiendo de la idea de la completa maleabilidad de esa relación y, por tanto, de la posibilidad siempre abierta de sustituir un factor por el otro. La conclusión a la que llegaron fue que el flujo de la inversión se mueve en forma inversamente proporcional al nivel de los tipos de interés, a los que consideraron la única y fundamental variable que determina el volumen de inversión. Pero veían siempre posible, naturalmente, compensar la baja de la inversión por el uso intensivo del factor trabajo para disminuir los costes de producción.

Los economistas de la línea keynesiana, en cambio, desarrollaron una teoría de la inversión diferente, en la que sostuvieron que la demanda agregada de inversión no solamente estaba sujeta a las tasas de interés sino también a las expectativas de beneficio de los empresarios. De modo, entonces, que ella dependía de dos variables y no sólo de una. Los economistas neoclásicos, en cambio, acusaron a Keynes de no haber sido lo suficientemente claro en la diferenciación de lo que es el capital, entendido como un stock, y de lo que es la inversión, entendida como el flujo que lo aumenta o disminuye (Borja, 2018).

Principio de aceleración

El principio de aceleración es un concepto económico que establece una conexión entre los patrones de consumo cambiantes y la inversión de capital. Establece que, si aumenta el apetito por los bienes de consumo, la demanda de equipos y otras inversiones necesarias para fabricar estos bienes crecerá aún más. En otras palabras, si los ingresos de una población aumentan y sus residentes, como resultado, comienzan a consumir más, habrá un cambio correspondiente pero ampliado en la inversión (FMI, 2015).

Según el principio de aceleración, la inversión de capital aumenta a un ritmo más rápido que la demanda de un producto. Esto se debe a que las inversiones para aumentar la producción a menudo requieren desembolsos significativos. Las economías de escala determinan que las inversiones son generalmente más eficientes y tienen mayores ventajas de costos cuando son significativas. En otras palabras, tiene más sentido financiero aumentar la capacidad sustancialmente, en lugar de solo un poco.

El principio de aceleración también se conoce como el principio acelerador o el efecto acelerador. Las empresas frecuentemente buscan medir cuánta demanda hay para sus productos o servicios. Si se dan cuenta de que las condiciones económicas están mejorando y el consumo está creciendo a un ritmo sostenible, es probable que inviertan para aumentar su producción, especialmente si ya se están ejecutando cerca de su capacidad total. De lo contrario, podría perder una parte de los posibles ingresos futuros y perder terreno frente a los competidores que responden con mayor rapidez (Gotman, 2016).

El principio de aceleración tiene el efecto de exagerar los auges y las recesiones en la economía. Esto tiene sentido, ya que las empresas quieren optimizar sus ganancias cuando tienen un producto exitoso, invirtiendo en más fábricas e inversiones de capital para producir más.

Los ciclos económicos se mueven en conjunto con los intentos de la compañía de igualar la demanda cambiante de los consumidores. Cuando la economía está creciendo, los clientes están comprando y las bajas tasas de interés hacen que sea más barato pedir prestado, los equipos gerenciales regularmente buscan capitalizar aumentando la producción. Eventualmente, esto inevitablemente lleva a que haya demasiados productos y servicios en el mercado. Cuando la oferta supera a la demanda, los precios caen, lo que lleva a las empresas, que se enfrentan a una caída en ventas y ganancias, a luchar para mantener sus costos bajo control.

Teoría de inversión de Fisher

El teorema de inversión de Fisher postula que, dados los mercados de capital eficientes, la elección de inversión de una empresa está separada de las preferencias de inversión de sus propietarios y, por lo tanto, la empresa solo debe estar motivada para maximizar las ganancias. Para decirlo de otra manera, la empresa no debería preocuparse por las preferencias de utilidad de los accionistas por los dividendos y la reinversión. En cambio, debe apuntar a una función de producción óptima que genere los mayores beneficios posibles para los accionistas (Ruez & Cruz, 2016).

La noción básica es que los gerentes de una empresa y sus accionistas tienen objetivos diferentes es el punto de partida para el Teorema de inversión de Fisher: los accionistas tienen preferencias de utilidad que forman curvas de función de utilidad individuales, pero los gerentes

de la empresa no tienen medios razonables para determinar cuáles son. Por lo tanto, los gerentes deben ignorar sus preferencias y trabajar para maximizar el valor de la empresa.

El teorema se puede dividir en tres aseveraciones clave. Primero, las decisiones de inversión de una empresa son independientes de las preferencias de los propietarios de la empresa (incluidos los accionistas). En segundo lugar, las decisiones de inversión de una empresa son independientes de las decisiones de financiación de una empresa. Y, tercero, el valor de las inversiones de una empresa es independiente de la combinación de métodos utilizados para financiar las inversiones (Crespo, 2018).

Por lo tanto, las actitudes de los propietarios de una empresa no se tienen en cuenta durante el proceso de selección de inversiones; El objetivo de maximizar las ganancias, y por lo tanto el valor de la empresa, es la consideración principal para tomar decisiones de inversión. El teorema de separación de Fisher concluye que el valor de una empresa no está determinado por la forma en que se financia o los dividendos pagados a los propietarios de la empresa.

Teorías de la bancarización

Según el SUNAT manifiesta que, la bancarización, consiste en formalizar todas las operaciones y canalizarlas a través de medios legales que permiten identificar su origen y destino y que el Estado pueda ejercer sus facultades de fiscalización contra la evasión tributaria, el lavado de activos y otros delitos.

De acuerdo con el criterio Muñoz (2010). La Superintendencia de Bancos, se define a la bancarización como la medida de relación entre el número de clientes de captaciones de un sector frente al total de la población. Se la define como el uso masivo del sistema financiero formal por parte de la ciudadanía, para realizar transacciones financieras o económicas; que incluyen tanto

los servicios tradicionales de ahorro y crédito, como la transferencia de recursos, ejecución de pagos a través de medios electrónicos, cajeros, productos bancarios, agencias bancarias y dispositivos electrónicos disponibles en la red bancaria.

La Superintendencia de Bancos manifiesta que el sistema financiero es “un conjunto de instituciones que tiene como función principal organizar el mercado y canalizar los recursos financieros desde los agentes financieros excedentarios (ahorradores) y los deficitarios demandantes de capital (inversionistas y prestatarios), manteniendo el crecimiento de la economía ecuatoriana, donde el consumo y la actividad económica impulsaron al desarrollo de varios sectores, experimentando un incremento en activos, cartera de crédito y depósitos del público. Pese a este aumento el sistema de bancos privados se ha reducido de 24 bancos en el 2013 a 23 en el 2014, debido a la fusión y liquidación de algunas entidades (Reyes, 2017).

Las instituciones financieras en el Ecuador, conforme crecen las necesidades y exigencias de sus clientes, han empezado un proceso de innovación, renovación de infraestructura y sistemas de información, para reducir los tiempos de atención al cliente, mejorar la satisfacción y diferenciar su propuesta de valor en el mercado, estos cambios son evidentes especialmente en los siete bancos más grandes del país (Quiroz, 2015).

Sistema financiero

Un sistema financiero es un conjunto de instituciones, como bancos, compañías de seguros y bolsas de valores, que permiten el intercambio de fondos. Los sistemas financieros existen en niveles firmes, regionales y globales. Los prestatarios, prestamistas e inversores intercambian fondos actuales para financiar proyectos, ya sea para consumo o inversiones productivas, y para buscar un retorno de sus activos financieros. El sistema financiero también incluye conjuntos de

reglas y prácticas que los prestatarios y los prestamistas utilizan para decidir qué proyectos se financian, quién financia los proyectos y los términos de los acuerdos financieros (Cermeño, 2015).

Los mercados financieros involucran a prestatarios, prestamistas e inversores que negocian préstamos y otras transacciones. En estos mercados, el bien económico negociado en ambos lados suele ser alguna forma de dinero: dinero corriente (efectivo), derechos sobre dinero futuro (crédito) o derechos sobre el potencial de ingresos futuros o el valor de los activos reales (patrimonio). Estos también incluyen instrumentos derivados. Los instrumentos derivados, como los futuros de productos básicos u opciones sobre acciones, son instrumentos financieros que dependen del desempeño de un activo real o financiero subyacente. En los mercados financieros, todos estos se negocian entre prestatarios, prestamistas e inversores de acuerdo con las leyes normales de oferta y demanda (Fitz, 2017).

En un sistema financiero centralmente planificado (por ejemplo, una sola empresa o una economía dominante), la financiación de los planes de consumo e inversión no es decidida por las contrapartes en una transacción, sino directamente por un gerente o un planificador central. El planificador determina qué proyectos reciben fondos, qué proyectos reciben fondos y quién los financia, ya sea que se trate de un gerente comercial o un jefe de grupo.

La mayoría de los sistemas financieros contienen elementos tanto de los mercados de toma y daca como de la planificación central de arriba hacia abajo. Múltiples componentes conforman el sistema financiero en diferentes niveles. El sistema financiero de la empresa es el conjunto de procedimientos implementados que rastrean las actividades financieras de la empresa. Dentro de una empresa, el sistema financiero abarca todos los aspectos de las finanzas, incluidas las

medidas contables, los cronogramas de ingresos y gastos, los salarios y la verificación del balance (Hernández, 2015).

Componentes del mercado financiero

Múltiples componentes conforman el sistema financiero en diferentes niveles. El sistema financiero de la empresa es el conjunto de procedimientos implementados que rastrean las actividades financieras de la empresa. Dentro de una empresa, el sistema financiero abarca todos los aspectos de las finanzas, incluidas las medidas contables, los cronogramas de ingresos y gastos, los salarios y la verificación del balance.

A escala regional, el sistema financiero es el sistema que permite a los prestamistas y prestatarios intercambiar fondos. Los sistemas financieros regionales incluyen bancos y otras instituciones, como las bolsas de valores y las cámaras de compensación financiera.

El sistema financiero global es básicamente un sistema regional más amplio que abarca todas las instituciones financieras, prestatarios y prestamistas dentro de la economía global. En una visión global, los sistemas financieros incluyen el Fondo Monetario Internacional, los bancos centrales, las tesorerías del gobierno y las autoridades monetarias, el Banco Mundial y los principales bancos internacionales privados.

Servicios financieros

A nivel mundial, la industria de servicios financieros lidera el mundo en términos de ganancias y capitalización del mercado de valores. Los grandes conglomerados dominan este sector, pero también incluye una amplia gama de empresas más pequeñas. Según el departamento de Finanzas y Desarrollo del Fondo Monetario Internacional (FMI), un servicio financiero se

describe mejor como el proceso por el cual un consumidor o empresa adquiere un bien financiero (Rodríguez & Riaño, 2016).

Los servicios financieros son un sector cada vez más influyente de la economía moderna, estos se refieren a una amplia gama de actividades más específicas, como la banca, la inversión y los seguros. Los servicios financieros se limitan a la actividad de las empresas de servicios financieros y sus profesionales, mientras que los productos financieros son los bienes, cuentas o inversiones reales que proporcionan (Tuesta & Camara, 2015). Estos pueden ser:

- **Servicios bancarios:** Los servicios de banca comercial son la base del grupo de servicios financieros. Las operaciones de un banco comercial incluyen la custodia de depósitos, la emisión de tarjetas de crédito y débito y el préstamo de dinero. La industria bancaria está más preocupada por el ahorro directo y los préstamos, mientras que el sector de servicios financieros incorpora inversiones, seguros, la redistribución de riesgos y otras actividades financieras. Los bancos obtienen ingresos principalmente por la diferencia en las tasas de interés cobradas por las cuentas de crédito y las tasas pagadas a los depositantes. Los servicios financieros como estos obtienen ingresos principalmente a través de comisiones, comisiones y otros métodos, como el diferencial de las tasas de interés entre préstamos y depósitos.
- **Servicios de inversión:** Las personas pueden acceder a los mercados financieros como acciones y bonos a través de servicios de inversión. Los corredores (humanos o autodirigidos en línea) facilitan la compra y venta de valores y cobran una comisión por su servicio. Los asesores financieros pueden cobrar una tarifa

anual basada en los activos bajo administración y dirigir varias transacciones en la búsqueda de construir y administrar una cartera bien diversificada.

Canales financieros

Estos canales o ruta, se refiere al método con el cual las instituciones financieras ofrecen sus productos o servicios a sus clientes actuales o potenciales. La importancia decisiva de este canal de distribución es que favorece una extensa red de oficinas en muchas ciudades y las operaciones de adquisición total o parcial entre instituciones financieras (Urbiola & Tuesta, 2015).

Además de una oficina o sucursal, especialmente en áreas rurales, es importante que un corresponsal o empleado (ya sea bancario o no bancario) responsable de atraer clientes y facilitar las operaciones en áreas donde no hay oficinas, se utilice como un canal de distribución adicional. En la actualidad, la oficina o sucursal sigue siendo un canal muy importante para la distribución de servicios bancarios, pero las nuevas tecnologías han dado lugar a la aparición de otros canales relevantes, siendo este un complemento para los servicios que oferta la institución financiera, entre esos podemos encontrar:

- **Sucursal:** esta es la forma más tradicional de ayudar al público. Esto se refiere al servicio provisto en la ventana de todas las sucursales bancarias.
- **Agencias:** Estos son puntos de atención establecidos en varias tiendas que no pertenecen a una institución financiera, como un supermercado. Los clientes no necesitan ir a la sucursal bancaria.
- **Cajeros automáticos:** son máquinas de autoservicio con las que puede realizar varias transacciones, por lo general transferencias bancarias y retiros de dinero en

efectivo. Incluso hay cajeros automáticos que aceptan depósitos. Una de sus principales ventajas es que trabajan continuamente las 24 horas.

- **Banca telefónica:** el banco pone a disposición del público el número de servicio al cliente. Por lo general, responde el correo de voz, que proporciona opciones dependiendo de la operación o solicitud deseada. Si es necesario, el usuario contacta al consultor. Este canal suele ser útil, por ejemplo, en caso de pérdida o robo de una tarjeta de débito o crédito, ya que se puede iniciar una llamada desde cualquier sitio, y las horas de operación generalmente cubren las 24 horas del día.
- **Banca en línea:** las instituciones financieras han desarrollado plataformas virtuales para una amplia variedad de transacciones. Esto es desde una computadora y en cualquier lugar con conexión a Internet. Acceder a la banca en línea generalmente requiere más filtros de seguridad que otros canales.
- **Aplicaciones móviles:** son como una extensión de los servicios bancarios en línea. En este caso, estamos hablando de programas que deben descargarse a un teléfono inteligente, desde el cual el usuario puede realizar transacciones financieras.

Banco

Un banco es una institución financiera con licencia para recibir depósitos y hacer préstamos.

Los bancos también pueden proporcionar servicios financieros como gestión de patrimonio, cambio de divisas y cajas de seguridad. Existen varios tipos diferentes de bancos, incluidos bancos minoristas, bancos comerciales o corporativos y bancos de inversión. En la mayoría de los países, los bancos están regulados por el gobierno nacional o el banco central (Heffernan, 2005).

Los bancos son una parte muy importante de la economía porque brindan servicios vitales tanto para los consumidores como para las empresas. Como proveedores de servicios financieros, le brindan un lugar seguro para almacenar su efectivo.

Tipos de bancos

Los bancos minoristas tratan específicamente con los consumidores minoristas. Estos bancos ofrecen servicios al público en general y también se denominan instituciones bancarias personales o generales. Los bancos minoristas brindan servicios como cuentas corrientes y de ahorro, servicios de préstamos e hipotecas, financiamiento para automóviles y préstamos a corto plazo, como la protección contra sobregiros. La mayoría de los bancos minoristas también ofrecen servicios de tarjeta de crédito a sus clientes, y también pueden proporcionar a sus clientes con cambio de moneda extranjera. Estos bancos también atienden a personas de alto patrimonio neto, ofreciéndoles servicios especializados como banca privada y gestión de patrimonios (Muraleedharan, 2014).

Los bancos comerciales o corporativos brindan servicios especializados a sus clientes comerciales, desde propietarios de pequeñas empresas hasta grandes entidades corporativas. Junto con la banca comercial diaria, estos bancos también brindan a sus clientes otras cosas, como servicios de crédito, administración de efectivo, servicios inmobiliarios comerciales, servicios para empleadores y financiamiento comercial (Heffernan, 2005).

Los bancos de inversión se centran en proporcionar a los clientes corporativos servicios complejos y transacciones financieras, tales como suscripción y asistencia en actividades de fusiones y adquisiciones. Como tales, se les conoce principalmente como intermediarios financieros en la mayoría de estas transacciones. Los clientes comúnmente van desde grandes

corporaciones, otras instituciones financieras, fondos de pensiones, gobiernos y fondos de cobertura (Muraleedharan, 2014).

A diferencia de los bancos mencionados anteriormente, los bancos centrales no se basan en el mercado y no tratan directamente con el público en general. En cambio, son los principales responsables de la estabilidad de la moneda, controlando la inflación y la política monetaria, y supervisando la oferta monetaria de un país. También regulan los requisitos de capital y reserva de los bancos miembros (Heffernan, 2005).

