



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ECONOMIA Y FINANZAS
CARRERA DE ECONOMÍA

**TESIS DE GRADO PREVIO A
LA OBTENCION DEL TÍTULO
DE ECONOMISTA**

TEMA:

**EL BANCO DE BARRIO Y SU INCIDENCIA EN LAS ECONOMÍAS
FAMILIARES DE LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS DEL CANTÓN
QUEVEDO, DURANTE EL AÑO 2013**

AUTORA:

GINELDA ADRIANA MOLINA MÒRAN

DIRECTOR:

ECON. NIVALDO VERA VALDIVIEZO, MBA

QUEVEDO – ECUADOR

2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **MOLINA MORAN GINELDA ADRIANA** declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

GINELDA ADRIANA MOLINA MORÁN

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

El suscrito, Econ. Nivaldo Vera Valdiviezo, MBA, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la Egresada, Ginelda Adriana Molina Morán realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Economista titulada **“EL BANCO DEL BARRIO Y SU INCIDENCIA EN LAS ECONOMIAS FAMILIARES DE LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS DEL CANTÓN QUEVEDO DURANTE EL AÑO 2013”**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ECONOMÍA

Presentado al Consejo Directivo como requisito previo a la obtención del título de Economista

Aprobado:

Econ. Mario Pérez Arévalo, M.Sc.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

Econ. León Arguello Nunez
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

Econ. Lorena Arboleda, M.Sc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

QUEVEDO - ECUADOR

AÑO 2015

AGRADECIMIENTO

Quienes me han apoyado durante este proceso de culminación de mi tesis les doy mi gratitud.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo por darme la oportunidad de estudiar y por finalizar mis estudios

A mi director de tesis, MBA Nivaldo Vera Valdiviezo, que con sus ideas, experiencia y paciencia lograron la culminación de esta investigación

A mis profesores que durante mi etapa universitaria me brindaron sus conocimientos.

DEDICATORIA

A mis padres por sus consejos y apoyo incondicional, cuidándome y dándome fortaleza para continuar en el cumplimiento de mis objetivos.

A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy.

A mi compañero sentimental por su comprensión y ayuda en este proyecto.

INDICE

CONT.	PÁG.
Portada	i
Declaración de autoría y cesión de derecho.....	ii
Certificación del Director de Tesis.....	iii
Tribunal de Tesis.....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
Índice.....	vii
Resumen ejecutivo.....	xiv
Abstract.....	xv
Esquema Dublin.....	xvi
CAPITULO I. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACION.....	1
1.1 Introducción.....	2
1.1.1 Problematicación.....	4
1.1.2 Formulación del problema.....	5
1.1.3 Sistematización del problema.....	5
1.1.4 Justificación.....	6
1.2 Objetivos.....	7
1.2.1 Objetivo General.....	7
1.2.2 Objetivos Específicos.....	7
1.3 Hipótesis.....	8
1.3.1 Hipótesis General.....	8
1.3.2 Hipótesis Especificas.....	8
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO.....	9
2.1 Fundamentación Teórica.....	10
2.1.1El Banco del Barrio.....	12

2.1.2 Corresponsal no Bancario.....	15
2.2 Fundamentación Conceptual.....	17
Bancos.....	17
Tipos de Bancos.....	18
Banco Hipotecario.....	18
Bancos Comerciales.....	18
Banco de Desarrollo.....	18
Banco de inversión.....	19
Bancarización.....	19
Comisiones Bancarias.....	20
Sistema Financiero.....	20
Economía.....	21
Tipos de Economía.....	22
Economía de Mercado.....	22
Economía Mixta.....	22
Economía Centralizada.....	22
Economía Empresarial.....	23
Economía del Bienestar.....	23
Economía Doméstica.....	23
Familia.....	23
Empresa Familiar.....	24
Ingresos.....	24
Negocio.....	25
Tipos de Negocio.....	25
Negocios de Venta de Bienes.....	25
Negocios de Servicio.....	25

Negocios de Producción.....	26
Negocios de Extracción.....	26
Negocios de Venta al Menudeo.....	26
Negocios de Venta al Mayoreo.....	26
Comercio.....	26
El Comercio en las Operaciones Bancarias.....	27
Comerciante.....	27
Servicios.....	27
Nivel de Satisfacción.....	28
Comunidad.....	28
Incidencia.....	29
2.3 Fundamentación Legal.....	29
CAPITULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
3.1 Materiales y Métodos.....	32
3.1.1 Materiales.....	32
3.1.2 Métodos.....	32
3.1.2.1 Método Inductivo.....	32
3.1.2.2 Método Descriptivo.....	32
3.1.2.3 Método Estadístico.....	33
3.2 Tipo de Investigación.....	33
3.2.1 Investigación Descriptiva.....	33
3.2.2 Investigación de Campo.....	33
3.3 Diseño de Investigación.....	33
3.4 Población y Muestra.....	34
CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSION.....	36
4. 1 Resultados.....	37

4.1.1 Ingresos promedios de los pequeños negocios debido a los servicios prestados por el Banco de Barrio.	37
4.1.2 Ingresos promedios de los pequeños negocios debido a los servicios prestados por el Banco de Barrio.	42
4.1.3 Efectos producidos por el Banco del Barrio en las economías familiares de los pequeños negocios.	48
4.3 Discusión.....	57
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	59
5.1 Conclusiones.....	60
5.2 Recomendaciones.....	61
CAPITULO VI. BIBLIOGRAFIA.....	62
6.1 Literatura Citada.....	63
6.2 Linkografia.....	64
ANEXOS.....	67
Encuesta a propietarios del Banco del Barrio.....	68
Encuesta a usuarios del Banco del Barrio.....	71

ÍNDICE DE CUADROS

CONT.	PÁG.
Cuadro 1. Población del cantón Quevedo por edad.....	37
Cuadro 2. Tiempo de servicio del Banco del Barrio en los negocios.....	40
Cuadro 3. Ingresos mensuales de los negocios que brindad los servicios del Banco del Barrio.....	41
Cuadro 4. Negocios que mejoraron sus economías familiares a través de los servicios del Banco del Barrio.....	42
Cuadro 5. Distribución de los ingresos percibidos de los propietarios del Banco del Barrio.....	43
Cuadro 6. Porcentaje de negocios con captación de clientes del Banco del Barrio.	44
Cuadro 7. Determinación de la importancia de la implementación de los Bancos del Barrios en la sociedad.	45
Cuadro 8. Determinación del nivel de satisfacción de los usuarios en cuanto a los servicios que se ofrecen en el Banco del Barrio.....	46
Cuadro 9. Frecuencia de utilización de servicios bancarios en los negocios.....	47
Cuadro 10. Determinación de las preferencias de consumo en los negocios que ofrecen los servicios del Banco del Barrio.....	48
Cuadro 11. Tipo de transacciones realizados por los usuarios del Banco del Barrio.....	49
Cuadro 12. Grado de satisfacción de clientes del Banco del Barrio.....	50
Cuadro 13. Efectos producidos en las economías familiares de los usuarios que utilizan el servicio del Banco del Barrio.....	51
Cuadro 14. Determinación del impacto causado por el Banco del Barrio en las familias.	52
Cuadro 15. Nivel de aceptación de los usuarios del Banco del Barrio en Cuanto al fortalecimiento de sus economías familiares.....	53
Cuadro 16. Determinación de la conveniencia en implementación de Bancos del Barrio en los negocios	54