Capítulo II

Marco referencial

Sistema financiero

El sistema financiero se refiere a si la financiación de las empresas se obtiene principalmente de los bancos (sistemas basados en bancos) o de los mercados de valores (basados en el mercado). Los sistemas financieros latinoamericanos se basan en su mayoría en bancos (Forcadell & Aracil, 2017), lo que determina la importancia del sector bancario en la región, por lo tanto, el foco de nuestra investigación. Los sistemas financieros se miden tradicionalmente por el crédito interno proporcionado por el sector financiero y la existencia de índices de referencia locales socialmente responsables, índices SRI (Preuss, Barkemeyer, & Glavas, 2016). Con respecto a la primera medida, Brasil duplica a México, y lo mismo ocurre con el lanzamiento anterior de índices de sostenibilidad en Brasil que en México. Además, observamos que la inclusión financiera no está incorporada en la conceptualización existente de las SbN a pesar de ser un factor que da forma a la dimensión de los sistemas financieros en los países en desarrollo. El acceso a los servicios financieros puede tener efectos sustanciales sobre el bienestar y puede contribuir a la reducción de la pobreza, porque facilita el ahorro, reduce la dependencia de fuentes de financiamiento informales y más costosas, e incrementa las inversiones productivas (Forcadell & Aracil, 2017), En América Latina, el 50% de la población adulta no está bancarizada, aumentando al 60% en México y disminuyendo al 32% en Brasil. Así, el bajo nivel de acceso financiero constituye una gran necesidad institucional en México que determina las orientaciones de responsabilidad social hacia las micro finanzas (Kleynjans & Hudon, 2016).

Una barrera fundamental para la inclusión financiera es la educación financiera deficiente, que los bancos abordan mediante la responsabilidad social. En México y Brasil, solo el 32% y el 35%

de los adultos, respectivamente, tienen conocimientos financieros. La educación financiera que posibilita la toma de decisiones informadas es fundamental para expandir los servicios financieros, por lo que sugerimos su inclusión como indicador dentro de la dimensión financiera de las SbN. La educación financiera es importante para el bienestar de las personas porque mejora su acceso a los servicios financieros y contribuye al desarrollo económico.

Obstáculos que dificultan la bancarización

Otros análisis parecidos y las propias encuestas sobre cuáles son las instituciones más valoradas en los diferentes países marcan la falta de confianza como el principal obstáculo para la bancarización. Obviamente, las sucesivas crisis de los propios sistemas financieros en los últimos años siguen siendo un factor determinante en la generación de desconfianza. No hay que olvidar que los depositantes pasaron por experiencias traumáticas como la congelación de depósitos, la limitación de los tipos de interés, los cambios compulsivos de depósitos en moneda extranjera a depósitos en moneda nacional utilizando tipos de cambio arbitrarios, etc (Gomez & Pinto, 2015).

Parece, pues, que el elemento clave generador de confianza es un buen diseño de las instituciones, y entre ellas, la que más afecta a la bancarización es probablemente el derecho de propiedad. Esto significaría, en términos generales, mejorar la seguridad jurídica tanto para depositantes como para los propios bancos a la hora de ejecutar sus derechos.

Otro elemento que obstaculiza la bancarización, particularmente importante, es el impuesto que grava las transacciones financieras (se paga por cada cargo o abono), establecido en muchos países (Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia y Perú). Este impuesto siempre se presenta como una medida de emergencia transitoria, pero una vez establecido no se suele eliminar. Aunque a corto plazo puede aumentar la recaudación, a largo plazo se convierte en una seria traba al

proceso de intermediación financiera, pues desvía a la informalidad a amplios sectores comerciales, lo que, a su vez, incide en la recaudación de otros impuestos más racionales (Pinzon & Ballesteros, 2016).

Una vez enumerados los elementos institucionales que más obstaculizan la bancarización, es necesario considerar los aspectos técnicos más importantes que limitan el acceso a los servicios financieros dentro del sistema. Para abordarlos se analizarán desde un doble punto de vista: el del usuario (puedo pero no quiero) y el del banco (aunque quieras, no puedo).

La evolución del sector bancario en el Ecuador.

En el Ecuador, el mercado bancario tiene una serie de actores privados y públicos y que son resultado de la compleja evolución histórica de este mercado, en este sentido, es necesario describir esta evolución histórica para comprender la situación bancaria actual:

En la década de los setenta, se produce una expansión bancaria debido al boom petrolero y las condiciones económicas que favorecieron el negocio bancario, que pasó de ser un entramado constituido por bancos pequeños y de carácter familiar a empresas grandes y fuertemente vinculadas al poder político y económico (Tobar, 2020).

En la década de los ochenta, se presenta un sobreendeudamiento externo lo que genera una crisis de iliquidez en el sector bancario lo que frena el crédito interno y dispara las tasas de morosidad haciendo que los bancos dependan mucho de entidades públicas como el BCE para mantener la liquidez, aquí se inicia la relación entre la banca privada y los salvamentos con fondos públicos (Tobar, 2020). Esto se evidenció con la sucretización que provocó que el Estado asumiera como propia parte importante de la deuda en dólares de los bancos; esto con el fin de rescatar los bancos locales.

En los noventa, se producen una serie de externalidades que unidas a una corrupción sistémica y generalizada del sistema financiero ecuatoriano, provoca la caída del mismo, caída manifestada por una secuencia de quiebras y rescates que condujeron a una inestabilidad política que duró desde fines de la década de los noventa hasta principios la mitad de la primera década del 2000.

En el 2000 hasta el 2006 se viven turbulentos tiempos políticos en el Ecuador con una sucesión de gobiernos débiles e impopulares. El sistema bancario fuertemente desacreditado ante la opinión pública pierde participación de mercado, aunque se posicionan como líderes del mismo unas pocas entidades sentando las bases del sistema financiero actual (Amieva & Urrita, 2015)

Bancarización en los últimos años, especialmente la banca privada ha implementado sus servicios para facilitar al usuario, sobre todo en las ciudades más grandes como son Quito, Guayaquil y Cuenca a través de la implementación de sucursales, la red de cajeros automáticos, los servicios a través del uso de internet, de teléfonos convencional y celular, tiendas de barrio, entre otros, lo que ha permitido extender los servicios ampliamente y se puede decir que se contribuye a reducir costos y mejorar el servicio, además posibilita el acceso a cuentas bancarias desde el exterior (García Osorio, 2016).

El porcentaje de bancarización tiene un comportamiento creciente a partir del 2010 como se aprecia en la figura 2, esto ha permitido una mayor formalización de la economía y a la vez reducir la evasión tributaria.

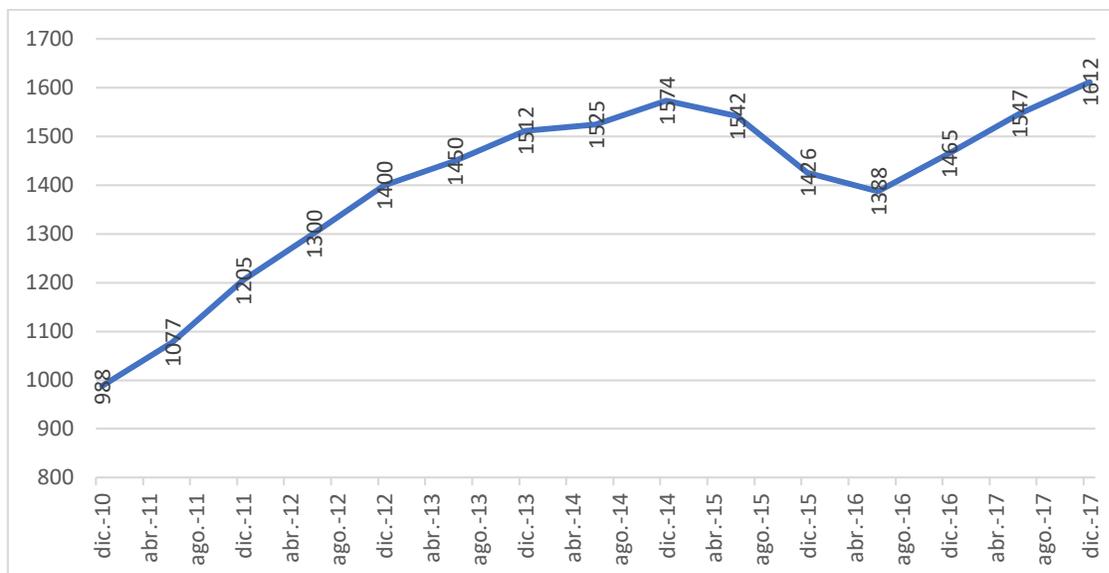


Figura 2. Evolutivo de Índice de Bancarización. Tomado de Superintendencia de Bancos SB-INRE-SINAI

Índice de Bancarización en Ecuador

A efectos del presente análisis, el componente crediticio se resume en un solo indicador llamado “Índice de Bancarización”, mismo que fue obtenido a través de un proceso de modelación econométrica elaborado internamente por la Superintendencia de Bancos en el periodo comprendido entre enero 2010 a diciembre de 2017 (Tobar, 2017).

Los resultados de dicho modelo dan cuenta del evolutivo y cambio en la tendencia del índice de bancarización cuyo promedio tras el movimiento positivo de las operaciones crediticias, fue de 1.357,6 puntos, el cual alcanzó su mejor momento en noviembre de 2017, en donde se observó un máximo de 1617,7 puntos, ligeramente superior al registrado en diciembre de 2014 de 1.607,11 (Prado, 2017).

Con los resultados y del análisis de tarjetahabientes se mostró que el 65,87% de este total se localizaron en Pichincha y Guayas; mientras que las provincias cuyos usuarios de tarjetas de

crédito sumaron por sobre los treinta mil clientes fueron: Azuay, Manabí, El Oro, Tungurahua, Imbabura, Santo Domingo de los Tsáchilas y los Ríos. (Ver Figura 3)

No. Persona Natural -Titulares de Tarjetas de Crédito por Provincia y Cuota %

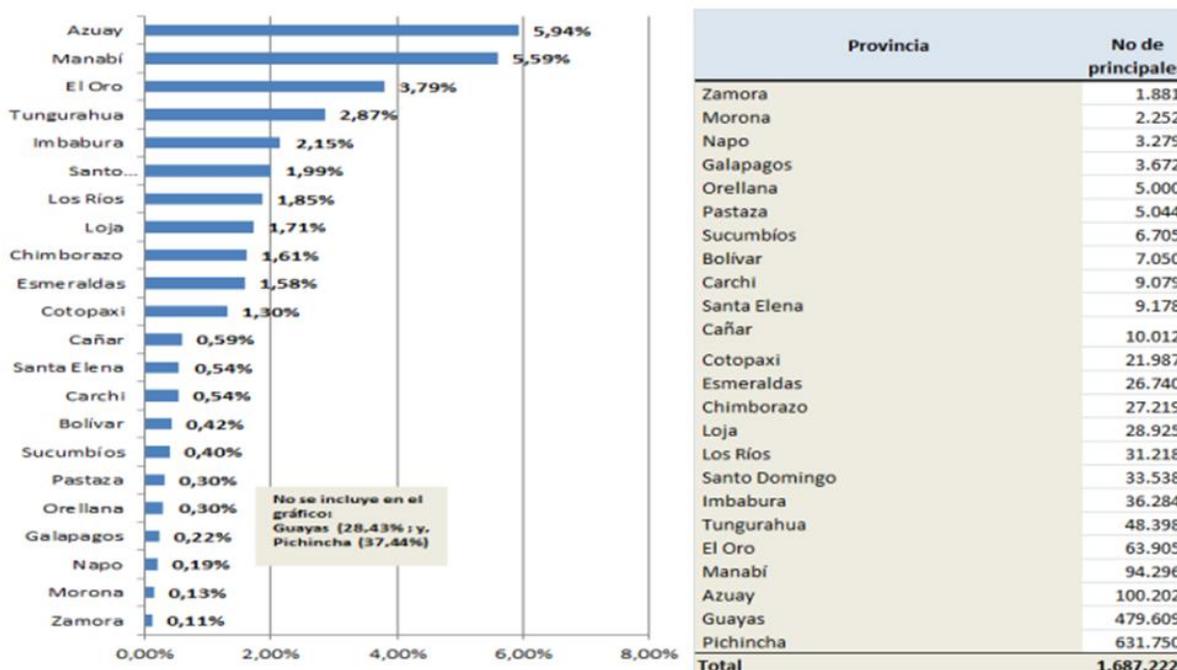


Figura 3. No. Persona Natural - Titulares de Tarjetas de Crédito por Provincia y Cuota %. Tomado de Superintendencia de Bancos SB-INRE-SINAI

Con estos antecedentes y resultados estadísticos sobre tarjetas de crédito, se puede aseverar que al menos el 22% de la PEA ocupada, estaría incluida financieramente mediante el uso de tarjetas de crédito, importante elemento originado en el activo de la banca.

Inclusión Financiera: Obstaculizadores, Promotores y Facilitadores

Especialistas en el tema de inclusión financiera, señalan que las elevadas tasas, los impuestos a las transacciones, y el crédito dirigido pueden ser considerados en ciertos casos como un

obstáculo para la IF. Observándose que las políticas de competencia y la calidad de supervisión a diferencia de las anteriores, se las ubica como facilitadores; señalándose las cuentas básicas, los corresponsales no bancarios y el microcrédito entre otros como importantes promotores hacia la “IF” (Rojas Suarez & Pacheco, 2017).

Inclusión Financiera Mecanismos que lo Promueven u obstaculizan ²⁹		
Facilitadores	Promotores	Obstaculizadores
<ul style="list-style-type: none"> ○ Políticas de competencia ○ Calidad de supervisión 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Cuentas simplificadas ○ Dinero electrónico ○ Corresponsales ○ Microcrédito ○ Sistemas de información crediticia ○ Requisitos simplificados de “conoce a tu cliente” (KYC) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Impuestos a las transacciones ○ Topes a las tasas de interés ○ Crédito dirigido

Figura 4. Inclusión Financiera Mecanismos que lo Promueven u obstaculizan. Tomado de Superintendencia de Bancos SB-INRE-SINAI

Desglose de Depósitos por Entidad

Los bancos Del Pichincha, Guayaquil, Pacífico, Produbanco y Austro aglutinan por sobre el 5% de la clientela de depositantes, mientras que el Banco de Guayaquil sobresale con el 73,52% y 73,39% de número de cuentas y número de clientes respectivamente por depósitos de cuenta básica respectivamente (Tobar, 2017).

Desglose del Número de Cuentas por Banco

ENTIDAD	Suma de NUMERO DE CUENTAS					
	Depósitos monetarios que no generan intereses	%	Depósitos de ahorro	%	Depósitos de cuenta básica	%
BP AMAZONAS	1.416	0,17%	4.586	0,05%	-	0,00%
BP AUSTRO	36.923	4,42%	684.949	7,02%	-	0,00%
BP BANCODESARROLLO	-	0,00%	118.526	1,21%	-	0,00%
BP BOLIVARIANO	62.718	7,50%	407.557	4,17%	130	0,02%
BP CAPITAL	240	0,03%	15.394	0,16%	-	0,00%
BP CITIBANK	457	0,05%	-	0,00%	-	0,00%
BP COMERCIAL DE MANABI	10.095	1,21%	34.186	0,35%	-	0,00%
BP COOPNACIONAL	-	0,00%	437.712	4,48%	-	0,00%
BP DELBANK	1.389	0,17%	22.697	0,23%	-	0,00%
BP D-MIRO S.A.	-	0,00%	64.731	0,66%	-	0,00%
BP FINCA S.A.	-	0,00%	45.656	0,47%	-	0,00%
BP GENERAL RUMIÑAHUI	8.297	0,99%	319.283	3,27%	-	0,00%
BP GUAYAQUIL	172.933	20,69%	569.509	5,83%	590.519	73,52%
BP INTERNACIONAL	32.706	3,91%	581.801	5,96%	-	0,00%
BP LITORAL	592	0,07%	5.946	0,06%	-	0,00%
BP LOJA	13.334	1,60%	233.369	2,39%	-	0,00%
BP MACHALA	24.185	2,89%	199.680	2,05%	-	0,00%
BP PACIFICO	95.481	11,42%	966.610	9,90%	36.118	4,50%
BP PICHINCHA	251.257	30,06%	3.844.054	39,36%	176.425	21,97%
BP PROCREDIT	-	0,00%	96.104	0,98%	-	0,00%
BP PRODUBANCO	109.193	13,07%	695.634	7,13%	-	0,00%
BP SOLIDARIO	14.544	1,74%	413.952	4,24%	-	0,00%
BP VISIONFUND ECUADOR S.A.	-	0,00%	40	0,00%	-	0,00%
Total general	835.760	100,00%	9.761.976	100,00%	803.192	100,00%

Figura 5. Desglose del Número de Cuentas por Banco. Tomado de Superintendencia de Bancos SB-INRE-SINAI

Desglose del Número de Clientes por Banco

ENTIDAD	Suma de NUMERO DE CLIENTES					
	Depósitos monetarios que no generan intereses	%	Depósitos de ahorro	%	Depósitos de cuenta básica	%
BP AMAZONAS	1.389	0,17%	4.543	0,05%	-	0,00%
BP AUSTRO	35.904	4,45%	604.526	7,01%	-	0,00%
BP BANCODESARROLLO	-	0,00%	111.080	1,29%	-	0,00%
BP BOLIVARIANO	61.518	7,63%	399.786	4,63%	130	0,02%
BP CAPITAL	240	0,03%	15.238	0,18%	-	0,00%
BP CITIBANK	411	0,05%	-	0,00%	-	0,00%
BP COMERCIAL DE MANABI	9.570	1,19%	33.145	0,38%	-	0,00%
BP COOPNACIONAL	-	0,00%	436.064	5,05%	-	0,00%
BP DELBANK	1.403	0,17%	22.934	0,27%	-	0,00%
BP D-MIRO S.A.	-	0,00%	63.691	0,74%	-	0,00%
BP FINCA S.A.	-	0,00%	25.838	0,30%	-	0,00%
BP GENERAL RUMIÑAHUI	8.200	1,02%	298.309	3,46%	-	0,00%
BP GUAYAQUIL	166.715	20,67%	556.634	6,45%	586.615	73,39%
BP INTERNACIONAL	32.004	3,97%	567.273	6,57%	-	0,00%
BP LITORAL	563	0,07%	5.860	0,07%	-	0,00%
BP LOJA	12.566	1,56%	208.802	2,42%	-	0,00%
BP MACHALA	23.527	2,92%	197.114	2,28%	-	0,00%
BP PACIFICO	92.857	11,51%	942.631	10,92%	36.100	4,52%
BP PICHINCHA	242.768	30,10%	3.001.446	34,78%	176.425	22,07%
BP PROCREDIT	-	0,00%	88.673	1,03%	-	0,00%
BP PRODUBANCO	102.956	12,77%	636.175	7,37%	-	0,00%
BP SOLIDARIO	13.868	1,72%	409.082	4,74%	-	0,00%
BP VISIONFUND ECUADOR S.A.	-	0,00%	40	0,06%	-	0,00%
Total general	806.459	100,00%	8.628.884	100,00%	799.270	100,00%

Figura 6. Desglose del Número de Clientes por Banco. Tomado de Superintendencia de Bancos SB-INRE-SINAI

Resumen de Cobertura Banca Privada Nacional

Si bien, el poder brindar un mayor y mejor acceso a los servicios financieros constituye un desafío para el sistema financiero, particularmente para la banca privada y pública nacional, en

los últimos años se ha visto una mayor y mejor cobertura en lo relativo a puntos de atención a nivel nacional. En el país la banca privada dispone de servicios primarios o claves en donde se detallan 67 servicios en el ámbito financiero y otros servicios de apoyo.

Bancos Privados Regulados por la Superintendencia de Bancos en Ecuador												
Número de Canales o Puntos de Atención por Entidad Al 31 de Diciembre de 2017 ⁵²												
	MATRIZ	SUCURSAL	AGENCIA	AE	CA	CAIT	CAM	CNB	VE	OTROS	TOTAL	Cuota %
BP AMAZONAS	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0,01%
BP AUSTRO	1	15	68	-	166	-	-	-	4	2	256	0,86%
BP GUAYAQUIL	1	19	120	-	795	-	-	4.623	44	1	5.603	18,80%
BP BOLIVARIANO	1	11	52	-	306	-	-	188	44	3	605	2,03%
BP CITIBANK	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0,01%
BP COMERCIAL DE MANAB	1	2	3	-	6	-	-	-	-	-	12	0,04%
BP LITORAL	1	5	2	-	-	-	-	-	-	-	8	0,03%
BP GENERAL RUMIÑAHUI	1	2	19	-	41	-	-	-	2	-	65	0,22%
BP INTERNACIONAL	1	18	57	-	394	-	-	-	12	-	482	1,62%
BP LOJA	1	-	16	-	56	-	-	-	2	-	75	0,25%
BP MACHALA	1	13	26	-	50	-	-	-	3	7	100	0,34%
BP PACIFICO	1	11	85	7	649	3	-	10.696	42	-	11.494	38,57%
BP PICHINCHA	1	17	217	-	1.093	-	2	9.059	17	17	10.423	34,98%
BP PRODUBANCO	1	11	92	-	293	-	-	-	9	-	406	1,36%
BP SOLIDARIO	1	6	41	-	46	-	-	-	-	5	99	0,33%
BP COOPNACIONAL	1	-	3	-	-	-	-	-	-	-	4	0,01%
BP PROCREDIT	1	1	7	-	32	-	-	-	-	1	42	0,14%
BP CAPITAL	1	5	3	-	-	-	-	-	-	-	9	0,03%
BP FINCA S.A.	1	-	9	-	-	-	-	-	-	4	14	0,05%
BP DELBANK	1	2	6	-	5	-	-	1	-	15	30	0,10%
BP D-MIRO S.A.	1	-	13	-	-	-	-	-	-	-	14	0,05%
BP CODESARROLLO	1	-	19	-	10	-	-	-	1	-	31	0,10%
BP VISIONFUND ECUADOR	1	-	16	-	-	-	-	-	-	-	17	0,06%
BP DINERS	1	-	7	-	-	-	-	-	-	-	8	0,03%
Total general Bancos Privados	24	140	881	7	3.942	3	2	24.567	180	55	29.801	100%
Participación	0,08%	0,47%	2,96%	0,02%	13,23%	0,01%	0,01%	82,44%	0,60%	0,18%	100%	

AE= AGENCIA ESPECIAL
 CNB= CORRESPONSAL NO BANCARIO
 VE= VENTANILLA DE EXTENSIÓN
 CAIT= CAJERO AUTOMÁTICO ITINERANTE (TEMPORAL)
 CAM= CAJERO AUTOMÁTICO MÓVIL
 CA= CAJERO AUTOMÁTICO

Figura 7. Números de canales o puntos de atención por Entidad al 31 de diciembre de 2017. Tomado de Superintendencia de Bancos SB-INRE-SINAI

En efecto, a diciembre de 2017, la información estadística remitida por la banca privada controlada por la SB, mostraba un total de 29.801 puntos de atención⁵³, de los cuales el 82,44% constituyen los corresponsales no bancarios CNB, un 13,23% los cajeros automáticos, un 2,96% las agencias bancarias y apenas el 1,38% los demás servicios de la banca. A la fecha de análisis,

tres entidades concentraron el 92,35% del total de puntos de atención. Guayaquil (18,80%), Pichincha (34,98%) y Pacífico (38,57%).

Por su parte la banca pública controlada por la SB y representada por BanEcuador reportó a diciembre de 2017 un total de 169 puntos de atención activos distribuidos en 144 cantones. Esto representó el 0,56% respecto de la cobertura nacional de Banca Privada y Pública en su conjunto.

Resumen de Cobertura Banca Pública												
BanEcuador Entidad Regulada por la Superintendencia de Bancos ⁵⁴												
	MATRIZ	SUCURSAL	AGENCIA	AE	CA	CAIT	CAM	CNB	VE	OTROS	TOTAL	% (Banca Privada+ Banca Pública)
BANECUADOR B. P.	1	24	100	-	44	-	-	-	9	34	169	0,56%
	0,59%	14,20%	59,17%	0,00%	26,04%	0,00%	0,00%	0,00%	5,33%	20,12%	100%	
Resumen de Cobertura: Banca Privada+												
Banca Pública	25	164	981	7	3.986	3	2	24.567	189	89	29.970	
	AE AGENCIA ESPECIAL			CAIT CAJERO AUTOMÁTICO ITINERANTE (TEMPORAL)								
	CNB CORRESPONSALES NO BANCARIOS			CAM CAJERO AUTOMATICO MOVIL								
	VE VENTANILLA DE EXTENSION			CA CAJERO AUTOMATICO								
Fuente: SB-INRE-SINAI/SAS												
Elaboración: SB-INRE-DEGI-SEE												

Figura 8. Resumen de Cobertura Banca Pública. Tomado de Superintendencia de Bancos SB-INRE-SINAI

Santiago. - Chile es el país de la región con mayor nivel de bancarización entre la población internauta (9 de cada 10), y es también es el único en que esa población paga sus gastos mensuales en mayor medida con medios electrónicos, en comparación a los pagos que hace con efectivo. Asimismo, un 32,2% de los chilenos bancarizados ha utilizado, durante el 2018, apps que permiten el pago en establecimientos físicos con el celular, porcentaje superior al que se registra en Brasil (27,2%) y Perú (25,7%), y por debajo de México (47%), Colombia (44%) y Argentina, que, con el 51,4%, se sitúa en el primer lugar. Estas son algunas de las conclusiones recogidas en el “Informe Minsait de Tendencias en Medios de Pago 2018”, que se presentó en Santiago estos últimos días (Morales & Yañez, 2016).

Los canales de servicios para la bancarización

La banca digital se afianza en el país y los usuarios cada vez se inclinan más por los medios digitales. Según la Superintendencia de Bancos, el 73% de las transacciones que se realizaron en instituciones financieras en el 2017 ocupó los canales electrónicos. El Banco Central del Ecuador informó que la tasa de crecimiento del uso de los medios de pago digitales durante los últimos cinco años fue del 16%, pero entre 2016 y 2017 aumentó en 30% (Tapia, 2018).

Otro caso es el de Procredit. Entre 2016 y 2017, esta entidad redujo de 26 a 10 el número de agencias que tiene en el país, para fortalecer los servicios en el área digital, lo que demandó USD 3 millones de inversión. La idea de que mientras más grande es la agencia bancaria el ente es más fuerte o que mientras más agencias tiene es más solvente ya “es parte del pasado”, dijo Miguel Ebenberger, gerente general de Banco Procredit. La estrategia de Procredit se complementa con menos costos para el usuario, añadió Ebenberger. Así, las transacciones internas e interbancarias serán gratis para el usuario en la plataforma en línea (Acosta & Guerra, 2018).

La banca digital, reconocieron los consultados, es una tendencia mundial que tiene que ver con un cambio en la demanda de los consumidores de la nueva generación y una mayor penetración de las tecnologías. En el 2012, a un 21,4% de la población se la consideraba “analfabeta digital”, es decir que no tenía un celular activado, no había usado computadora ni Internet en el último año. Pero para el 2016 la cifra se redujo a 11%, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Por ahora, la mayoría de los clientes usa las plataformas digitales para hacer consultas de saldos (Medina, 2015).

Estudios empíricos

Gallizo, Moreno y Salvador (2018), analizaron la evolución de la eficiencia bancaria en los países bálticos tras su adhesión a la UE y durante la crisis financiera, y comprobar si existen diferencias significativas entre estos países como consecuencia de sus características particulares. Para ello, los autores estimaron la evolución de la eficiencia de costes y beneficios en los países bálticos en el contexto de la UE ampliada durante el período 2000-2013 utilizando modelos de frontera estocástica bayesiana. Los resultados mostraron la mayor solidez de la banca estonia en términos de beneficios durante la crisis financiera en comparación con sus vecinos. Además, la banca báltica ha recuperado su eficiencia de beneficios muy rápidamente después de la crisis financiera. Sin embargo, la rentabilidad se encuentra todavía en niveles bajos en línea con otros países europeos.

La investigación de Fontin y Lin (2019) demostraron que los niveles de innovación financiera son similares entre los países de ingresos altos; sin embargo, los autores demostraron que el desarrollo financiero difiere sustancialmente en los países de bajos ingresos independientemente del tamaño económico, lo que sugiere que la innovación financiera también puede diferir. Este estudio evaluó los niveles de innovación financiera y los determinantes de la innovación en los países de bajos ingresos. En particular, los autores construyeron un nuevo enfoque para estimar las tasas de brecha tecnológica, y se construyó un modelo censurado para establecer sus determinantes. Los resultados muestran que los países de ingresos bajos varían mucho en términos de innovación financiera. La competencia, la inclusión financiera y el acceso bancario constituyen los principales determinantes de la innovación financiera.

Mejía & Gil (2018) exploraron aquellas variables que influyen en la inclusión financiera en algunos países de América Latina, mediante el uso de la técnica econométrica de datos de panel,

con base en información proporcionada por el Global Findex del Banco Mundial y el Anuario Estadístico del Banco Mundial. CEPAL (Comisión Económica para América Latina), durante el período comprendido entre 2007 y 2015. La muestra incluye 7 países, a saber, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México y Perú. Los resultados indican que la inclusión financiera tiene una relación positiva y significativa con el valor del PIB per cápita, de manera que cuanto mayor sea el nivel de ingresos de las familias, mayor será la participación en el sistema financiero y, en consecuencia, mayor será el grado de Inclusión financiera. Por otro lado, la variable deuda pública, muestra que un alto nivel de endeudamiento dificulta la inclusión financiera, por lo que su relación es negativa.

En el siguiente trabajo de investigación llevado a cabo en el país de Chile, misma que lleva por título “Efectos de la inclusión financiera sobre la incidencia del ahorro. Implicancias del programa Caja Vecina en Chile”, la objetividad de esta investigación se centra en la evaluación de un programa financiero denominado CajaVecina, llevando a discusión el vínculo existente entre este servicio financiero y el fortalecimiento de la bancarización. Basadas en la idea establecida en este trabajo investigativo, estipulando que la implantación de un servicio financiero como lo representa Caja Vecina genera un impacto a favor de la bancarización, contribuyendo con el desarrollo económico. Los datos analizados por el autor provienen de la Encuesta de Protección Social, sugieren que los hogares chilenos ubicados en zonas rurales, la expansión gradual del programa CajaVecina entre comunas permitió utilizar la técnica de dobles diferencias para estimar el efecto promedio del programa, y entre los resultados se determinó que el programa aumento la tasa de incidencia del ahorro entre el 2 % y el 6.5 % (Retamal, 2018).

Bajo esta perspectiva el autor concluye que, el impacto que genera la potenciación de este tipo de programas financieros resulta beneficioso, dando por válida la hipótesis. Por lo tanto, en

relación al presente trabajo investigativo se define su pertinencia, al determinar como resultado que el impacto de la inclusión financiera correspondiente a CajaVecina o el programa bancario en el ahorro en Chile. A nivel macroeconómico, la literatura enfatiza la relación entre el desarrollo económico y la accesibilidad financiera. El canal principal a través del cual puede estimular el ahorro y el acceso a otros servicios bancarios es reducir los costos de transacción, lo que significa proximidad a los intermediarios financieros, versatilidad, acceso a la información y flexibilidad en los horarios.

Para continuar con el análisis de trabajos investigativos como referencia, se presenta la investigación, que lleva por título “La inclusión financiera para la inserción productiva y el papel de desarrollo”, misma que determina que la integración financiera cubre todas las iniciativas públicas y privadas, tanto de oferta como de demanda, para la prestación de servicios a hogares y pequeñas y medianas empresas (PYME), que tradicionalmente han sido excluidas formalmente de los servicios financieros, utilizando productos y servicios adaptados a sus necesidades. En el caso de Brasil la bancarización Tiende a contribuir a con la inclusión financiera de las pequeñas y medianas empresas, sin embargo, esto no garantiza dicha inclusión, que depende de la disponibilidad y el costo de los préstamos otorgados a las empresas (Perez & Titelman, 2018).

En general, las micro y pequeñas empresas tienen cuentas corrientes pertenecientes al propietario. El mayor acceso de los bancos a los sectores de comercio y servicios puede deberse a la mayor necesidad de aceptar pagos con tarjeta de crédito (crédito y débito) en comparación con otros sectores. El uso de tarjetas puede convertirse en una puerta de entrada al sistema financiero para las micro y pequeñas empresas, ya que el uso de tarjetas de débito y crédito ha crecido rápidamente en los últimos años.

Por lo tanto, se concluye que el nivel de bancarización por medio de tarjetas es alto en el segmento de micro y pequeñas empresas y es probable que cubra a todas las pequeñas y medianas empresas al considerar las semi formalidades. Sin embargo, el acceso a un banco no implica necesariamente un financiamiento que pueda estimular el dinamismo de las empresas y mejorar la integración financiera de las pymes en Brasil.

Dándole continuidad al análisis de los referentes empíricos, se considera relevante la integración de la investigación que lleva por título “El desarrollo de la banca electrónica y la aceptación de los clientes en los principales bancos de Perú”, investigación que se encuentra enfocado al desarrollo de la banca electrónica y la aceptación de los clientes de Lima, mediante la incorporación de tecnología al sistema bancario da como resultado un nuevo canal de atención denominado banca electrónica en donde los usuarios pueden realizar cualquier transacción bancaria desde una computadora o celular, incrementando así el nivel de bancarización en esta ciudad (Gonzales, 2017).

En el estudio analizado se comprende las principales razones por las que los clientes aún no logran adaptarse a la banca electrónica, identificada mediante la revisión y procesamiento de datos obtenidos a través de trabajo de campo realizado y el análisis de resultados que demuestren vinculación en las variables presentadas.

Basando su pertinencia de análisis, dado que determina que para incentivar el nivel de aceptación de los clientes hacia la banca electrónica sería importante fomentar su uso mediante entrega de incentivos, otro método de fomentar el uso de medios electrónicos bancarios se basa en dar a conocer los beneficios de la banca por internet y enseñar cómo utilizarla mediante publicidad.

Capítulo III

Diseño metodológico

Enfoque de la investigación

Los métodos de investigación cuantitativa enfatizan las mediciones objetivas y el análisis estadístico, matemático o numérico de los datos recopilados a través de encuestas, cuestionarios y encuestas, o mediante la manipulación de datos estadísticos preexistentes utilizando técnicas computacionales. La investigación cuantitativa se centra en recopilar datos numéricos y generalizarlos entre grupos de personas o explicar un fenómeno particular (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Con lo estipulado, se determina que el desarrollo de esta investigación comprende un enfoque cuantitativo con la finalidad de recopilar la mayor cantidad de información evidente y con ello llegar a posibles soluciones de acuerdo con la problemática que evidencia este trabajo investigativo. En este sentido, se desea evaluar la incidencia de los canales electrónicos y físicos en el crecimiento de la bancarización, mediante técnicas estadísticas; por ello, se lo considera parte de este enfoque ya que contendrá cuantificación, datos estadísticos, los cuales deben ser debidamente analizados para llegar a la toma de decisiones basada y resultados verídicos.

De la misma manera, es necesario dar a conocer cuáles son los tipos de investigación con los que cuenta este estudio como también sus niveles correspondientes.

Tipo de estudio

Correlacional

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) muestran lo siguiente sobre un estudio correlacional: “Son aquellos que asocian variables mediante un patrón predecible para un grupo o población” (pág. 93). Con ello, se determina que para el caso del presente estudio, las variables que se desea ver y analizar su correlación o asociación son los canales de servicios financieros y la bancarización en Ecuador.