Cuadro 17. Numero de negocios que incrementaron sus ventas con la implementación del Banco del barrio.....	55
Cuadro 18. Incremento de las ventas en los negocios que ofrecen servicios del Banco del Barrio.....	56
Cuadro 19. Comisiones mensuales de los propietarios del Banco del Barrio.....	57
Cuadro 20. Distribución de los ingresos percibidos de los propietarios del Banco del Barrio.	58
Cuadro 21. Efectos producidos en las economías familiares de los pequeños negocios.	59

INDICE DE GRÁFICOS

CONT.	PÁG.
Gráfico 1. Tiempo de servicio de los CNB	40
Gráfico 2. Ingresos promedios.....	41
Gráfico 3. Nivel de aceptación de mejoría en las economías familiares.....	42
Gráfico 4. Destino de los ingresos de los propietarios del Banco de Barrio....	43
Gráfico 5. Captación de clientes.....	44
Gráfico 6. Importancia del Banco del Barrio en la sociedad.....	45
Gráfico 7. Nivel de satisfacción del servicio del Banco del Barrio.....	46
Gráfico 8. Frecuencia de transacciones en el Banco del Barrio.....	47
Gráfico 9. Nivel de consumo en los negocios.....	48
Gráfico 10. Tipo de transacciones.....	49
Gráfico 11. Nivel de satisfacción de los usuarios.....	50
Gráfico 12. Efectos en las economías familiares.....	51
Gráfico 13. Impacto causado en las familias.....	52
Gráfico 14. Fortalecimiento de las economías familiares.....	53
Gráfico 15. Conveniencia en implementación de Bancos del Barrios en los negocios.....	54
Gráfico 16. Comercios con incremento en ventas.....	55
Gráfico 17. Porcentajes de in incremento en ventas.....	56
Gráfico 18. Promedio de comisiones.....	57
Gráfico 19. Destino de los ingresos de los propietarios del Banco de Barrio...	58
Gráfico 20. Efecto en las economías familiares.....	59

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación tuvo como objetivo principal analizar el impacto generado por el Banco del Barrio en las economías familiares de los pequeños negocios de la ciudad de Quevedo durante el año 2013. Este servicio bancario que se ofrece en los negocios populares se ha ido extendiendo hacia otros comercios y hacia más lugares como un mecanismo para trasladar la banca cerca de los hogares con el objeto de que exista una mayor cobertura hacia los poblados.

Se consideró en este estudio a los propietarios del Banco del Barrio y a los clientes que utilizan este medio en donde se analizó el nivel de satisfacción de los usuarios y el bienestar de las economías de las familias propietarias de los comercios

Los resultados de esta investigación demostraron que existe un alto nivel de satisfacción de los clientes en cuanto a los servicios bancarios que ofrecen los pequeños negocios y que la mayor proporción de los Bancos del Barrio han provocado una mayor captación de clientes.

Además, se observó que los usuarios prefieren acceder a este servicio por la cercanía a sus hogares, y sobre todo por la seguridad que estos representan. A su vez se comprobó que este servicio es importante para la comunidad porque permite cubrir a los lugares en donde la población es de limitados recursos económicos.

ABSTRACT

The study 's main objective was to analyze the impact generated by the Banco del Barrio in family economies of small business in Quevedo in 2013 . This banking service offered in the popular business has spread to other businesses and to more places as a mechanism for moving the bench near homes in order to provide for greater outreach to the villages.

Owners of Banco del Barrio and customers who use this medium in which the level of user satisfaction and well-being of the economies of the families that own businesses analyzed were considered in this investigation.

The results of this research showed that there is a high level of customer satisfaction in terms of banking services offered by small businesses and that the largest proportion of the Banco del Barrio have led to increased customer acquisition.

In addition, we observed that users prefer to access this service by the proximity to their homes, and especially security they represent. In turn it was found that this service is important to the community because it allows cover to places where people are limited financial resources.

ESQUEMA DE CODIFICACIÓN			
1	TÍTULO	M	El Banco del Barrio y su incidencia en las economías familiares de los pequeños negocios del cantón Quevedo durante el año 2013.
2	CREADOR	M	Ginelda Adriana Molina Moràn; Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3	MATERIA	M	Ciencias Empresariales; Carrera de Economía
4	DESCRIPCIÓN	M	Esta investigación se realizó en el cantón Quevedo a los propietarios de pequeños negocios y usuarios de los servicios del Banco del Barrio. El objetivo principal consistió en analizar el impacto causado por el Banco del Barrio en las economías familiares de los pequeños negocios de la ciudad de Quevedo durante el año 2013 y se concluye que las economías familiares mejoraron su bienestar y por ende el de la comunidad por el acceso el servicio bancario.
5	EDITOR	M	FCE: Carrera Economía; Ginelda Adriana Molina Moràn
6	COLABORADOR	O	Ninguno
7	FECHA	M	13/03/2014
8	TIPO	M	Tesis de Grado; Artículo
9	FORMATO	R	.doc MS Word 2010; pdf
10	IDENTIFICADOR	M	http://biblioteca.uteg.edu.ec
11	FUENTE	O	Economía (2014)

12	LENGUAJE	M	Español
13	RELACIÓN	O	Ninguno
14	COBERTURA	O	Dirección. Ubicación del proyecto
15	DERECHOS	M	Ninguno
16	AUDIENCIA	O	Tesis de Pregrado

DUBLIN CORE			
1	TITLE	M	The Bancodel Barrio and its impact on the economies of small family businesses Quevedo in 2013.
2	CREATOR	M	Ginelda Adriana Molina Moràn; State Technical University Quevedo
3	SUBJECT	M	Business Studies, Faculty of Economics
4	DESCRIPTION	M	This research was conducted in the canton Quevedo to small business owners and users of the services of the Bank of the District. The main objective was to analyze the impact caused by the Bancodel Barrio in family economies of small business in the city of Quevedo in 2013 and concludes that it improved their family economies and hence the welfare of the community by access banking service
5	PUBLISHER	M	FCE: Career Economy, Ginelda Adriana Molina Moràn
6	CONTRIBUTOR	O	Neither
7	DATE	M	13/03/2014
8	TYPE	M	Degree Thesis; Article
9	FORMAT	R	.doc MS Word 2010; pdf
10	IDENTIFIER	M	http://biblioteca.uteg.edu.ec
11	SOURCE	O	Economy (2014)
12	LANGUAGE	M	Spanish
13	RELATION	O	Neither
14	COVERAGE	O	Location Address of Projects
15	RIGHTS	M	Neither
16	AUDIENCE	O	Bachelor Thesis

CAPITULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

La investigación titulada **EL BANCO DEL BARRIO Y SU INCIDENCIA EN LAS ECONOMIAS FAMILIARES DE LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS DEL CANTÓN QUEVEDO DURANTE EL AÑO 2013**, se desarrolló en el cantón Quevedo de la provincia de Los Ríos, que se encuentra situada en el corazón del Litoral con una población aproximada de 173.585 habitantes, INEC (2010).

La provincia de Los Ríos se caracteriza por su producción agrícola como banano, café, cacao entre otros productos, lo cual significa que se generan suficientes ingresos que permiten dinamizar la economía del cantón Quevedo, a esto se suma un notable desarrollo comercial reflejado en la cantidad de comercios que la posee ciudad.

En los últimos años se ha observado un significativo impulso en los pequeños negocios en incorporar corresponsales no bancarios como el Banco del Barrio, una estrategia impulsada por la entidad financiera Banco de Guayaquil, siendo en la actualidad su producto número uno en la banca nacional.

El Banco del Barrio se inicia en el año 2008 como una alianza estratégica entre el Banco de Guayaquil y los emprendedores de pequeños negocios permitiendo ofrecer servicios bancarios a la comunidad con accesos limitados al sistema financiero.

Este servicio bancario se incorpora como un canal transaccional permitiendo llegar a lugares distantes en donde no existían entidades financieras, logrando reducir tiempo y dinero para sus usuarios, ya que estos son incorporados en tiendas de abarrotes, farmacias, bazares entre otros, lo cual ha permitido un fácil acceso para realizar depósitos y pagos inmediatos

Esta investigación tiene como objetivo profundizar el impacto económico que el Banco del Barrio influyen en los pequeños negocios del cantón Quevedo, el nivel de satisfacción que tienen los usuarios en cuanto a los servicios ofrecidos y la mejora de las economías familiares al implementar este servicio como medio para captar una mayor clientela.

En el capítulo I se describe de manera general la problemática y la sistematización del problema, incluyendo tanto el objetivo general de la investigación como los objetivos específicos; así como la justificación de la misma y las hipótesis objeto de afirmación o refutación del problema objeto de estudio.

El capítulo II se enfoca a describir el marco teórico y conceptual de la investigación, donde citaremos importantes conceptos y teorías que servirán para la realización de este estudio.

En el capítulo III incluye la metodología que se aplicará a la investigación de los negocios que ofrecen los servicios financieros del Banco del Barrio, con los métodos se llevará la teoría a la práctica.

En el capítulo IV se presenta el análisis del estudio, que, a través de cálculos estadísticos conoceremos los resultados y la discusión de la investigación de campo.

Finalmente en el capítulo V incluye las conclusiones y las recomendaciones del estudio presente.

1.1.1 PROBLEMATIZACIÓN.

En el contexto internacional, las entidades financieras han apostado a la figura de corresponsales no bancarios como un mecanismo mediante el cual las grandes entidades financieras prestan servicios en sectores lejanos a través de alianzas con negocios populares con la finalidad de ampliar la bancarización y de llegar a lugares en donde no existe cobertura bancaria.

En el Ecuador, esta estrategia financiera fue la primera en su tipo, formada por el Banco de Guayaquil, iniciando sus operaciones en el 2008, año en que la Junta Bancaria de la misma entidad estructuró y reguló su definición y bases de esta categoría de producto financiero.

Considerando como uno de los problemas notables en el sistema financiero nacional la falta de accesibilidad a la banca, ya que debido a la ubicación geográfica de las comunidades, las entidades financieras se sitúan en las principales ciudades o áreas de mayor comercialización, esta iniciativa nace como una alternativa para llegar a las comunidades con accesos limitados a productos financieros, por lo que las financieras solo se enfocaban a las micro y macroempresas y a personas con ingresos medianos y altos, mientras que una gran proporción de la población no tienen disponibilidad de servicios bancarios.

La existencia de estos corresponsales ha otorgado ciertos beneficios a las comunidades urbanas y rurales, antes las personas debían viajar a otras ciudades para poder realizar sus pagos o depósitos, en la actualidad lo realizan dentro de su sector en horarios de atención permanente en los comercios.

Además se observa que los clientes a más de utilizar los servicios del Banco del Barrio también consumen algún producto de la tienda o local comercial, generando beneficios como una mayor demanda de clientes e incrementos en las ventas de los mismos. Por consiguiente en cada transacción realizada y por apertura de cuentas, los propietarios de los negocios reciben un porcentaje

como comisión, lo cual repercute en un mejor nivel de ingresos para los propietarios.

En la ciudad de Quevedo existen 57 Bancos del Barrio ubicados en sectores urbanos, con esta investigación analizaremos a los comercios que ofrecen servicios financieros a través del Banco del Barrio y su incidencia en las economías familiares.

1.1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿De qué manera el Banco del Barrio genera un mejor nivel de ingresos en las economías familiares de los pequeños negocios de la ciudad de Quevedo?

1.1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cuál es el ingreso promedio que obtienen los pequeños negocios debido a los servicios que se ofrecen a través del Banco de Barrio?
- ¿De qué manera se ve reflejado el nivel de satisfacción de la comunidad con la utilización de los corresponsales no bancarios?
- ¿Cuáles son los efectos ocasionados por el Banco del Barrio en las economías familiares de los pequeños negocios y de la comunidad?

1.1.4 JUSTIFICACION.

El presente análisis examinará la incidencia económica del Banco del Barrio en las economías familiares propietarias de pequeños negocios comerciales de la ciudad de Quevedo.

La investigación se realizará considerando como eje central los negocios comerciales que disponen del servicio financiero del Banco del Barrio, sus ingresos por ventas y transacciones realizadas y sus efectos en la comunidad y en las economías de sus propietarios, ya que se estimará los beneficios económicos que repercute este canal de servicios bancarios.

Este estudio es necesario para diagnosticar el impacto social que ha generado los servicios del Banco Del Barrio en la preferencia de los sectores más vulnerables que no tienen acceso al sistema bancario, y por ende comprobar si esta estrategia ha contribuido bancarizar la mayor parte de la población de una manera eficiente y efectiva y como los negocios populares se han beneficiado con la implementación de este servicio.

1.2 OBJETIVOS.

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

- Analizar el impacto generado por el Banco del Barrio en las economías familiares de los pequeños negocios de la ciudad de Quevedo, durante el año 2013.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estimar el ingreso promedio que obtienen los pequeños negocios debido a los servicios prestados por el Banco del Barrio.
- Determinar las necesidades y el nivel de satisfacción de la comunidad en cuanto a la prestación de servicios ofrecidos por los corresponsales no bancarios.
- Identificar los efectos producidos por el Banco de Barrio en las economías familiares de los pequeños negocios comerciales y de la comunidad.

1.3 HIPÓTESIS

1.3.1 HIPOTESIS GENERAL

- La implementación del Banco del Barrio en los pequeños negocios comerciales ha contribuido en mejorar el bienestar de las economías familiares de la ciudad de Quevedo.