Analítico

Así mismo, los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014) demuestran que el método analítico es aquel que: “Documenta decisiones o definiciones hechas al momento de analizar los datos. Desde cómo surge una categoría hasta el código que se le asigna o el establecimiento de una regla de codificación” (pág. 426). Por esta razón, se considera que este método estará encargado de ejecutar un procedimiento lógico que facilite la descomposición mental de un todo en partes y cualidades en sus múltiples relaciones, propiedades o componentes de acuerdo al tema del presente estudio.

Explicativo

Mientras que, los estudios explicativos según Hernández, Fernández y Baptista (2014) son aquellos que: “Pretenden establecer las causas de los sucesos o fenómenos que se estudian; ya que van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos que responden (...) a eventos y fenómenos físicos y sociales” (pág. 95). Con ello, se establece la explicación del comportamiento que poseen las variables intervinientes en este estudio, en qué condiciones se encuentra, como también explicar el porqué de su relación.

Modelo econométrico

Para cumplir con el objetivo de analizar la incidencia de los canales de los servicios financieros en el crecimiento de la bancarización en Ecuador en el periodo 2014-2018, mismo que se encuentra detallado en el proceso de esta investigación; se requiere de la aplicación de un modelo econométrico con el fin de conocer el comportamiento de las variables intervinientes.

Así mismo, es necesario detallar que las variables de estudio deben ser de logaritmo natural, debido a que estos pueden ser interpretados en porcentajes, mostrando resultados eficientes en comparación con la forma funcional de un modelo lineal simple (Ehrlich, 1996). En este sentido el modelo queda de la siguiente forma:

$$LNB = \beta_0 + LNCA\beta_{LNCA} + LNI\beta_{LNI} + LNO\beta_{LNO} + \mu_i$$

Dónde:

LNB: Bancarización

LNCA: Canal (Cajero automático)

LNI: Canal (Internet)

LNO: Canal (Oficina)

El signo esperado de las variables es β_{LNCA} , β_{LNI} y $\beta_{LNO} > 0$, lo que implica que a medida que aumentan los canales de servicios financieros, aumentarán la bancarización en Ecuador.

Pruebas post estimación

Finalmente, se deben aplicar pruebas de diagnóstico adicionales para verificar la especificación correcta del modelo, como la prueba de normalidad Jarque bera test, la prueba de correlación serial Durbin Watson y Breusch-Godfrey, la prueba de heterocedasticidad Breusch-

pagan test, prueba de normalidad de los errores se usó el test de Jarque Bera y para la detección de la multicolinealidad se usó Factor de Inflación de la Varianza.

Técnicas de recopilación de información

Para el presente trabajo de investigación se utilizó información de fuente secundaria proveniente Superintendencia de Bancos y Seguros, de la cual se obtuvo datos relacionados a los niveles de transacción medido como número de cuentas aperturadas.

Adicionalmente, se obtuvo información de los canales financieros como: cajeros automáticos, banca telefónica, banca móvil y banca en línea. Lo anteriormente descrito esta medido como el número de transacciones que se hicieron en los canales financieros.

Tanto la bancarización como los canales financieros son de carácter anual durante el periodo comprendido entre el 2014 al año 2018. En cambio, para determinar la incidencia de los canales electrónicos y físicos en el crecimiento de la bancarización se utilizó la base de datos de forma mensual en el mismo periodo.

Variables de la investigación

Independiente: Canales de servicios financieros

Dependiente: Bancarización en Ecuador

Operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores
Independiente			
Canales de servicios financieros	Los servicios financieros son un sector cada vez más influyente de la economía moderna, estos se refieren a una amplia gama de actividades más específicas, como la banca, la inversión y los seguros, limitándose a la actividad de las empresas de servicios financieros y sus profesionales, mientras que los productos financieros son los bienes, cuentas o inversiones reales que proporcionan (Tuesta & Camara, 2015).	Canales financieros	<ul style="list-style-type: none"> • # de transacciones realizadas en cajeros automáticos • # de transacciones realizadas en banca telefónica • # de transacciones realizadas en banca móvil • # de transacciones realizadas en banca en línea

Dependiente**Bancarización**

La bancarización no solo supone ventajas y beneficios para los bancos al aumentar sus cifras de negocio, sino que existe un amplio consenso en que contribuye al desarrollo económico de los países, mejorando la asignación de recursos. Las diferencias en las cifras de bancarización entre España y Latinoamérica son mayores que las que se justificarían si solo tenemos en consideración las diferencias de renta (Ruiz, 2007).

Bancarización

- # de cuentas aperturadas

Fuente: Autora

Análisis de los resultados

Evolución de la bancarización

La evolución de la bancarización en el período 2014-2018 se puede apreciar de acuerdo al total de cuentas aperturadas a nivel nacional.

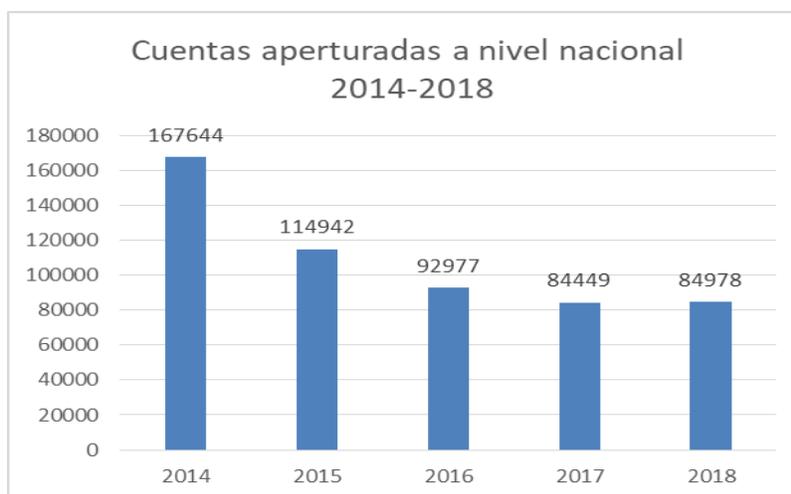


Figura 9. Cuentas aperturadas. Adaptado de Superintendencia de Bancos y Seguros 2019

El número de transacciones para aperturar cuentas a nivel nacional en año 2015 fue de 92.977 y vieron un decrecimiento (-31 %) con respecto al año 2014 (114.942), posteriormente en el año 2016 se realizaron 84.449 transacciones de esta naturaleza donde volvió a verse un decrecimiento de estas (-19 %). Esta tendencia decreciente se mantuvo hasta el año 2017 donde se realizaron 84.978 transacciones (-9 %) y en el año 2018 vio un incremento menor de solo 1 %.

A continuación se presenta el análisis por cuentas aperturadas por bancos, en la figura 10 se presenta la evolución de la bancarización del Banco Pichincha durante el periodo 2014 al 2018, en este sentido, se observa que en el año 2014 el banco aperturó 45156 cuentas para el año 2015 este valor se redujo a 33265 a una tasa de -26%, para el 2016 la cifra se redujo a 23249 cuentas a

una razón del -30%, en el 2017 la cifra presentó un incremento de 23557 cuentas a una tasa de crecimiento del 1% y para el 2018 las cuentas abiertas aumentaron a 24372 a una tasa del 3%.

De acuerdo con Tobar (2020), menciona que “muchos segmentos poblacionales no han sido atendidos de manera adecuada, tanto en oportunidad en la entrega de créditos, plazos no adecuados y sobre todo tasas de interés demasiado altas” (p.3). Lo anteriormente mencionado sugiere que, uno de los posibles motivos de la baja bancarización en el Ecuador se debe a que existe un bajo acceso de la población ecuatoriana hacia estos servicios financieros siendo que en los últimos 15 años la bancarización ha sido del 50%.

Otro factor que menciona Tobar (2020), es que “la falta de acceso al sistema financiero por parte de este gran segmento de la población ha ocasionado que se incrementen las prácticas de préstamos al margen de la ley” (p.4). Esta cita hace referencia a que en el país no se han hecho los esfuerzos necesarios para fomentar el uso del sistema financiero.

Otro factor importante a tomar en cuenta lo menciona Rivadeneira (2019) “uno de los detalles en este sentido es que la población en su mayoría dependía de canales de intermediarios informales, ya sea por la falta de infraestructura o por la ubicación distante de las entidades financieras formales” (p.108).

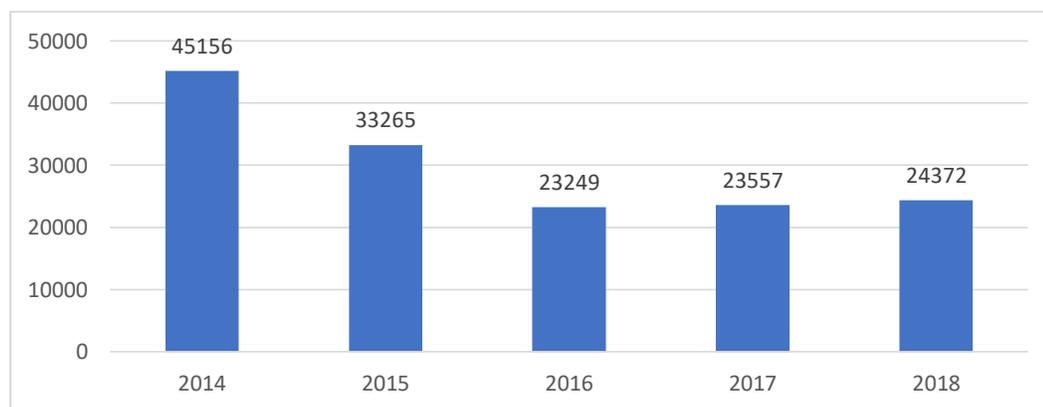


Figura 10. Cuentas aperturadas Banco Pichincha. Adaptado de Superintendencia de Bancos y Seguros 2019

En la figura 11 se presenta la evolución de la bancarización del Banco Guayaquil durante el periodo 2014 al 2018, en este sentido, se observa que en el año 2014 el banco abrió 26403 cuentas para el año 2015 este valor se redujo a 19233 a una tasa de -27%, para el 2016 la cifra se redujo a 16124 cuentas a una razón del -16%, en el 2017 la cifra presentó una caída de 13811 cuentas a una tasa de crecimiento del -14% y para el 2018 la cuentas abiertas aumentaron a 14125 a una tasa del 3%.

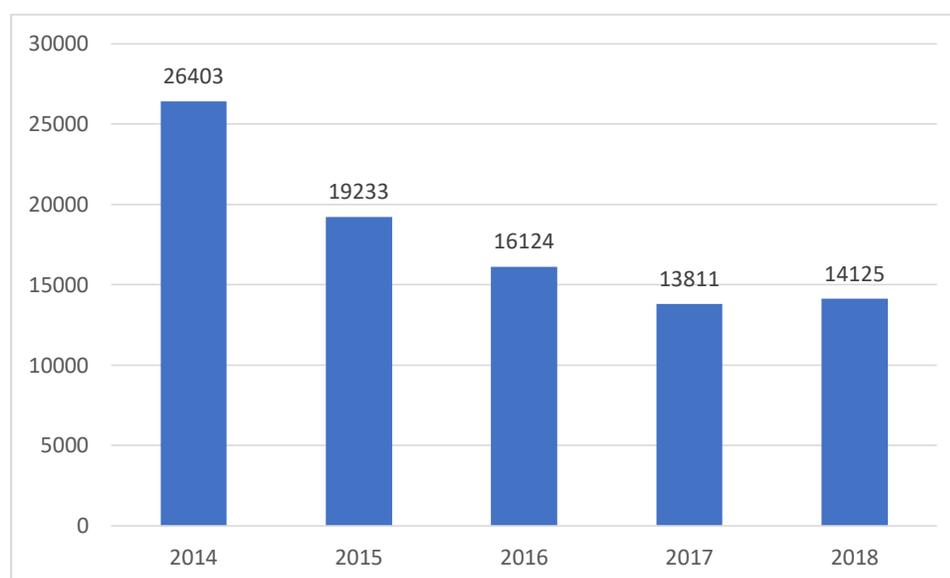


Figura 11. Cuentas abiertas Banco Guayaquil. Adaptado de Superintendencia de Bancos y Seguros 2019

En la figura 12 se presenta la evolución de la bancarización del Banco Pacifico durante el periodo 2014 al 2018, en este sentido, se observa que en el año 2014 el banco abrió 14534 cuentas para el año 2015 este valor se redujo a 9545 a una tasa de -34%, para el 2016 la cifra se redujo a 7859 cuentas a una razón del -18%, en el 2017 la cifra presentó una caída de 7072 cuentas a una tasa de crecimiento del -10% y para el 2018 la cuentas abiertas aumentaron a 7565 a una tasa del 7%.

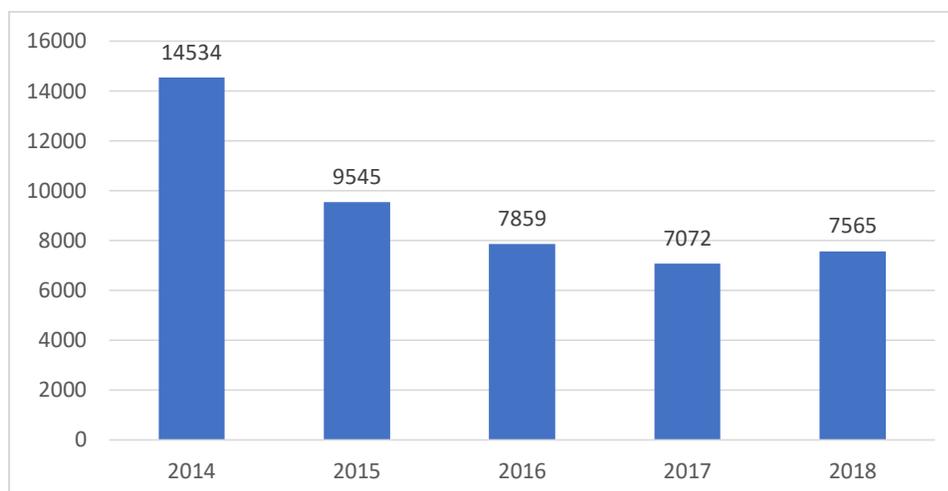


Figura 12. Cuentas aperturadas Banco Pacifico. Adaptado de Superintendencia de Bancos y Seguros 2019

En la figura 13 se presenta la evolución de la bancarización del Banco Produbanco durante el periodo 2014 al 2018, en este sentido, se observa que en el año 2014 el banco aperturó 4941 cuentas para el año 2015 este valor se incrementó a 7920 a una tasa de 60%, para el 2016 la cifra se redujo a 6175 cuentas a una razón del -22%, en el 2017 la cifra presentó una caída de 5844 cuentas a una tasa de crecimiento del -5% y para el 2018 la cuentas aperturadas aumentaron a 6697 a una tasa del 15%.

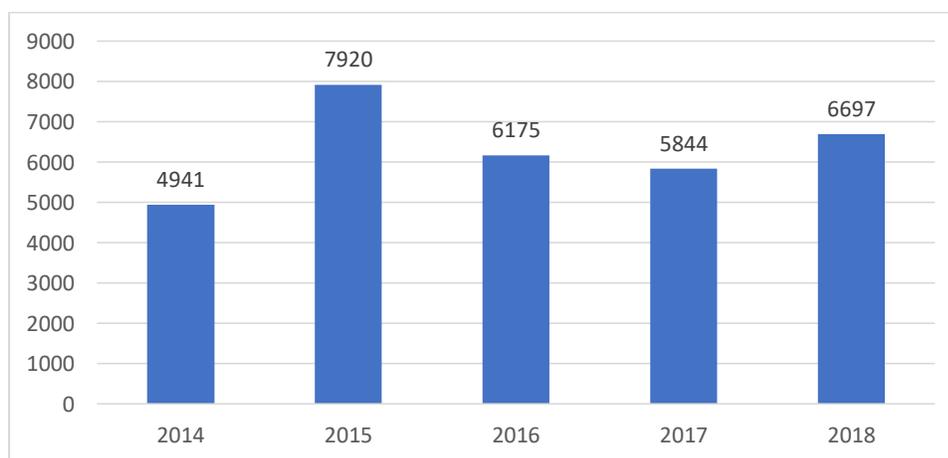


Figura 13. Cuentas aperturadas Banco Produbanco. Adaptado de Superintendencia de Bancos y Seguros 2019

En la figura 14 se presenta la evolución de la bancarización del Banco Bolivariano durante el periodo 2014 al 2018, en este sentido, se observa que en el año 2014 el banco abrió 12485 cuentas para el año 2015 este valor se redujo a 10692 a una tasa de -14%, para el 2016 la cifra se redujo a 6479 cuentas a una razón del -39%, en el 2017 la cifra presentó una caída de 5844 cuentas a una tasa de crecimiento del -6% y para el 2018 las cuentas abiertas decrecieron a 4837 a una tasa del -21%.