1.3.2 HIPOTESIS ESPECIFICAS

- Los ingresos percibidos por los negocios ha incrementado debido a la oferta de servicios que brinda el Banco del Barrio.
- Las necesidades y el nivel de satisfacción de los propietarios y la comunidad se refleja en un alto nivel por la cercanía de los corresponsales no bancarios.
- Los efectos del Banco de Barrio se relacionan en una mayor captación de clientes e incremento de las ventas para los negocios comerciales y comodidad para los usuarios.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Fundamentación Teórica

Banco Guayaquil (2008), de manera conceptual, un corresponsal no bancario es una alianza estratégica comercial que tiene una institución bancaria y un establecimiento no financiero (negocios populares) en donde se habilita a este último un canal transaccional para ofrecer determinados productos y servicios a los clientes en nombre del Banco¹.

En el Ecuador este servicio se canaliza bajo el nombre de Banco del Barrio, en donde los potenciales lugares para su implementación son los comercios populares como bazares, tiendas de abarrotes, farmacias, casas comerciales, por medio de los cuales las personas del sector, barrio o comunidad puedan hacer uso de los productos bancarios. Proporcionar el servicio financiero a los barrios del país, es un proyecto emprendido por el Banco de Guayaquil desde el año 2008, como un plan para cubrir las necesidades bancarias de las comunidades distantes.

El proyecto del Banco del Barrio se direcciona a asociarse con los comercios, negocios populares, como; los pequeños emprendimientos familiares, con los comerciantes minoristas, o microempresas que generan bienes o servicios otorgados para el consumo, con el fin de que los pequeños comerciantes puedan integrarse a la banca y por ende les permita generar más ingresos que le permitirán un mejor bienestar para su familia.

Esto genera un beneficio en conjunto, ya que por medio de la banca barrial, los microempresarios podrán captar nuevos clientes que consumirán en sus negocios, logrando que la comunidad obtenga bienestar debido a que el dinero depositados en los pequeños comercios dinamiza a la economía de la comunidad, el banco por consiguiente se beneficia al colocar más puntos de atención y a su vez adquiere potenciales clientes, y por último las comunidades que no tenían acceso ya no estarán limitadas al sistema financiero, ya que adquieren estos servicios de una manera más práctica y eficiente.

¹Banco Guayaquil.

En nuestro país existe un gran número de microempresas, en el sector comercio existe un 55.6% de establecimientos, el 34.7% en el sector servicios y un 9.5% en manufacturas. En el primero, predominan los locales de ventas al por menor, siendo su mayoría tiendas de barrio y son una fuente de ingresos de casi la mitad de la PEA.

En la mayoría de los negocios, el propietario administra, dirige, opera y vende, no tienen sueldos debido a que la mayor parte de estos comercios son conformados por familiares y no llevan contabilidad. Adicionalmente, estos pequeños negocios utilizan el hogar como localen donde comparten los servicios básicos.

A nivel nacional, a fin de enfrentar los problemas sociales y económicos como el acceso a empleos estables y bajos ingresos, muchas familias han optado por emprender sus propios negocios, y sumado a esto con la implementación de un canal bancario “Banco del Barrio”, les han permitido mejorar sus ingresos, y a su vez brindar otros servicios a la sociedad como es son los servicios bancaria, permitiendo integrar a este sistema a las personas de bajos ingresos a la economía formal.

Cabe destacar, que el Banco del Barrio proporciona a los locales publicidad en los comercios como; letrero luminoso, pancartas, máquina y uniforme. La intención es que las personas se familiaricen con el servicio y acudan con más frecuencia a realizar sus transacciones.

Los usuarios de este medio afirman que es una buena estrategia para evitar ir al banco y hacer largas filas². Al estar cerca de las residencias son atendidos por sus vecinos con más cordialidad a la vez que los usuarios se sienten más seguros al momento se realizar una transacción.

En país existen más de 200.000 nuevos negocios, el Banco de Guayaquil inspecciona cada uno de los barrios del país e identifica cuáles son los comercios que tienen un peso relativo en su comunidad, comprueban la

² Diario La Hora. Más usuarios con el Banco del Barrio.

honorabilidad de los mismos, que estén al día en el pago a sus proveedores y proponen la alianza con la entidad bancaria, a través de este proceso determinan las zonas y locales que ofrecerán el servicio.³

Para Guillermo Lasso, ex presidente Ejecutivo del Banco de Guayaquil, la clientela de los centro de abastos aumentan desde que el propietario sitúa un Banco del Barrio en su local, los usuarios ya no van sólo por los productos de consumo masivo, también acuden para realizar transacciones bancarias, lo cual permite aumentar las ventas hasta un 60% en promedio.

La comunidad puede disponer de estos servicios a cualquier hora, debido a que estos negocios tienen un horario permanente durante los 7 días de la semana, posibilitando el mejoramiento de los comercios de los pueblos, haciendo que el dinero se mueva en las comunidades, y fomentando a crear nuevas alternativas de empleo.

2.1.1 El Banco del Barrio

BG (2008)⁴, el Banco del Barrio es un producto financiero creado por el Banco Guayaquil, que se incorpora en comercios o negocios populares en donde se instala un sistema que permite realizar transacciones financieras en horarios de atención de los negocios. Considerando como sitio geográfico objetivo de posición, los barrios o comunidades.

A su vez este servicio ha permitido generar un bienestar social debido a la cobertura hacia poblados en donde existe nula presencia de entidades bancarias, lo cual existe una gran aceptación de este producto que se ha convertido en una alternativa cómoda para realizar pagos inmediatos.

³ Diario Crónicas. Historias de éxito tras creación de Banco del Barrio

⁴ Banco de Guayaquil. Banco del Barrio.

- **Antecedentes**

En el 2008, el Banco de Guayaquil incorporó al mercado un nuevo servicio que se vincula directamente a las comunidades a través de una estrategia comercial con los pequeños negocios.

En el 2011, el proyecto de Banco del Barrio, obtuvo el primer lugar en la categoría “Estrategias de Bancarización” de los premios BeyondBanking organizado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID)⁵, donde se reconocieron las mejores iniciativas de sostenibilidad medioambiental, social y de gobierno corporativo de intermediarios financieros en Latinoamérica y el Caribe.

Este proyecto ha permitido que el sistema financiero llegue a los segmentos urbanos y rurales del país a través de la cobertura de diversos servicios bancarios, además existe una creciente demanda de usuarios del Banco del Barrio debido a la facilidad y cercanía que estos otorgan.

Para GianLauri, gerente de Canales Alternativos del Banco de Guayaquil, manifiesta que implementar el servicio bancario en pequeños comercios fomenta bienestar a la sociedad. Tiempo atrás, debido a la ubicación de las entidades bancarias, las personas debían movilizarse a otras ciudades para poder realizar sus transacciones, y por la inseguridad de ser víctimas de la delincuencia consumían su dinero en la ciudad, lo cual le quitaba oportunidad de que ese dinero se mueva en su barrio.

Actualmente, ese dinero se mueve en su propia comunidad, lo que dinamiza la economía del sector y en algunos casos ha ayudado a crear nuevas plazas de trabajo. Las investigaciones en torno a la bancarización en el país reflejan un incremento del 36%, lo cual se lo atribuye a los productos financieros ofrecidos por el Banco del Barrio.

⁵ Banco d Guayaquil. Sala de prensa- boletín. 2011

Beneficios para el Banquero del Barrio:

- Ofreces un servicio único al barrio o comunidad
- Atrae un mayor número de clientes.
- Gana por cada transacción realizada.

Beneficios para el cliente:

- Ahorro en tiempo y costo.
- Sin largas filas.
- Menor costo por transacción.
- Atención en horario del establecimiento.

El canal financiero del Banco de Barrio engloba los siguientes servicios:

- Depósitos en cuenta hasta \$200
- Retiros hasta \$100
- Envío y pago de giros nacionales
- Apertura de cuenta de ahorro (cuenta amiga)
- Pago del Bono de Desarrollo Humano
- Pago de tarjetas de crédito
- Pago de planillas del Servicio de Rentas Internas
- Pago de servicios básicos
- Pago de Telefonía celular
- Pago de cuotas de comerciales
- Entre otros.

2.1.2 Corresponsal No Bancario CNB

Según la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (2013)⁶, sostiene que los corresponsales no bancarios son comercios que establecen relaciones de negocio con un banco con el fin de ofrecer y extender el servicio financiero a sus clientes. Es decir, el corresponsal bancario no es una sucursal y su personal no está empleado por el banco, se trata de un canal de distribución que la institución financiera utiliza para hacer transacciones y captar nuevos clientes.

El funcionamiento de los corresponsales no bancarios es a través de los pequeños comercios como puntos de cobertura y atención de servicios bancarios, otorgando el acceso a clientes no bancarizados, la seguridad, conveniencia y facilidad de realizar cualquier tipo de transacción eliminando barreras como la distancia, gasto en movilización permitido al usuario tomar este servicio cerca del hogar.

Igualmente, los corresponsales no bancarios pueden ser adaptados en cualquier tipo de negocio, como una farmacia, una mini tienda, bazar u otra microempresa, etc. La mayor parte de la población en América Latina y Caribe carece de acceso a servicios financieros a través de canales formales, especialmente entre la población de rentas medias y bajas.

Entre las principales causas de esta circunstancia destacan la baja competencia entre entidades financieras y los altos márgenes de intermediación, que encarecen la oferta financiera y hacen inviable la prestación de servicios a población geográficamente dispersa o con bajos ingresos.

En este punto es destacable la acción de las entidades microfinancieras y, allí donde la regulación lo permite, de agentes o corresponsales no bancarios.

⁶ CONDUSEF. Comisión Nacional para la Protección y Defensa de Los usuarios de Servicios Financieros. MEXICO. 2013.

Unos y otros están contribuyendo a rebajar el umbral de población no atendida y han inducido una nueva gama de productos accesibles ofrecida por la banca e impulsada por los reguladores financieros⁷.

- **Funciones de los Corresponsales no Bancarios**

- Realizar las operaciones bancarias a nombre del banco.
- Ofrecer la ejecución de operaciones bancarias a los clientes con independencia de que adquieran o consuman un bien, producto o servicio (no se permiten ventas atadas).
- Entregar la papelería y comprobantes de operación bancaria al cliente en nombre del banco, sin promocionarse el corresponsal en ellos.
- Realizar directamente las operaciones bancarias del cliente, sin delegar estas actividades a un tercero.
- Todas las comisiones que se cobren deben estar autorizadas por el banco y mostrarse en el comprobante de operación correspondiente.
- Llevar a cabo las operaciones bancarias en los términos de lo establecido en el contrato de comisión mercantil establecido con el banco.

En la actualidad los servicios bancarios han sido afectados positivamente por la tecnología de la información y la comunicación como a ningún otro sector de la economía.

La tecnología ha desmaterializado los servicios bancarios, hasta el punto que tácita o virtualmente, se ha mudado a los hogares de sus cuentas habientes, con independencia del sitio o jurisdicción donde estos se encuentren ubicados.

⁷M-BANKING: Oportunidades y barreras para el desarrollo de servicios financieros a través de tecnologías móviles en América Latina y el Caribe. FOMIN-BID 2009. Pag 8

- **Flujo de dinero de los CNB**

Gestión (2008), el flujo de dinero de los corresponsales no bancarios es la caja del establecimiento, el mismo que es el recurso que utilizará el banco para atender a sus clientes; es decir, propietarios que brindan los servicios del Banco del Barrio utiliza el dinero de sus ventas y los depósitos para pagar los retiros que hagan los clientes.

El sistema funciona como un modelo de optimización del exceso de liquidez con que cuenta el establecimiento. No existe el riesgo de transporte de dinero como en las tradicionales ATM o agencias bancarias, el monto de los retiros y depósitos son relativamente limitados y permiten compensarse⁸.

2.2 Fundamentación Conceptual

2.2.1 Banco

Escobar-Cuartas (2006), definen a los bancos como la Institución que realiza actividades o labores de intermediación financiera, recibiendo dinero de unos agentes económicos (depósitos), para darlo en préstamo a otros agentes económicos (crédito)⁹. La ley define las operaciones que puede realizar un banco y prohíbe el uso de esta denominación a otras instituciones.

Además de la recepción de depósitos y la concesión de préstamos, los bancos cobran cheques, emiten cheques de gerencia, emiten finanzas, remiten y proceden a la cobranza de documentos comerciales, abren créditos documentarios, efectúan operaciones de cambio, reciben bienes en custodia, actúan como fideicomisarios, asesoran a los clientes en sus asuntos financieros, y se ocupan de la gestión de fortunas, Marcuse (2007).

⁸Revista Gestión. Año 2008

⁹Diccionario Económico Financiero. Pág. 45.

Existen algunos bancos que no reciben (o no están autorizados a recibir) depósitos del público, que tienen que recurrir al mercado de capitales para obtener fondos. Incluso hay bancos que no tienen clientela propia a la cual hacer préstamos sindicados organizados por otras instituciones financieras.

2.2.2 Tipos de Banco.

Distintos tipos de banco reciben nombres de acuerdo con su especialización. Los principales son:

- **Bancos Hipotecarios**

Son instituciones financieras especializadas en la colocación de créditos mediante hipotecas que garantizan el crédito otorgado.

- **Bancos Comerciales**

Vizcarra (2007), los bancos comerciales son entidades privadas de crédito que puede ofrecer todo tipo de servicios financieros y canalizar operaciones tanto activas como el otorgamiento de préstamos y pasivas como la captación de recursos. Los bancos comerciales son regulados por el banco central y se rigen a las leyes vigentes en cada país.

- **Banco De Desarrollo**

Vizcarra (2007), los bancos de desarrollo o también conocidos como banca de fomento, son entidades financieras dependientes del sector público, cuyo objetivo fundamental es de conceder créditos a largo plazo a los sectores productivos.

Otra de sus características de los bancos de desarrollo es el de asesorar el financiamiento tanto a micro, pequeños y medianos productores, como del sector industrial, sector comercio o la agricultura, además de esto promueve el ahorro y la inversión, canaliza y gestiona ayudas financieras y técnicas dirigidas al fomento de las cadenas productivas y apoyos encaminados al desarrollo económico de una nación.