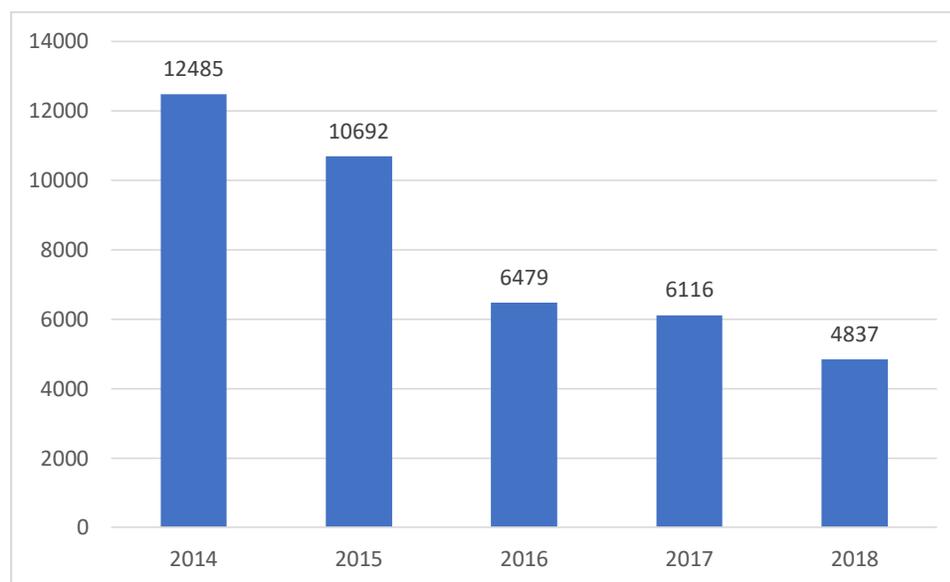


Figura 14. Cuentas abiertas Banco Bolivariano. Adaptado de Superintendencia de Bancos y Seguros 2019

En la figura 15 se presenta la evolución de la bancarización del Banco Internacional durante el periodo 2014 al 2018, en este sentido, se observa que en el año 2014 el banco abrió 15985 cuentas para el año 2015 este valor se redujo a 11592 a una tasa de -27%, para el 2016 la cifra se redujo a 9798 cuentas a una razón del -15%, en el 2017 la cifra presentó una caída de 8794 cuentas a una tasa de crecimiento del -10% y para el 2018 las cuentas abiertas decrecieron a 7666 a una tasa del -13%.

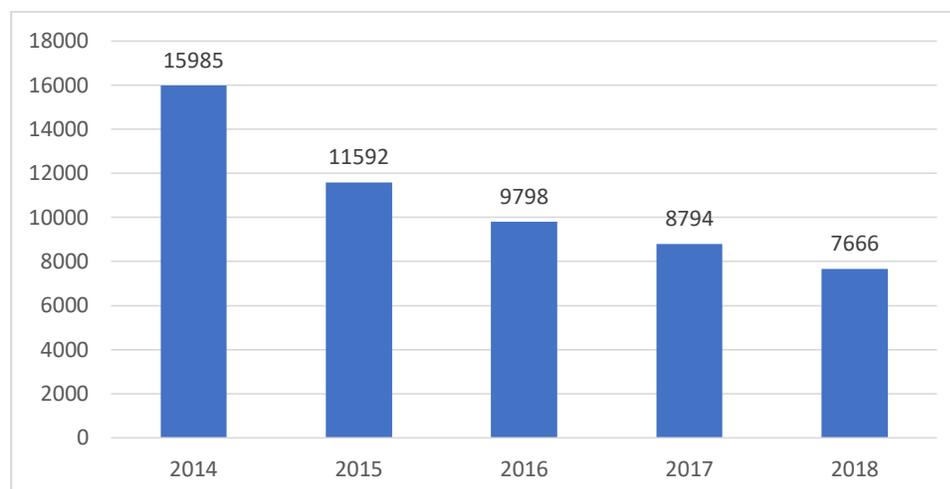


Figura 15. Cuentas aperturadas Banco Internacional. Adaptado de Superintendencia de Bancos y Seguros 2019
Canales financieros

Cajeros automáticos

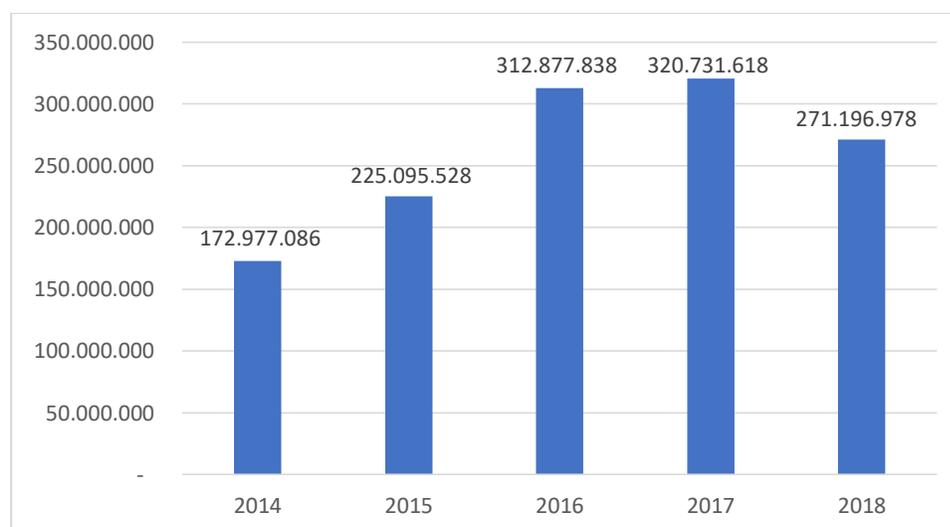


Figura 16. Cajeros automáticos. Adaptado de Superintendencia de Bancos y Seguros 2019

El uso de los cajeros automáticos ha experimentado una tendencia de incremento en las transacciones realizadas por los usuarios en el período estudiado, en el 2015 fue de 225.095.528 representando un aumento del 30% respecto al año anterior (2014); en el 2016 el número de transacciones registradas fue de 312,877,838 un total de incremento del 39 %; en el 2017 el

incremento fue de solo 3 % y por último en el año 2018 se vio un reducción del -15 % respecto al año anterior (2017).

El uso de este canal financiero ha presentado un incremento importante debido a su fácil manejo y servicio ofrecido, se puede decir que esta es la manera habitual en que las personas adquieren dinero en efectivo y actualizan algunos datos de sus tarjetas, de manera que se justifica su incremento.

Banca telefónica

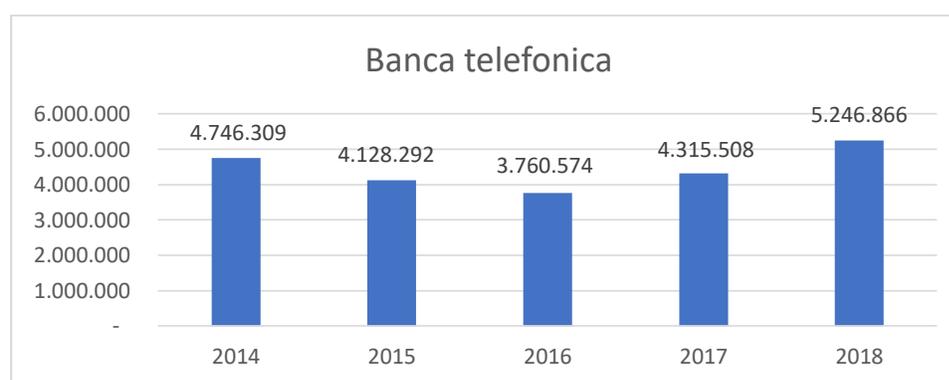


Figura 17. Banca telefónica. Adaptado de Superintendencia de Bancos y Seguros 2019

Por su parte la banca telefónica presenta una reducción de -13 % en el año 2015 con un total de 4.128.292 teniendo en cuenta los datos del año 2014 que presentaron 4.746.309; en el año 2016 mantuvo esta tendencia con una reducción del -9 % y un total de 3.760.574 de las transacciones realizadas por este canal financiero. A partir del año 2017 y en el año 2018 cambio a una tendencia positiva presentado un aumento de 15 y 22% respectivamente. La reducción en los años 2015 y 2016 pudo deberse al incremento del uso de otros canales financiero que para ese tiempo resultaban una alternativa más atractiva y fácil en comparación a los canales tradicionales, sin embargo, este canal financiero es uno de lo más usados.

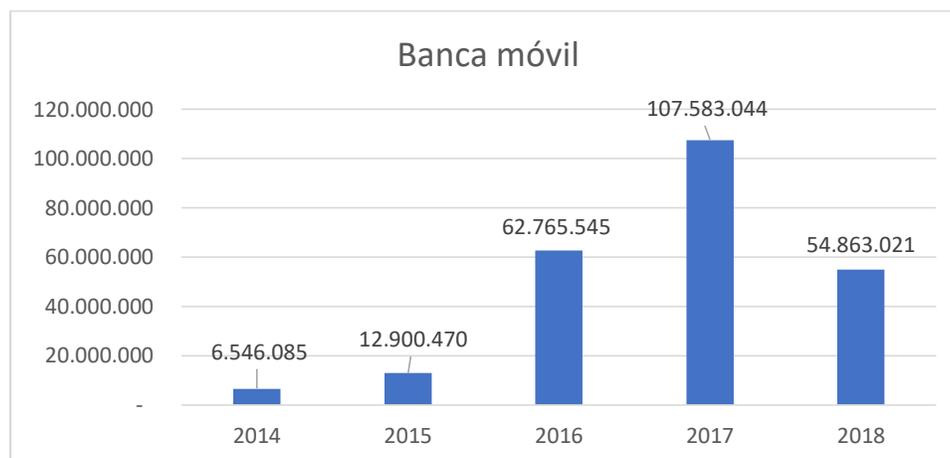
Banca móvil

Figura 18. Banca móvil. Adaptado de Superintendencia de Bancos y Seguros 2019

La banca móvil presentó un incremento constante en su número de transacciones con un total en el año 2014 de 6.546.085, en el año 2015 vio un aumento de 97 % con 12.900.470 transacciones; en el año 2016 presentó un importante aumento de transacciones con un total de 62.765.545 representando un incremento total de 387% respecto al año anterior; en el año 2017 mantuvo esta tendencia e incrementó en 71 % con un total de 102.583.044 transacciones por este canal; por último en el año 2018 sufrió una reducción del 49 %.

Las transacciones realizadas por este canal son de las que más han visto incremento en el período estudiado, motivado a la modernización y uso tecnológico por la mayoría de la población.

Banca en línea

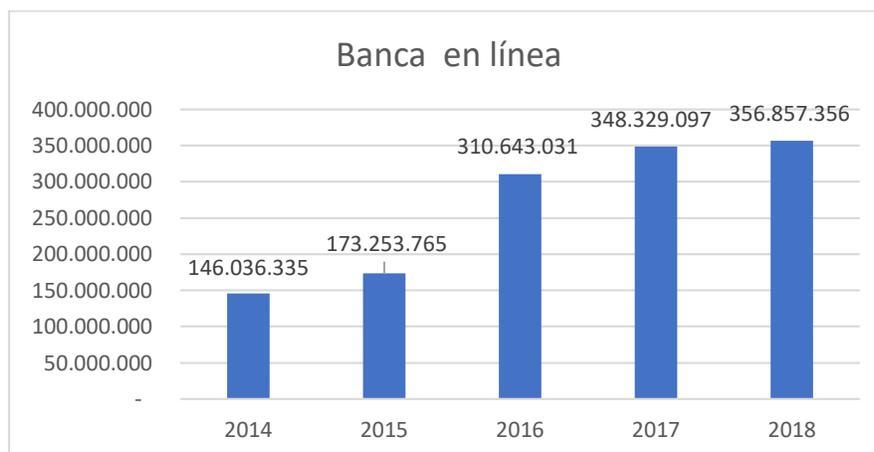


Figura 19. Banca en línea. Adaptado de Superintendencia de Bancos y Seguros 2019

El registro de las transacciones en el año 2014 fue 146.036.335, mientras que en el año 2015 fue de 173.253.765 representando así un aumento del 19 %; en el año 2016 experimentó otro aumento con un total de 310.643.031 dejando ver un aumento del 79% al año anterior (2015). En el año 2017 se mantuvo esta tendencia de crecimiento, pero esta vez solo el 12% y un total 348.329.097 transacciones; y por último en el año 2018 se vio un incremento de 2%.

La banca móvil presenta una tendencia de crecimiento constante, esto resulta lógico puesto que los usuarios hacen uso cada vez más de este tipo de canal financiero esto se debe a la de protagonismo que han perdido en el país los canales tradicionales como lo podrían ser las agencias bancarias debido a los problemas de movilización, tiempo y atención que estos podrían acarrear.

Total de transacciones de canales financieros

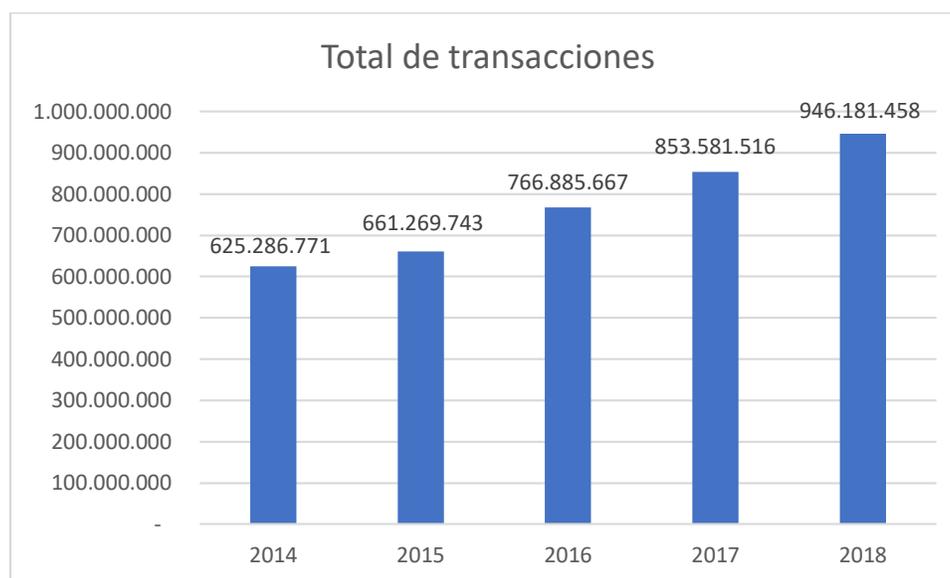


Figura 20. Total de transacciones. Adaptado de Superintendencia de Bancos y Seguros 2019

Por último, se presentan los resultados del total de transacciones a través de los canales financieros a nivel nacional en el período 2014- 2018, donde se observa un comportamiento creciente siendo que en el año 2014 las transacciones realizadas en los canales financieros fueron de 625 millones, en el 2015 la cifra aumentó a 661 millones de transacciones a una tasa del 5.75%, para el 2016 el número de transacciones por canales financieros crecieron en 766 millones a una razón de 15.97%, en el 2017 la cifra se incrementó a 853 millones de transacciones a una tasa de crecimiento de 11.3% y para el 2018 las transacciones por canales financieros presentaron subieron en 946 millones a una tasa del 10.85%

Canales financieros por institución financiera

Banco Pichincha

Los resultados de los canales financieros utilizados por el Banco Pichincha sugieren que el canal más utilizado es la oficina con un 45%, seguido por el POS-Tarjetas de crédito que

representa el 28%, luego están los cajeros automáticos con un 13%, luego esta el internet con una participación del 5%, la banca celular y telefónica tienen una participación cada una del 3%, finalmente se ubican el corresponsal bancario, POS- Tarjeta de débito y el Terminal autoservicio – kiosco con un 1% de participación.

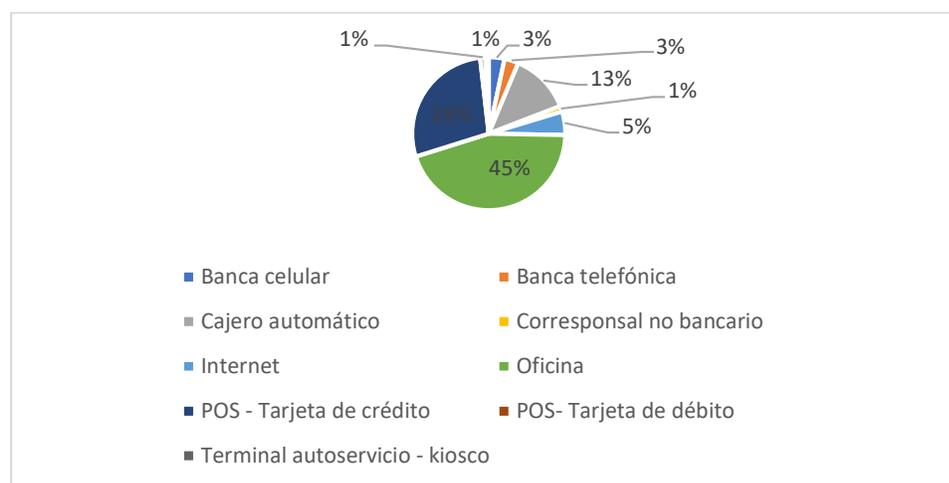


Figura 21. Canales financieros, Banco Pichincha. Adaptado de Superintendencia de Bancos y Seguros 2019

Banco Guayaquil

Los resultados de los canales financieros utilizados por el Banco Guayaquil sugieren que el canal más utilizado es la oficina con un 49%, seguido por el POS-Tarjetas de crédito que representa el 27%, luego están los cajeros automáticos con un 10%, luego está el POS- Tarjeta de débito con una participación del 6%, el internet tiene un porcentaje de 4%, la banca celular y el corresponsal bancario poseen una participación del 2% y el Terminal autoservicio – kiosco con un 1% de participación.

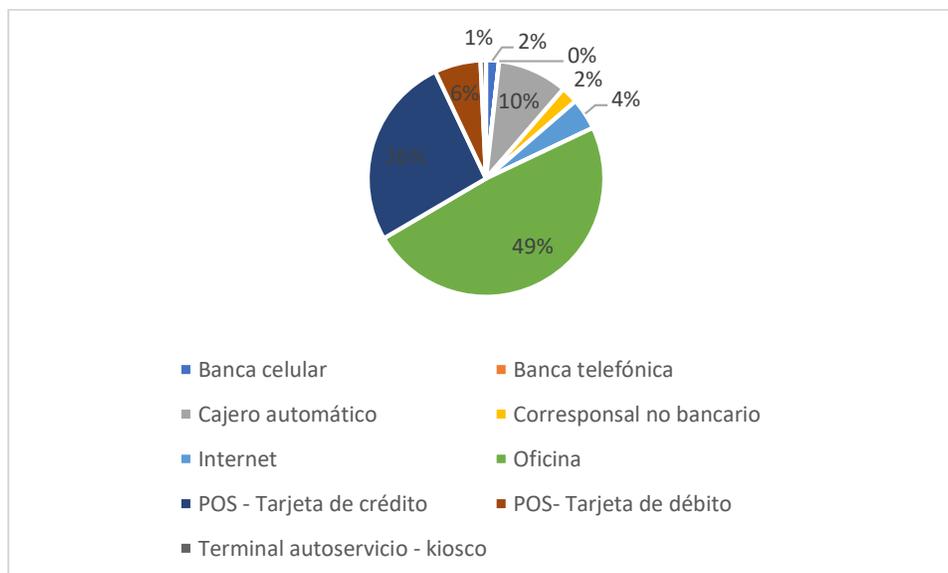


Figura 22. Canales financieros, Banco Guayaquil. Adaptado de Superintendencia de Bancos y Seguros 2019

Banco Pacifico

Los resultados de los canales financieros utilizados por el Banco Pacifico sugieren que el canal más utilizado es el POS-Tarjetas de crédito con un 46%, seguido por la oficina que representa el 33%, luego están los cajeros automáticos con un 6%, luego está el internet con una participación del 4%, el Terminal autoservicio – kiosco y la banca telefónica con un 3%, la banca celular y POS- Tarjeta de débito tienen un 2% de participación cada uno y el corresponsal no bancario con el 1% de participación.

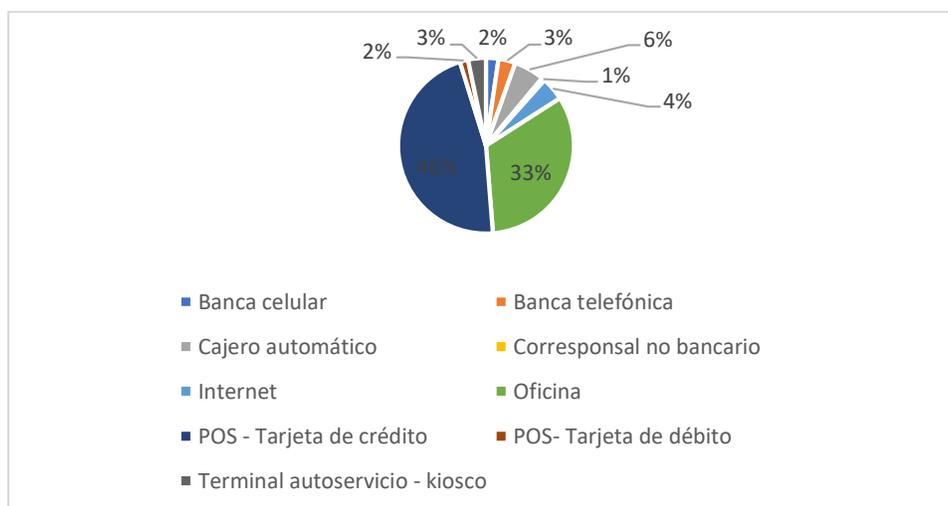


Figura 23. Canales financieros, Banco Pacifico. Adaptado de Superintendencia de Bancos y Seguros 2019

Banco Produbanco

Los resultados de los canales financieros utilizados por el Banco Produbanco sugieren que el canal más utilizado es la oficina con un 33%, seguido por la banca telefónica que representa el 20%, luego está el internet con un 15%, después se ubica la banca celular con una participación del 14%, los cajeros automáticos tienen una participación del 11%, el POS - Tarjeta de crédito tiene una tasa de participación de 5%, el POS- Tarjeta de débito posee el 2% y las visitas tienen el 1%.

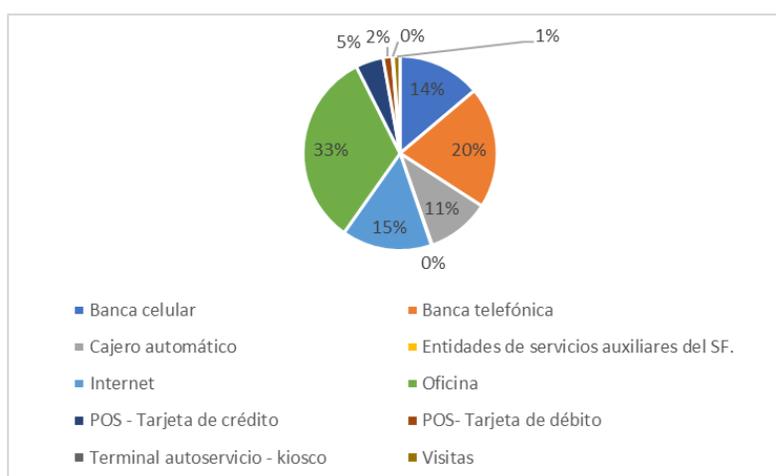


Figura 24. Canales financieros, Banco Pacifico. Adaptado de Superintendencia de Bancos y Seguros 2019

Banco Bolivariano

Los resultados de los canales financieros utilizados por el Banco Bolivariano sugieren que el canal más utilizado es la oficina con un 33%, seguido por el POS - Tarjeta de crédito que representa el 33%, luego están el internet y los cajeros automáticos con un 11% cada uno, después se ubica el POS- Tarjeta de débito con una participación del 5%, la banca telefónica posee un 3%, el corresponsal no bancario tiene un 2% de participación y el terminal autoservicio – kiosco con la banca celular poseen el 1% de participación cada uno.

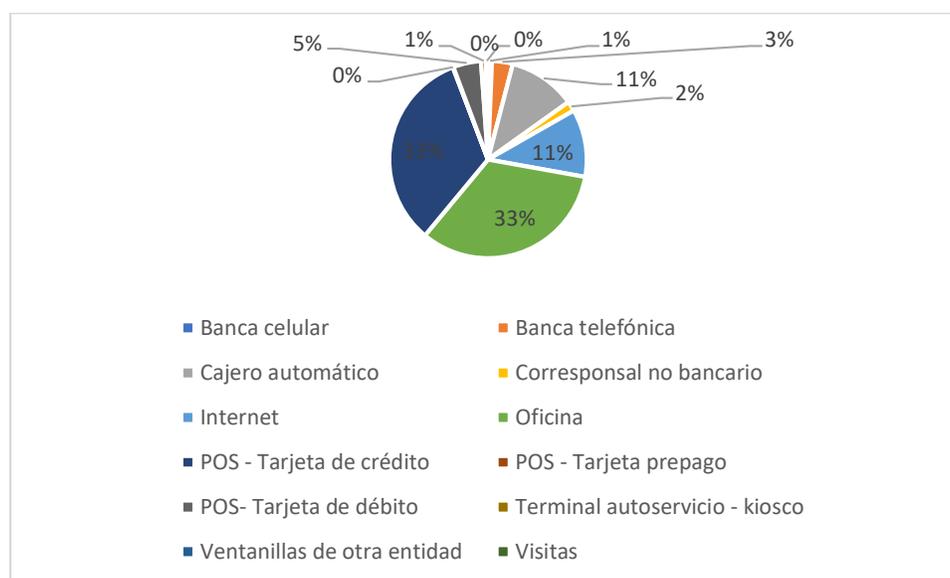


Figura 25. Canales financieros, Banco Bolivariano. Adaptado de Superintendencia de Bancos y Seguros 2019

Banco Internacional

Los resultados de los canales financieros utilizados por el Banco Internacional sugieren que el canal más utilizado es el POS - Tarjeta de crédito con un 54%, seguido por la oficina que representa el 36%, luego están el internet y los cajeros automáticos con un 3% cada uno, después se ubica el POS- Tarjeta de débito con una participación del 2%, la banca telefónica posee un 3% y el celular cada una tiene una participación del 1%.

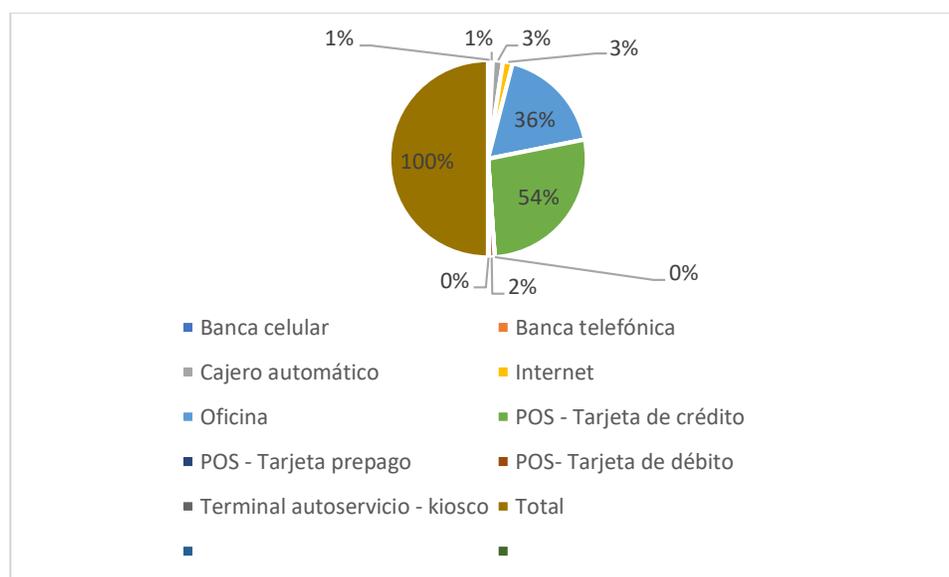


Figura 26. Canales financieros, Banco Internacional. Adaptado de Superintendencia de Bancos y Seguros 2019

Uso de canales financieros

Tabla 2

Uso de canales financieros

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Internet	1,335,119,584	36.47%
Cajero Automático	1,302,879,048	35.59%
POS-Tarjeta de Crédito	354,292,947	9.68%
Banca celular	244,658,165	6.68%
Corresponsal No bancario	230,365,917	6.29%
POS-Tarjeta de Debito	150,813,310	4.12%
Banca telefónica	22,197,549	0.61%
Terminal autoservicio-Kiosko	16,730,486	0.46%
Entidades de servicios auxiliares del SF.	3,983,734	0.11%
POS-Tarjeta de prepago	7,346	0.00%
Total	3,661,048,086	100%

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros 2019

La tabla 2 muestra la frecuencia de uso de los canales financieros donde el internet es el canal más utilizado abarcando 36.47% de las transacciones, seguido por el cajero automático con el 35.59% del total de las transacciones, luego está el POS-Tarjeta de crédito con el 9.68%, la banca

celular se ubica en cuarto lugar con el 6.68%, después está el corresponsal no bancario con el 6.29%, el POS-Tarjeta de débito posee el 4.12%, la banca telefónica abarca el 0.61% del total de las transacciones, el terminal autoservicio-Kiosko ocupa el octavo lugar con el 0.46%, las entidades de servicios auxiliares del SF se encuentra con el noveno lugar con el 0.11% y el POS-Tarjeta de prepago se ubica en último lugar con 0%.

Relación Bancarización frente a los canales financieros

La tabla 3 muestra los resultados de un modelo econométrico en el que se observa que la relación entre los canales de los servicios financieros influye negativamente en la bancarización. En este sentido, para el canal de cajeros automáticos se observa que a medida que se incrementen las transacciones por este medio la tasa de bancarización disminuye en 0.36%, siendo esta variable significativa al 1%. Con respecto al canal del internet se observa que un incremento de las transacciones por internet en 1%, provocan una disminución de la tasa de bancarización en un 0.39%, siendo esta variable significativa al 1%. Finalmente, el canal de servicios en oficina también presenta una relación negativa con la bancarización, sin embargo, la misma no es significativa, es decir, no explica a la tasa de bancarización.

Tabla 3
Modelo econométrico

LNB	Coef.	Std. Err.	t	P>t
Constante	21.857092	1.312005	16.659	< 2e-16 ***
LNCA	-0.364910	0.137901	-2.646	0.0105 *
LNI	-0.392303	0.091359	-4.294	7.04e-05 ***
LNO	-0.001544	0.020660	-0.075	0.9407

Nota: Niveles de significancia 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Fuente: elaboración propia

Pruebas de diagnostico

Autocorrelación

La figura 27 muestra el gráfico de residuos en el eje Y versus a los residuos rezagados 1 periodo en el eje de las X. El gráfico sugiere que de forma visual de ambos ejes se comporta de forma lineal lo que implicaría la existencia de la autocorrelación.

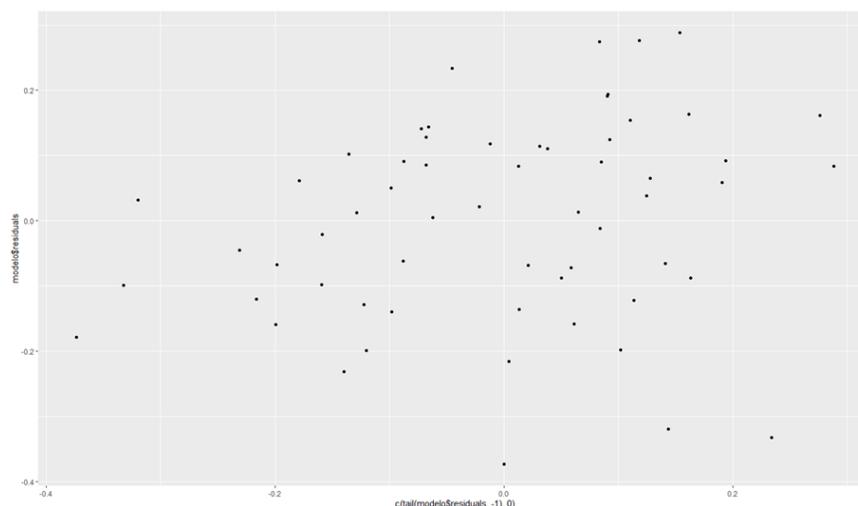


Figura 27. Gráfico de residuos. Elaboración propia

La tabla 4 presenta los resultados para detectar si existe Autocorrelación, para ello se usaron las pruebas de Breusch-Godfrey y Durbin-Watson, los resultados sugieren que existe Autocorrelación debido a que la prueba de Breusch Godfrey muestra un valor P inferior al 5%, lo que rechaza la hipótesis nula de no Autocorrelación. A pesar de que la prueba de Durbin Watson tiene un valor p del 0%, se va a atenuar el problema por medio del método de Newey West que corrige los errores estándar del modelo sin alterar los coeficientes.

Tabla 4

Pruebas de diagnóstico (Autocorrelación)

Pruebas de Diagnostico	valor p
Breusch-Godfrey	0.0545
Durbin's alternative test for autocorrelation	0.00408

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 5 se presentan el modelo corregido:

Tabla 5
Modelo econométrico corregido por el método Newey West

LNB	Coef.	Std. Err.	t	P>t
Constante	21.857092	1.6871587	12.9550	< 2e-16 ***
LNCA	-0.364910	0.1694845	-2.1531	0.0356361*
LNI	-0.392303	0.1075934	-3.6462	0.000584***
LNO	-0.001544	0.0061238	-0.2521	0.8019064

Fuente: Elaboración propia

Heterocedasticidad

La figura 28 muestra el gráfico de residuos en el eje Y versus a los valores predichos en el eje X. El gráfico sugiere que de forma visual ambos ejes para comportarse de forma homocedastica.

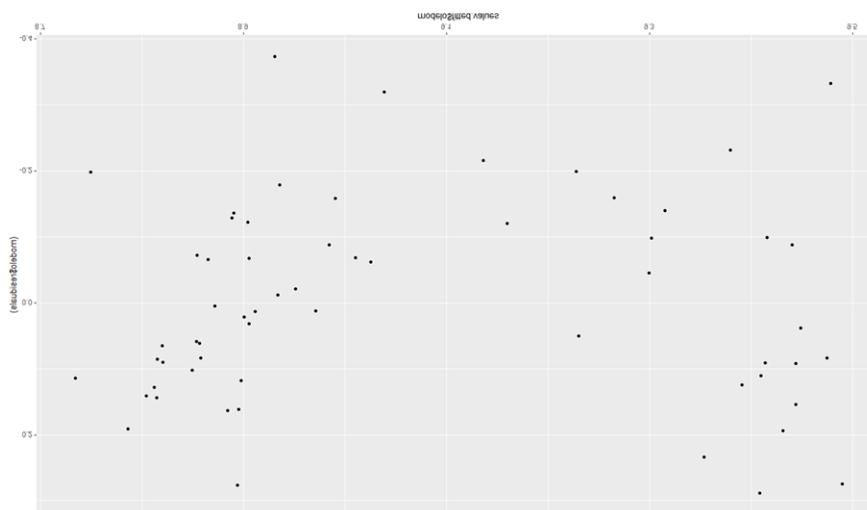


Figura 28. Gráfico de valores predichos. Elaboración propia

La tabla 6 presenta los resultados para detectar si existe heterocedasticidad, para ello se usó el test estandarizado de Breusch-Pagan , los resultados sugieren que el modelo es homocedastico

debido a que los test de Breusch-Pagan y de varianza no constante muestra un valor P superior al 5%, lo que no rechaza la hipótesis nula de no heterocedasticidad.