- **Bancos De Inversión**

Marcuse (2009), los bancos de inversión tienen como enfoque principal las operaciones en el mercado de valores como la negociación de paquetes accionarios, adquisiciones entre otros. Dentro de esta entidad se toma en consideración dos segmentos; las operaciones, promoción, comercio e intercambio de valores y el servicios con los fondos mutuos, fondos de pensión etc. |

Además, este tipo de banco gestiona y otorga asesoramiento financiero a inversionistas, aportándoles su ayuda técnica en la toma de decisiones en lo que respecta a la compra y venta de empresas o en la adquisición de fusiones.

En los países donde se permite y florece la llamada multibanca, la banca de inversión a veces no es más que un departamento dentro de un multibanco.

2.2.3 Bancarización

Marcuse (2009), en el ámbito financiero el término bancarización hace referencia al acceso del público hacia las entidades bancarias y financieras, tomando como referencia el número de personas que tienen una cuenta o tarjeta o uso de bancos para tramites o pagos de servicios financieros.

Actualmente, en el país, se dice que la bancarización presenta un alto porcentaje debido a que algunas financieras cuentan con el servicio bancario en los barrios, el mismo que ha permitido que las personas tengan un fácil acceso a los productos bancarios desde la comodidad de su barrio, dicha iniciativa fue liderada desde el año 2008 por el Banco Guayaquil a través del Banco del Barrio.

2.2.4 Comisiones Bancarias.

Greco (2007), las comisiones bancarias son los valores abonados a entidades bancarias en concepto de retribución por servicios prestados. También se refiere a la cantidad fija o variable que cobra un banco por la prestación de sus servicios que, normalmente suelen ser porcentuales y, además, poseer una cantidad mínima para aplicar en el caso de que dicho porcentaje sea menor que esa cantidad.

Los bancos son muy creativos en cuanto a las comisiones que les cobran a sus clientes. Cuando los bancos atraviesan por periodo de desarrollo favorable; suelen reducir o eliminar algunas comisiones, por razones de competitividad y cuando la situación económica los afecta negativamente pronto elevan sus comisiones o crean algunas nuevas. Marcuse (2009)¹⁰

2.2.5 Sistema Financiero

SBS (2010), define al sistema financiero como el conjunto de instituciones que desempeñan actividades de tipo bancario o financiero y que tienen como objetivo común direccionar el ahorro y la inversión de los recursos captados por el público.

¹⁰ Diccionario de Términos Financieros y Bancarios. Pag. 49

Además, esta canalización de recursos permite el desarrollo de la actividad económica haciendo que estos lleguen hacia los sectores productivos para crear valor económico y por ende fomenten la generación de empleo. Este sistema se encuentra conformado por bancos públicos y privados, cooperativas, mutualistas, compañías de seguros y compañías auxiliares del sistema financiero¹¹.

El sistema financiero es un pilar fundamental dentro de la economía debido a que cumple múltiples funciones entre ellas las siguientes:

1. Captar y promover el ahorro para posteriormente canalizarlo de manera eficiente.
2. Facilitar el intercambio de bienes y servicios a sus asociados.
3. Buscar el fortalecimiento de la población.
4. Apoyar de una u otra manera para que la política monetaria sea más efectiva y contribuir al desarrollo local.

El desarrollo financiero (Prior-Santomá 2009) puede causar un desarrollo económico mejorando la asignación de los ahorros en una economía, pero también el desarrollo económico, mediante la creación de buenas instituciones y de la requerida infraestructura, puede fomentar el desarrollo del sistema financiero¹².

2.2.6 Economía.

Ávila (2006), la economía es la ciencia que se encarga del estudio de la satisfacción de las necesidades humanas mediante bienes que siendo escasos tienen usos alternativos. También se enfoca en las leyes que rigen la

¹¹ Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador.

¹² Los nuevos océanos azules para productos financieros: oportunidades de negocios en la base de la pirámide. Francesc Prior-Javier Santomá. Pag. 12

producción y la distribución de los bienes materiales en la sociedad humana a lo largo de las diversas fases de su desarrollo.

La economía se relaciona con la administración, ya que ambas estudian las siguientes variables: oferta, demanda y mercados, costos e ingresos, utilidades recursos humanos, aspectos financieros, etc. Los planteamientos de ambas áreas de estudio se dan en el ámbito macroeconómico; es decir, en un nivel general, hasta llegar a un ámbito específico, como lo es el aspecto empresarial o economía de empresa.

2.2.7 Tipos de Economía

- **Economía de Mercado.**

Se entiende a la organización y asignación de la producción y el consumo de bienes y servicios que surge del juego entre la oferta y la demanda en una situación de competencia imperfecta.

- **Economía Mixta**

En la economía mixta se incorpora elementos de la economía de mercado libre como de la economía planificada, o una propuesta en la que coexiste tanto la propiedad privada del capitalismo como la propiedad comunitaria o social del socialismo, a fin de incluir en un sistema económico, Vizcarra (2007).

- **Economía Centralizada.**

Es aquella donde los factores de producción están a manos del Estado que es el único agente económico relevante. Por ello, el mercado pierde su razón como mecanismo asignado de recursos.

Estas manipulaciones son llevadas a cabo mediante planes económicos plurianuales. Llumiquinga (2012).

- **Economía Empresarial**

Es la aplicación de la teoría y metodología económica en la práctica de la administración de empresas.

- **Economía Del Bienestar**

Es la rama de la economía que se dedica al estudio de los óptimos sociales, en contraposición con los óptimos de bienestar individual; sus indicadores son de tipo colectivo.

- **Economía Doméstica**

Significado que originalmente dieron los griegos a la palabra economía, en la actualidad, es la parte de la economía que trata de los asuntos económicos correspondientes al hogar o la familia, Vizcarra (2007).

2.2.8 Familia

Tuirán (2001), se entiende como al grupo de individuos vinculados entre si por lazos consanguíneos, consensuales o jurídicos, constituyen complejas redes de parentesco actualizadas de manera episódica a través del intercambio, cooperación y la solidaridad. De esta manera el hogar suele ser un asunto de familia, su lugar de existencia y punto de reunión.

Cada familia es una organización social que se encarga de las tareas de reproducción cotidiana de los integrantes del grupo doméstico, en donde el hogar es el cuadro de referencia cotidiano de los individuos, el ámbito en que se reúnen y distribuyen los recursos para el consumo y la producción doméstica y en donde se organizan.

2.2.9 Empresa Familiar

Perez-Martinez¹³ (2005) se refieren a la empresa familiar como aquella cuyo patrimonio o capital pertenece a una persona o a un grupo de personas unidas por lazos de parentesco, que intervienen directa y efectivamente en la dirección de la empresa.

Actualmente las micro, pequeñas y medianas empresas son un importante pilar para el crecimiento económico de un país y para la generación de empleo y riquezas locales y regionales en particular; aceptándose que resulta imposible imaginar una sociedad avanzada sin un floreciente y competitivo sistema MIPyME.

2.2.10 Ingresos

McConnell(1999), los ingresos, en términos económicos, hacen referencia a al recurso económico (dinero) que se obtiene como resultado de una actividad productiva.