Tabla 6
Pruebas de diagnóstico (heterocedasticidad)

Pruebas de Diagnóstico	valor p
Test estandarizado de Breusch-Pagan	0.3612
Prueba de varianza no constante	0.154

Fuente: Elaboración propia

Normalidad de los errores

La tabla 7 presenta los resultados para detectar si los errores del modelo siguen una distribución normal, para ello se usó el test de Jarque Bera, los resultados sugieren que el modelo sigue una distribución normal debido a que el test muestra un valor P superior al 5%.

Tabla 7
Pruebas de diagnóstico (normalidad de errores)

Pruebas de Diagnóstico	valor p
Test de Jarque Bera	0.5148

Fuente: Elaboración propia

Multicolinealidad

En la tabla 8 se presenta los resultados de la prueba de diagnóstico del Factor de Inflación de la Varianza (VIF¹), donde se observa que los valores de todas las variables independientes son menores a 10 indicando la no presencia de multicolinealidad.

Tabla 8
Pruebas de diagnóstico (Multicolinealidad)

	LNCA	LNI	LNO
VIF	3.395644	3.268398	1.085599

Fuente: Elaboración propia

Resumen y discusión de los resultados

¹ VIF: Por sus siglas en inglés "Variance Inflation Factor"

Los resultados con respecto a la bancarización sugieren que el Ecuador durante el periodo de estudio 2014 al 2018 ha presentado una tendencia decreciente en la apertura de nuevas cuentas, lo cual no significa necesariamente una reducción en la bancarización, el decrecimiento puede deberse a que las personas que ya abrieron una cuenta (por ejemplo en el año 2014) no volverían a hacer este trámite en los años siguientes, por lo que resulta lógico la reducción de este.

Por último, se presentan los resultados del total de transacciones a través de los canales financieros a nivel nacional en el período de estudio revelaron que la evolución que ha presentado este tipo de servicio, en ella se deja ver una tendencia creciente lo que indica un aumento del número de transacciones conforme. En este sentido, de forma gráfica se pudo observar que existe una relación inversa entre las variables de estudio, de acuerdo a estos indicadores sugieren que la bancarización ha estado experimentando una disminución a nivel nacional y que se debe en gran medida a la implementación o al uso de los canales financieros.

Lo observado de forma gráfica se contrasta con lo determinado por el modelo de regresión lineal puesto que se encontró que los canales de servicios financieros relevantes para el sistema financiero como: cajero automático, internet y oficina, presentaron una relación negativa con la bancarización. Presentando los siguientes coeficientes que afectan a la bancarización siendo estos:

- Cajero automático (-0.36%)
- Internet (-0.39%)
- Oficina (-0.001%)

Una explicación que se le puede dar a esta relación es que al existir varios canales para realizar las transacciones financieras por ejemplo, los corresponsales no bancarios como “Mi vecino” o el “Banco del Barrio” permiten realizar transferencias y pagos sin la necesidad de aperturar una cuenta ahorros o corriente en un banco. En este sentido, las personas no tienen la necesidad de abrir una cuenta bancaria para poder realizar una transacción debido a la existencia de los distintos canales financieros que facilitan el desarrollo de las transacciones financieras.

Capítulo IV

Propuesta

Tema

Diseño de campaña estratégica de comunicación para la promoción del uso del servicio Terminal autoservicio kiosko.

Introducción

En el desarrollo de la presente propuesta, se demuestra el compromiso que se trata de evocar en los ciudadanos del país ecuatoriano; fomentando motivación a los mismos ante el uso de los distintos servicios digitales o electrónicos bancarios existentes. Esto se pretende lograr, dado a que estas personas por lo general desde años atrás han estado acostumbradas a recibir los servicios de cualquier entidad financiera del Ecuador de manera personalizada, asintiendo directamente a sus instalaciones o centros; sin tomar en cuenta el tiempo que podrían ahorrar al conocer y hacer uso de un “Terminal autoservicio Kiosko”.

Según uno de los bancos que mayores movimientos presenta; en este caso el Banco del Pacífico (2018) demuestra que:

La cantidad de usuarios y la incidencia del internet en América Latina, ha permitido la tendencia de impulsión de canales electrónicos y digitales; siendo estos servicios seguros, intuitivos, atractivos; facilitando de esta manera el camino a los usuarios para que estos mismos se auto sirvan de los servicios que ofrecen los bancos en la actualidad (p. 11).

De esta manera, se pretende incentivar a los ciudadanos al uso de estas facilidades que brindan distintas entidades bancarias existentes en el Ecuador. El desarrollo de esta propuesta se enfatiza en dar a conocer los beneficios que brinda una “Terminal de auto servicio Kiosko”, a través de una campaña publicitaria; debido a que actualmente, algunos bancos no toman en consideración el impacto que podría generar la implementación de cierto tipo de publicidad, dado a que su

mayor atención y preocupación suele radicar en el tiempo que se han mantenido en el mercado o a la capacidad de llegar a más clientes sin introducir nuevos métodos estratégicos.

Por esta razón, se lleva a cabo el desarrollo de la presente propuesta; misma que estará enfocada a dar a conocer algunos beneficios de los cuales se puede servir el usuario al hacer uso de los Kioscos de autoservicios que poseen distintas entidades bancarias; viéndose reflejado el diseño de la campaña estratégica de comunicación.

Objetivo

Diseñar la campaña estratégica de comunicación para la promoción del uso de las terminales de autoservicio Quiosco de diversas entidades bancarias.

Justificación

Bajo el contexto de desarrollo de la campaña estratégica de comunicación se estima fomentar en los usuarios manejar procesos digitales para realizar sus movimientos o consultas bancarias, con el fin de satisfacer sus necesidades; para ello, se dará a conocer a través del diseño de la presente campaña estratégica de comunicación, los beneficios que comprenden los kioscos de autoservicios.

Un kiosco de autoservicio no es más que una facilidad que se le ofrece al cliente, proporcionando la realización de transacciones como consulta, impresión de saldos y estados de cuenta, solicitud de chequeras, impresión de certificados bancarios y bloqueo de tarjetas de débito o crédito, entre otras afinidades.

Con respecto a la comunicación con los clientes, se determina que la información a emitir, debe ser acorde con los beneficios que llegarían a obtener los mismos, al optar por los servicios financieros electrónicos que ofertan los bancos, brindando de esa manera un servicio de calidad y

por ende, desarrollar en los usuarios una percepción positiva ante el uso de estos medios; en este caso ante el uso de los Kioscos de Autoservicio, considerándolo como un canal viable para la realización de transacciones bancarias.

Otra de las finalidades del diseño de la presente campaña estratégica de comunicación, será el dar a conocer las garantías de seguridad que presentan, dado a que muchos usuarios evitan el uso de estos canales por distintas razones, una de ellas es la desconfianza, provocando de esa manera un bajo uso de estos servicios financieros electrónicos.

Por tal motivo, la importancia del desarrollo de esta propuesta, incentivando a que estos medios mantengan una buena acogida, quitando de ese modo el enigma por el que se ha presentado un bajo uso por parte de los usuarios; dándole a conocer al usuario que, a través del uso de los Kioscos de autoservicios, los mismos pueden ahorrar tiempo y dinero.

Estrategia por realizar

Las estrategias comunicacionales por realizarse mantienen la objetividad de motivar a los usuarios a utilizar los servicios financieros electrónicos que ofrece la banca, para esto se va a utilizar publicidad bajos medios digitales y físicos, que motiven a los usuarios a dar apertura a sus cuentas desde la banca electrónica.

Estrategia de testimonio

En el desarrollo de esta estrategia, se define la participación de personas que ya han utilizado este tipo de servicio, teniendo como objetividad brindar constancia de la utilidad y seguridad de los mismos, esta información o testimonios llega a manos de los demás usuarios en forma de publicidad.



Figura 29. Estrategia de testimonio. Elaboración propia

Como se evidencia, esta estrategia va a permitir que personas que quizás no hagan uso de este tipo de medios (quioscos), se inclinen ante la utilización de este, ya sea por la experiencia contada o compartida en un momento dado por aquella persona que, si hace uso del medio y como se mencionó anteriormente, esta estrategia se la hace llegar de forma publicitaria.

Tabla 9
Estrategia de testimonio

	Descripción	Recursos	Responsables	Costo
Estrategia de testimonio	Se convoca a personas conocidas en los medios (radio) para que den a conocer sus testimonios acerca del uso de los Quioscos con los que cuentan ciertas entidades bancarias. Todo ello, mediante la publicidad en medios offline.	* Recurso humano (personas conocidas en los medios – radio)	Gerente de marketing Persona conocida en el medio Director de la radio	\$200,00 mensuales por pautas comerciales los días lunes, martes y jueves.

Fuente: Elaboración propia

Estrategia de información

Esta estrategia se enfoca en la recopilación de toda la información relevante con respecto a los servicios financieros electrónicos de la banca, destacando la ventaja de hacer uso de la misma, con el fin de que los usuarios conozcan su utilidad a través de afiches y trípticos.



Figura 30. Estrategia de información. Elaboración propia

Al conocer los beneficios que brinda un quiosco de cualquier entidad bancaria, los usuarios se verán inmersos al uso de dicho medio tecnológico; ya que logran conocer las diversas ventajas que se obtienen con el uso de dicho medio, permitiendo satisfacer las necesidades de los usuarios.

Tabla 10
Estrategia de información

	Descripción	Recursos	Responsables	Costo
Estrategia de información	Se transmitirá la información a través de afiches y trípticos los cuales tendrán toda la información relevante acerca del servicio y sus beneficios, ubicándolos en los sectores estratégicos para que la información llegue a los usuarios de forma precisa. De la misma manera, existirá una persona encargada de brindar información sobre el uso del sistema financiero electrónico, en los autos servicios, brindando una atención personalizada y amigable para evitar riesgos de rechazo ante el uso de este servicio.	Recurso humano: *Personas que entreguen afiches y volantes * Supervisor *Material pop	*Gerente de comunicación * Personas encargadas de entregar los afiches y volantes * Supervisor (jarras, esferos, libretas)	Personal que entrega volantes \$200 c/u Material pop \$250

Fuente: Elaboración propia

Estrategia online (redes sociales)

En la actualidad también se considera de gran importancia mantener un impacto mediante medios digitales, por lo tanto, parte de la información recopilada se publicará en la red social Facebook, por ser un canal de comunicación que maneja millares de personas, por otro lado, también se estima manejar esta información de manera formal mediante la generación y envío de correos, tratando de llegar a más personas.

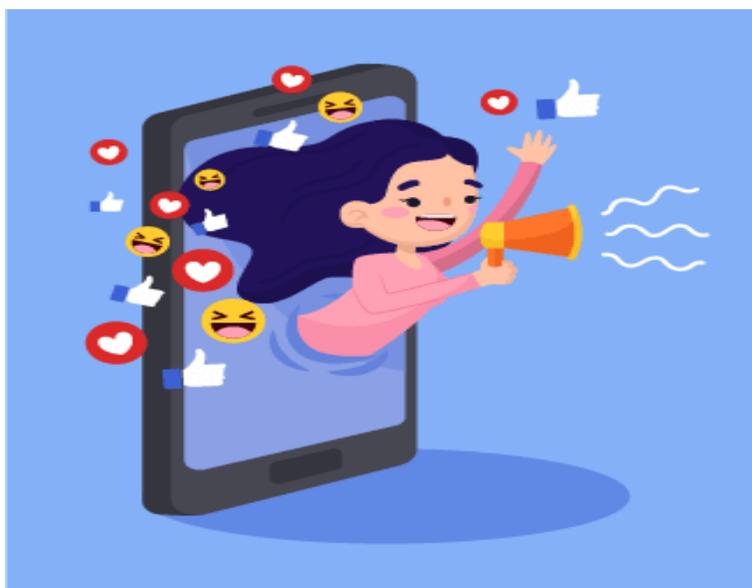


Figura 31. Estrategia online. Elaboración propia

Se comprende que, uno de cada dos ecuatorianos es usuario del sistema financiero formal. Por esta razón, es necesario dar a conocer a través del medio digital los servicios o los beneficios con los que cuenta este tipo de autoservicio; de la misma manera se puede decir que las entidades bancarias han trabajado en reducir la brecha apoyando la bancarización e inclusión, mediante programas de educación financiera y productos dirigidos a estas personas que mantiene la costumbre de llevar un proceso financiero de carácter formal.

Tabla 11
Estrategia online

	Descripción	Recursos	Responsables	Costo
Estrategia online	La información precisa extraída de volantes y afiches se extenderá en las redes sociales para llegar de manera específica a todos nuestros clientes de la misma manera ampliando la información con una atención más personalizada al atender dudas, reclamos e información a través del chat online en nuestras redes y páginas web, adicionalmente enviando toda la información pertinente por correo electrónico así como en las notificaciones al ingresar al portal web de la banca.	Personal encargado de redes sociales, correo y página web Creador del contenido informativo Material: internet, página web	*Gerente de marketing	Personal encargado de redes sociales, correo y página web \$350 Creador de contenido informativo &200 Internet \$80 mensual Página web \$100 anuales

Fuente: Elaboración propia

Estrategia de posicionamiento

La presente estrategia se la pretende desarrollar para para que los usuarios conozcan más sobre los beneficios que se consiguen al usar estos autoservicios. Además, que el consumidor durante sus actividades de vida cotidiana, tenga en mente este tipo de servicio para que no sea olvidado fácilmente; este tipo de estrategia es un tanto agresiva, pero a su vez efectiva.



Figura 32. Estrategia de posicionamiento #1

Dicho proceso de estrategia se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 12
Estrategia de posicionamiento

	Descripción	Recursos	Responsables	Costo
Estrategia de posicionamiento	Esta estrategia se la va a realizar mediante las activaciones en feriados nacionales, presencia en locales comerciales, publicidad en taxis de busca mantener la marca y promoción del auto servicio en la mente de cada uno de los clientes.	* Promotores (exclusivamente feriados y centros comerciales) * Contratación de publicidad en rótulos electrónicos para taxis	* Gerente de marketing	Promotores \$15 diarios c/u Publicidad de rótulos electrónicos para taxis \$30 mensual

Fuente: Elaboración propia

Acciones y Beneficios del quiosco

Como se puede apreciar, cada una de estas estrategias comunicacionales, serán desarrolladas en la campaña estratégica, para lo cual es necesario dar a conocer a detalle a través de dichas estrategias planteadas anteriormente, los beneficios con los que cuenta un Terminal autoservicio quiosco; con la finalidad de incentivar a los usuarios hacer uso del mismo.

A continuación, se muestran cada una de las acciones que se pueden realizar por este medio tecnológico.



Figura 33. Terminal autoservicio quiosco. Elaboración propia

- Consultar saldos
- Solicitar chequeras
- Conocer los requisitos para abrir cuentas de ahorro o corriente
- Solicitar requisitos para crédito hipotecario
- Transferencias internas
- Imprimir referencias
- Consulta / impresión de requisitos para solicitar una tarjeta PacifiCard.
- Consulta de millas
- Bloqueo de tarjeta de crédito, entre otros afines.

Por consiguiente, se considera que uno de los beneficios que ofrece un Terminal autoservicio Kiosco, son los siguientes:

- Transacciones 24 horas los 7 días de la semana.

- Consulta de saldos e impresión de movimientos, estados de cuenta, referencias, de una manera sencilla y rápida.
- Permite acceder a los servicios ingresando usuario y contraseña de la banca virtual, clave de tu tarjeta de débito o clave de tarjeta de crédito PacifiCard.
- Cobertura de varios Kioscos de Autoservicio operativos a nivel nacional en las agencias y centros virtuales correspondientes a la entidad bancaria.
- Seguridad y comodidad al realizar las transacciones en línea.

Tabla 13
Cronograma

Semanas Estrategias	MES 1				MES 2				MES 3			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Estrategia de testimonio (radio)												
Estrategia de información (afiches, volantes, etc.)												
Estrategia online (redes sociales)												
Estrategia de posicionamiento (Ferias durante los feriados nacionales)	Esta estrategia será aplicada en los días festivos nacionales (feriados) durante los 3 primeros meses.											

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14
Presupuesto

Recursos	Cantidad	Costo por unidad	Fuente de financiamiento	Monto total
Materiales	Afiches (A3 papel couche full color)	0,15	Autora	\$45,00
	Volantes (A5, papel couche full color)	0,50		\$50,00
	Carteles publicitarios	2		\$30,00
	Rótulos electrónicos (taxi)			\$30,00 mensual
Humanos	Persona vinculada al medio (radio)		Propia	\$200,00 mensual
	Persona encargada de entregar volantes, afiches, etc.			\$200,00 mensual
	Promotores para feriado			\$15,00 diario
	Personal encargado de redes sociales			\$350,00
Gastos varios	Internet			\$800,00 mensual
	Página web			\$100,00 anual
Total				\$ 1820,00

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

En relación con los referentes teóricos bajo los cuales se desarrolló la investigación, se determina que existe un amplio conjunto de conocimiento que brindan bases sólidas entorno a la bancarización, mencionando varias teorías que resultan relevantes para poder abordar el tema planteado en el presente trabajo investigativo. Adicionalmente, uno de los beneficios relacionados al tema de la bancarización se afianza en el aumento del nivel de ingresos de las personas que usan los recursos económicos para llevar a cabo nuevas actividades económicas y generar fuentes de ingresos, beneficios sociales, lo que les permite conectarse en la sociedad para la formación de grupos económicos que permiten el intercambio de experiencias al usar productos y servicios financieros inclusión, permitiendo a todos usar los productos de las instituciones financieras de acuerdo con su nivel de ingresos y economía.