En el ámbito corporativo, las empresas vende lo que producen para generar más ganancias, los mismos que son utilizados, a su vez, para pagar insumos, para los salarios a sus trabajadores, en el sector público los recurso obtenidos

¹³ La Empresa familiar. Fiscalidad, organización y protocolo familiar. Escrito por J. Javier Pérez-Fadón Martínez

tienen como fin otorgar el bienestar a la sociedad a través de obras sociales, etc.

2.2.11 Negocio

Gómez (2009), un negocio o empresa es toda actividad donde existe un intercambio de bienes o servicios con el objetivo de satisfacer una necesidad (del consumidor) y obtener una ganancia (a favor del empresario o propietario del negocio o la empresa¹⁴). Un negocio consiste en una actividad, sistema, método o forma de generar valor tanto a aquella entidad o persona que es su dueño, lo implementa, o lo explota, como a aquellos a quienes dirige la oferta de bienes o servicios. ITAM (2012).

2.2.12 Tipos de Negocios

- **Negocios de Venta de Bienes**

En este tipo de negocios su principal característica es ofrecer bienes a los compradores, es de los negocios que más predominan en el mercado ya que los productos o bienes son del consumo diario para los humanos, algunos ejemplos son la comida, las bebidas, los electrodomésticos, etc.

- **Negocios de Servicio**

Son los negocios que vinculan a la prestación de servicios a la población, ya sea de una persona a otra o de una empresa a otra como los servicios de salud, servicios financieros, etc.

¹⁴Gómez García Vincent. Como ser un empresario exitoso. primera edición. 2009.

- **Negocios de Producción**

Los negocios de producción o manufactura se dedican a la transformación de las materias primas para luego elaborar productos terminados, algunos ejemplos son las fábricas de muebles, de algodón, conservas, entre otras.

- **Negocios de Extracción**

Estos negocios se basan en la extracción de recursos naturales y minerales para vender productos que se produzcan de la misma, algunos ejemplos son las empresas petroleras, la ganadería, la maderería, etc.

- **Negocios de ventas al menudeo**

Estos tipos de negocios se realiza la compra de productos al por mayor para efectuar la venta al por menor. Algunos ejemplos son los negocios de productos perecibles, ropa, zapatos, computadoras, etc.

- **Negocios de ventas al mayoreo**

En este tipo de negocios suelen ser los intermediarios entre los negocios de producción o de extracción y los negocios de ventas al menudeo. Algunos ejemplos son los distribuidores de ropa, calzado, televisores, herramientas entre otros

2.2.13 Comercio.

Brito (2012), el comercio es la actividad socioeconómica que implica el intercambio de bienes y servicios por un valor monetario (dinero). En este

contexto, el comerciante y el comprador se regirán a las fuerzas del libre mercado (oferta y demanda), que fijaran los precios del bien o servicio en cuestión. El comercio se constituye como la base fundamental que mueve a la economía.

- **El Comercio en las Operaciones Bancarias.**

Rodríguez-López (2004), consideran al comercio no sólo como la intercambio entre lo que se produce para el consumo por dinero sino, también, se refiere a las operaciones que realizan los bancos, como la captación de recursos (depósitos) o la colocación de créditos.

El comercio como actividad bancaria permite otorgar dinero para la dinamización de los sectores productivos que mueven a la economía, logrando así que las personas efectúen el negocio de sus productos y los recursos obtenidos puedan ser depositados para que de este modo la cadena productiva continúe su proceso y los bancos puedan comercializar más créditos.

2.2.14 Comerciante.

El código de Comercio (2002), define como comerciantes quienes ejercen profesionalmente en nombre propio y con fines de lucro actos de comercio. En este contexto, el comerciante es la persona física o jurídica, cuyo objeto es negociar los bienes y servicios a cambio de un valor monetario.

2.2.15 Servicios

Zeithaml (2002), se refiere a los servicios como tareas, acciones, procesos y ejecuciones que las empresas realizan con el fin de captar y fidelizar a potenciales clientes.

En cuanto a la calidad del servicio, las empresas buscan cada vez más en mejorar el servicio que se brinda, debido a que los usuarios día a día son más exigentes y por ende determinaran el éxito o fracaso de la empresa o institución en donde se ofrece el mismo. En cualquier tipo de empresa el servicio es personalizado de acuerdo a las expectativas y exigencias de las personas, lo cual siempre habrá un valor agregado en el momento de ofrecer el servicio en cuestión.

2.2.16 Nivel de Satisfacción

Este concepto se concentra en el nivel de aceptación que tiene una persona cuando obtiene un bien o un servicio.

Este nivel de satisfacción tiene que ver con estado de ánimo que tiene una persona, ya que implica que el producto o servicio sea de su agrado, y le otorgue felicidad. Hoy en día las empresas apuntan en mantener al cliente satisfecho porque de este modo aseguran su clientela.

Además de fidelizar al cliente, el producto o servicio ofrecido por la empresa debe cubrir las necesidades y expectativas del individuo. Por lo tanto es indispensable que las empresas estén pendientes a las expectativas y sugerencias del cliente para que los negocios puedan innovar su oferta y puedan otorgar aquello que el comprador necesita.

2.2.17 Comunidad

Arias (2003), la comunidad es el conjunto de individuos que habitan en la misma área geográfica y que comparten características similares en cuanto a su cultura, costumbres, religión, ideales, etc.,

En las comunidades la interacción entre individuos es fundamental para sociedad sana, en donde la cooperación, la colaboración, y el compartimiento de interés forman las bases para el desarrollo social de los pueblos.

2.2.18 Incidencia

RAE (2013)¹⁵, su significado hace referencia a distintas situaciones, puede referirse a un hecho que acontece mientras está ocurriendo un negocio u otra situación, relacionada con ello. También es utilizado a las implicancias numéricas de un hecho. Puede también aludir a las consecuencias de determinada situación; por ejemplo la incidencia de la inflación en la economía.

2.3 Fundamentación Legal.

En cuanto a la fundamentación legal se toma en consideración los artículos 8, y 9 del libro I sobre las “Normas generales para la aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero” de la Superintendencia de Bancos y Seguros y de la Junta Bancaria.

En la sección IV, Corresponsales No Bancarios, artículo 8, menciona que los corresponsales no bancarios son canales financieros autorizados a prestar servicios bancarios, el mismo que debe contar con el auspicio del banco que promociona el servicio.

Podrán funcionar como corresponsales no bancarios las personas naturales o jurídicas. La solicitud de aprobación para la apertura de este servicio deberá ser suscrita por el representante legal de la institución financiera, tener el patrocinio de un abogado, y esta debe ser presentada a la Superintendencia de Bancos y Seguros.

El artículo 9 indica que las financieras podrán ofrecer los siguientes servicios:

¹⁵ Real Academia Española.

- Depósitos en efectivo de cuentas corrientes y cuentas de ahorros, así como transferencias de fondos que afecten dichas cuentas
- Consultas de saldos en cuenta corriente o de ahorros;
- Retiros con tarjeta de débito;
- Desembolsos y pagos en efectivo por concepto de operaciones activas de crédito;
- Pago de servicios básicos; y,
- Pago del bono de desarrollo humano¹⁶.