Se determinó la evolución de los canales financieros y la bancarización durante el periodo 2014 al 2018. Los resultados sugieren que en cuanto a la bancarización presentó un comportamiento decreciente siendo que pasó en el año 2014 a un valor de 167 mil cuentas aperturadas al 2018, la cifra disminuyó en 84 mil cuentas, lo que representó una caída del 49%. Sin embargo, se presentó lo contrario con respecto a los canales financieros, donde el número de transacciones realizadas pasaron de 625 millones en el 2014 al 2018 presentó un incremento del 51%.

Basados en la evaluación de la incidencia que presentan los canales electrónicos en relación al incremento de la bancarización, determina bajo la aplicación de un modelo econométrico que los coeficientes de los aspectos evaluados arrojaron un resultado negativo, en relación a los cajeros automáticos, se determinó que la tasa de bancarización ha disminuido en 0.36%, por otro lado con respecto a los canales basados en el internet, se estipula un decrecimiento del 0.39%,

adicionalmente el aspecto de servicios en oficina presento valores negativos, pero a su vez estos no fueron significativos, por lo que no son considerados en la tasa de bancarización, en general los aspectos evaluados determinaron que la bancarización a nivel regional ha decaído en puntuación porcentual.

Por otra parte, se puede decir que el uso de las estrategias dan resultados positivos y se pueden palpar con datos exactos como es en el caso de la estrategia online la que permitirá a partir de las herramientas que se utilicen, saber cuál es el impacto y a qué tipo de personas ha llegado la información, ofreciendo datos específicos como edad, ubicación geográfica, sexo entre otras, las cuales ayudan de gran manera para el análisis de esos datos, la toma de decisiones y conocer si la estrategia funciona de manera positiva, en cuanto a los canales físicos, para el crecimiento se podrá notar un mayor nivel de aceptación en el uso de los autoservicios, dado que existirá mayor circulación de automóviles en dicho servicio, todas estas campañas estratégicamente planteadas son positivas para el crecimiento de la promoción de la información para llegar de manera efectiva a cada uno de los clientes, obteniendo una retroalimentación mediante la aceptación de la información y la respuesta activa que tenga el cliente.

Recomendaciones

En relación con los resultados negativos obtenidos en los análisis estadísticos empleados para cada aspecto que inciden en el índice de bancarización. Por lo tanto, se determinó la necesidad de la creación de una campaña comunicacional en la cual se motive a los usuarios a la utilización de las herramientas que brindan los banco mediante los canales financieros, creados para dar facilidad a las diferentes transacciones que realiza, esto bajo el objetivo de dar a conocer las ventajas brindadas.

Por lo tanto se recomienda poner en marcha la campaña estratégica de comunicación, planteada en el presente documento, brindando la información necesaria, y socializando la importancia y utilidad que presentan los servicios financieros electrónicos, al aplicar esta socialización se estima incrementar el nivel de los usuarios que optan servicios bancarios puede aumentar así los sectores estratégicos se esfuerzan por ofrecer productos y servicios de cada sector para mejorar las condiciones de vida de la población y ofrecer productos y servicios financieros a todos los sectores urbanos y rurales de la población.

Se recomienda para futuros estudios buscar variables que puedan incidir de forma positiva a la bancarización como lo pueden ser las tasas de interés por operaciones crediticias o los montos de créditos otorgados por la banca. De tal manera que los resultados entre estas variables sirvan para fomentar que el aumento de las cuentas aperturadas.

Bibliografía

- Acosta, M., & Guerra, A. (2018). Evolución y perspectivas del dinero electrónico en el Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 569-584.
- Amieva, J., & Urrita, B. (2015). Crisis bancaria: causas, costos, duración, efectos y opciones de política. *Serie politica fiscal*, 68-73.
- Argando, A. (2016). El pensamiento economico de Milton Friedman. *Revista Universidad Eafit*, 10-34.
- Banco del Pacífico . (2018). *Memoria de sostenibilidad*. Guayaquil : Editorial Bien - Hecho S.A.
- BBVA. (2019). Recuperado el septiembre de 2019, de <https://www.bbva.com/es/banca-movil-canales-fisicos-nichos-ingresos-sistema-financiero/>
- Borja, R. (2018). *Enciclopedia de la Política*. Recuperado el septiembre de 2019, de http://www.encyclopediadelapolitica.org/teoria_de_la_inversion/
- Casas, J. (2016). La Función Consumo: Síntesis y Perspectivas. *Revista Universidad Eafit*, 1-15.
- Cermeño, R. (2015). *Desarrollo financiero, Crecimiento y volatilidad*. CEMLA.
- Crespo, K. (2018). *El comportamiento de la inversion, tasa de interes e inflasion*. UTMACH.
- Dominguez, D. (2015). *Analisis de la estructura del ingreso, gasto y ahorro mediante la funcion de Keynes*. Loja: UIDE.
- Ehrlich, I. (1996). Crime, punishment, and the market for offenses. . *Journal of Economic Perspectives*, 10(1), 43-67.

El Telégrafo. (17 de mayo de 2017). Cuentas virtuales y servicios digitales son las nuevas tendencias que impulsa la banca. Recuperado el julio de 2019, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/cuentas-virtuales-y-servicios-digitales-son-las-nuevas-tendencias-que-impulsa-la-banca>

Fitz, V. (2017). Desarrollo financiero y crecimiento económico: una visión crítica. *Principios*.

FMI. (2015). Perspectivas económicas. *Estudios económicos y financieros*.

Fontin, J. R., & Lin, S. W. (2019). Comparison of banking innovation in low-income countries: A meta-frontier approach. *Journal of Business Research*, 97, 198-207.

Forcadell, F. J., & Aracil, E. (2017). Sustainable banking in Latin American developing countries: Leading to (mutual) prosperity. *Business Ethics: A European Review*, 26(4), 382-395.

Gallizo, J. L., Moreno, J., & Salvador, M. (2018). The Baltic banking system in the enlarged European Union: the effect of the financial crisis on efficiency. *Baltic Journal of Economics*, 18(1), 1-24.

García Osorio, N. (diciembre de 2016). Evolución de la banca privada después de la crisis financiera en el Ecuador 2000-2010. *Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE*. Sangolquí. Recuperado el agosto de 2019, de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/11688/4/Evolucion%20de%20la%20banca%20privada.pdf>

Gomez, L., & Pinto, E. (2015). *Bancarizacion y los costos financieros*. Bucaramanga: Universidad Santo Tomas.

- Gonzales, A. (2017). *El desarrollo de la banca electrónica y la aceptación de los clientes en los principales bancos de Perú*. Lima: Universidad San Iganacio.
- Gotman, L. (2016). *Fundamentos de inversiones*. Pearson .
- Heffernan, S. (2005). *Modern banking*. London: John Wiley & Sons.
- Hernández, J. (2015). El papel del desarrollo financiero como fuente del crecimiento económico. *Revista Finanzas y Política Económica*.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación 6ta edición* . México D.F: Mc Graw Hill.
- Kleynjans, L., & Hudon, M. (2016). A study of codes of ethics for Mexican microfinance institutions. *Journal of business ethics*, 134(3), 397-412.
- Medina, D. (2015). Bancarizaciion, utilizacion de servicios electronicos. *Revista Ciencia UNEMI*, 16 - 27.
- Mejía, J., & Gil, E. (2018). Financial inclusion in Latin America 2007-2015: Evidence using panel data analysis. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 9(5), 237-237.
- Morales, L., & Yañez, A. (2016). *La bancarizacion en chile*. Santiago: SBIF.
- Morettini, M. (2015). *Principales teorías macroeconomicas sobre el consumo*. Argentina: Universidad Nacional.
- Muraleedharan, D. (2014). *Modern banking: theory and practice*. Dehli: PHI Learning Pvt. Ltd.
- Perez, E., & Titelman, D. (2018). *La inclusión financiera para la inserción productiva y el papel de desarrollo*. Santiago: Naciones Unidas.

- Pinzon, J., & Ballesteros, J. (2016). *Proceso de Bancarización en los países del mila*. Armenia: Universidad, EAFIT.
- Polo, M., & Angulo, R. (2017). *Relación del ingreso disponible con el consumo privado según la teoría Keynsiana*. Trujillo: Universidad Antenor.
- Prado, J. (2017). *Informe Anual*. Quito: ASOBANCA.
- Preuss, L., Barkemeyer, R., & Glavas, A. (2016). Corporate social responsibility in developing country multinationals: identifying company and country-level influences. *Business Ethics Quarterly*, 26(3), 347-378.
- Quiroz, G. (2015). Revisa la situación financiera de la banca ecuatoriana a marzo de 2015. *El Comercio*. Recuperado el julio de 2019, de <https://www.elcomercio.com/datos/bancaecuatoriana-utilidades-rentabilidad-crecimiento-sistema-financiero.html>
- Retamal, Y. (2018). *Efectos de la inclusión financiera sobre la incidencia del ahorro. Implicancias del programa Caja Vecina*. Economías y negocios. Universidad de Chile.
- Reyes, A. (2017). Crecimiento de la economía ecuatoriana. *Revista Espacios*, 1-15.
- Rivadeneira, C. J. (2019). *Los sistemas de pago del Banco Central del Ecuador como promotor de la inclusión financiera y bancarización, periodo 2011-2016*. Quito: Tesis de pregrado, PUCE.
- Rodríguez, S., & Riaño, F. (2016). Determinantes del acceso a los productos financieros. *Estudios Gerenciales*.

- Rojas Suarez, L., & Pacheco, L. (2017). *BBVA Research. Índice de prácticas regulatorias para la inclusión financiera en América Latina: Facilitadores, Promotores y Obstaculizadores*. Recuperado el julio de 2019, de <https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2017/08/Practicas-regulatorias-para-la-inclusion-financiera-en-America-Latina-2017.pdf>
- Ruez, A., & Cruz, F. (2016). Las hipótesis de Fisher en Latinoamérica: un análisis. *Revista Finanzas y Política Económica*.
- Ruiz, J. (2007). La Bancarización en Latinoamérica. Un desafío para los grupos bancarios españoles. *Banco de España. Estabilidad Financiera, 13*. Madrid. Recuperado el agosto de 2019, de <https://www.bde.es/f/webbde/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/RevistaEstabilidadFinanciera/07/Fic/IEF200713-6.pdf>
- Saiden, C. T. (2009). Bancarización: una aproximación al caso colombiano a la luz de América Latina. *Estudios Gerenciales, 25(110)*, 13-37.
- Tapia, E. (12 de febrero de 2018). 73% de las transacciones bancarias se realizan en línea. *El Comercio*. Recuperado el julio de 2019, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/transacciones-banca-internet-aplicaciones-digitales.html>
- Tejeda, L. (2018). ¿Cómo y cuándo se inventaron los bancos? (L. Diario, Ed.) Recuperado el septiembre de 2019, de <https://listindiario.com/economia/2018/03/25/507842/como-y-cuando-se-inventaron-los-bancos>
- Tobar, L. (2020). Evolución del sistema financiero en el Ecuador. *Notas de Economía, 10*, 1-16.

- Tobar, M. (2017). *Superintendencia de Bancos*. Recuperado el julio de 2019, de Subdirección de Estadísticas y Estudios: http://estadisticas.superbancos.gob.ec/portalestadistico/portalestudios/wp-content/uploads/sites/4/downloads/2018/05/Inclusion_financiera_dic_17.pdf
- Tuesta, D., & Camara, N. (2015). *Inclusión financiera y sus determinantes*. BBVA.
- Urbiola, P., & Tuesta, D. (2015). *Extendiendo el acceso al sistema financiero formal*. BBVA.
- Villacrés Maurad, O. (2015). Crecimiento de la Bancarización en la Ciudad de Loja en el periodo comprendido año 2000 a 2012. *Tesis de grado presentada como requisito para la obtención del Título de Magister en Administración Bancaria y Finanzas de la Universidad San Francisco de Quito. Colegio de Postgrados*. Quito. Recuperado el 2019, de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/4915/1/121564.pdf>

Apéndice

Base de datos

Año	Bancarización	Cajero Automático	Internet	Oficina
ene-14	17408	12496868	11468960	54628341
feb-14	14162	11430540	12936610	52445460
mar-14	16258	12880462	13724932	50954163
abr-14	14735	13817543	11727592	57089746
may-14	13637	13791785	12794655	97249441
jun-14	13191	13170289	12113520	53638095
jul-14	13570	16023539	11705945	57725937
ago-14	13854	14814362	10997151	57284732
sep-14	15142	15242844	11063866	55132940
oct-14	13423	14716918	11942677	62024881
nov-14	11533	14615944	11208515	92521101
dic-14	10731	19975992	14351912	57108333
ene-15	11129	15349808	11432287	48951005
feb-15	9376	13579277	10930983	52497480
mar-15	14583	16855610	12261489	69781494
abr-15	10446	17618016	13533041	52634357
may-15	9398	16389402	11802181	53445920
jun-15	9657	17334533	13187924	56928414
jul-15	9936	17776830	13337415	55855587
ago-15	9012	20845317	12625583	51108892
sep-15	8337	19466726	14792878	61185435
oct-15	8430	19737954	17378941	63828675
nov-15	7479	19541977	18617645	71251314
dic-15	7159	30600078	23353398	1.5755E+11
ene-16	7810	24804097	19800254	57355843
feb-16	7306	25451839	21449960	63500682
mar-16	8498	26455249	26682793	66954838
abr-16	8577	27037452	25440504	70191517
may-16	9603	26315370	26137515	108745887
jun-16	8233	24883130	27309693	67688577
jul-16	7490	25070961	24749313	66415421
ago-16	7644	26661304	28415883	41656369
sep-16	7971	23198894	24178807	72414517
oct-16	6371	25587512	27246943	70577728
nov-16	6515	25105356	26649992	66987307
dic-16	6959	32306674	32581374	40136439

ene-17	7606	25057774	26634084	55548206
feb-17	6119	20937996	22379215	73033845
mar-17	7769	28137830	30100681	82733743
abr-17	6630	27066548	27419167	82215375
may-17	7670	28810010	30214559	84145294
jun-17	6514	26247260	29029440	89550603
jul-17	7423	26041102	29266844	84691717
ago-17	7918	28264881	32144956	133249833
sep-17	7411	25405072	32577547	84970679
oct-17	7332	27355862	30849277	87903395
nov-17	6885	25497065	26155165	103567592
dic-17	5172	31910218	31558162	120149022
ene-18	7715	26372675	29267377	71771968
feb-18	6341	24520373	28190840	71011389
mar-18	7514	25441531	25794390	92956661
abr-18	7220	28856244	28981640	99028493
may-18	7633	27228960	31178492	102235044
jun-18	7646	18337047	27199625	105129945
jul-18	7494	21100036	31545558	99362996
ago-18	7552	18090472	32016213	112564581
sep-18	6845	18228873	28776989	103185710
oct-18	7463	21722009	34364911	103151147
nov-18	6351	19168619	31584518	94256390
dic-18	5204	22130139	27956803	85387255

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Solórzano Miranda Stephania Carolina, con C.C: # 0922205828 autor(a) del trabajo de titulación: Análisis de la incidencia de los canales de los servicios financieros en el comportamiento de la bancarización en Ecuador. Periodo 2014 - 2018 previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS** 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 graduación 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 graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 26 de noviembre de 2020

f.



Nombre: Solórzano Miranda Stephania Carolina

C.C: 0922205828

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Análisis de la incidencia de los canales de los servicios financieros en el comportamiento de la bancarización en Ecuador. Periodo 2014 - 2018		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Solórzano Miranda Stephania Carolina		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Econ. Álvarez Ordóñez Felipe David / Econ. Delgado Salazar Jorge Luis		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Administración de Empresas		
GRADO OBTENIDO:	Magíster en Administración de Empresas		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	26 de noviembre de 2020	No. DE PÁGINAS:	86
ÁREAS TEMÁTICAS:	Canales financieros, bancarización, sistema financiero.		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Bancarización, servicios financieros, sistema financiero.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>Existe la necesidad de analizar factores que faciliten el entendimiento del uso que le dan las personas a la banca electrónica y así poder sacar conclusiones para futuras - estrategias, con el fin de conseguir que las personas tengan la oportunidad de acceder a los servicios bancarios por su cuenta, en cualquier lugar y a cualquier hora, a través de las diferentes plataformas bancarias. En este sentido, el objetivo del presente trabajo de investigación fue analizar la incidencia de los canales de los servicios financieros en el crecimiento de la bancarización en Ecuador en el periodo 2014-2018. Para ello se obtuvieron los siguientes resultados: se determina que existe un amplio conjunto de conocimiento que brindan bases sólidas entorno a la bancarización, mencionando varias teorías que resultan relevantes para poder abordar el tema planteado en el presente trabajo investigativo. Basados en la evaluación de la incidencia que presentan los canales electrónicos en relación al incremento de la bancarización, determina bajo la aplicación de un modelo econométrico que los coeficientes de los aspectos evaluados arrojaron un resultado negativo, en relación a los cajeros automáticos, se determinó que la tasa de bancarización ha disminuido en 0.36%, por otro lado con respecto a los canales basados en el internet, se estipula un decrecimiento del 0.39%, adicionalmente el aspecto de servicios en oficina presento valores negativos, pero a su vez estos no fueron significativos.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593987660014	E-mail: stefy2892@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: María del Carmen Lapo Maza		
	Teléfono: +593-4-3804600		
	E-mail: maria.lapo@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):	