Las operaciones que se realicen por medio de corresponsales no bancarios deberán efectuarse única y exclusivamente a través de terminales electrónicos conectados en línea con la plataforma tecnológica de la respectiva institución financiera.

¹⁶ SBS-Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador. Normas generales para la aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Materiales y Métodos.

3.1.1 Materiales

Durante el desarrollo y proceso de la investigación se utilizaran los siguientes materiales:

- Documentos, investigaciones,
- Cuestionarios
- Suministros de oficina
- Materiales bibliográficos- (Libros)
- Revistas, publicaciones
- Equipo de computación
- Calculadora
- Cámara digital
- Internet

3.1.2 Métodos.

A fin de desarrollar el tema de investigación se ha considerado aplicables los siguientes métodos: Inductivo, descriptivo y estadístico.

3.1.2.1 Método Inductivo

Este método que parte de los datos particulares permite llegar a las conclusiones generales, este es obtenido por medio de la información conseguida a través de la observación, las encuestas y entrevistas, lo que permitirá elaborar el análisis de la tesis y establecer las conclusiones al final del proceso investigativo.

3.1.2.1 Método Descriptivo

Este método describe la realidad de los hechos de acuerdo a los criterios obtenidos con la aplicación de los instrumentos de evaluación (encuestas), lo

cual favorecerá a interpretar de manera adecuada la situación de la problemática, objeto de estudio de esta investigación.

3.1.2.2 Método Estadístico

Este método permite obtener el tamaño de la muestra para las encuestas, y contribuirá al procesamiento y análisis de la información obtenida, ya que a través de los datos calculados, se podrá analizar con mayor precisión los resultados de la investigación, para posteriormente establecer las conclusiones.

3.2 Tipo de Investigación

El presente estudio se desarrollará a través de una investigación de Campo y descriptivo.

3.2.1 Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva se aplicará con la finalidad de conocer los sucesos y procesos de las actividades que se relacionan en los locales comerciales que ofrecen los servicios del Banco del Barrio, para determinar y analizar los resultados descritos en las encuestas que permitirán llegar al objetivo de la investigación.

3.2.2 Investigación de Campo

Durante la investigación de campo se realizarán visitas hacia los negocios, y la información se obtendrá por medio de un cuestionario conformado con preguntas abiertas y cerradas que se dirigirán a los propietarios y clientes del banco del Barrio objetos de estudio.

3.3Diseño de Investigación

En la presente investigación se aplicará el diseño cuantitativo, debido a que se utilizará fórmulas matemáticas y análisis estadístico para producir resultados objetivos.

3.4 Población y Muestra.

En el cantón Quevedo existen 62 Bancos del Barrio; 3 en el área rural y 57 en el área urbana, la investigación se centrará en la zona urbana, por lo tanto la población objeto de estudio serán los 57 puntos de atención, los mismo que se tomarán como muestra para las encuestas.

Para determinar el tamaño de la muestra para las encuestas a los usuarios del Banco del Barrio, se considerará el total de la población que comprende las edades de entre 20 a 70 años, como población potencial debido a su criterio para las preguntas a consultar. Según el censo de población y vivienda del 2010 existen un total de 173.575 habitantes.

Cuadro 1. Población del cantón Quevedo por edad

EDAD	PERSONAS
0 a 4	18051
5 a 9	18975
10 a 14	19446
15 a 19	17285
20 a 24	15589
25 a 29	14022
30 a 34	12746
35 a 39	11396
40 a 44	10299
45 a 49	9209
50 a 54	7236
55 a 59	5707
60 a 64	4345
65 a 69	3446
70 a 74	2518
75 a 79	1584
80 a 84	995
85 a 89	449
90 a 94	202
95 a 99	65
100 a 110	10
TOTAL	173575

Fuente: INEC-CEPAL/CELADE. www.redatam.inec.gob.ec

Determinación de la muestra para los usuarios del Banco del Barrio

Formula:

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

DATOS	
n = a encuestar	
N = Universo	8797
Z = Nivel de confianza	95%, 1.960
e = Margen de error	5%
p = Probabilidad de aceptación	50%
q = Probabilidad de rechazo	50%

EDAD	PERSONAS
20 a 24	15589
25 a 29	14022
30 a 34	12746
35 a 39	11396
40 a 44	10299
45 a 49	9209
50 a 54	7236
55 a 59	5707
60 a 64	4345
65 a 69	3446
70 a 74	2518
TOTAL	96513

$$n = \frac{(1,960)^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 96.513}{(0,05)^2 \times (96.513 - 1) + (1,960)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{92691,08}{242.24}$$

n = 382 Usuarios a encuestar

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4. 1 Resultados

2.2.10 Ingresos promedios de los pequeños negocios debido a los servicios prestados por el Banco de Barrio.

Encuesta a propietarios del Banco del Barrio.

Pregunta 1. ¿Hace que tiempo ofrece los servicios del Banco del Barrio en su negocio?

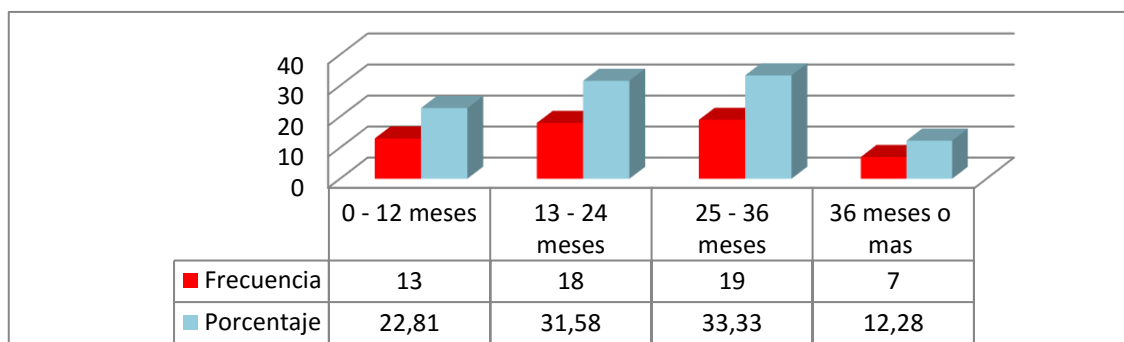
Cuadro 2. Tiempo de servicio del Banco del Barrio en los negocios

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
0 - 12 meses	13	22.81
13 - 24 meses	18	31.58
25 - 36 meses	19	33.33
36 meses o mas	7	12.28
Total	57	100

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora

Grafico 1. Tiempo de servicio de los CNB



Análisis.

Los datos encuestados reflejan que el 33.33% de los negocios que ofrecen los servicios del Banco del Barrio tiene entre 25 a 36 meses en actividad, también se observa que un 22,81% tiene un tiempo menor a 12 meses, mientras que un 12,28% de los propietarios brindan el servicio desde hace 36 meses. Estos resultados reflejan que el negocio bancario está tomado fuerza en el medio y por ende en el rango 25 a 36 meses más comercios se integraron a este canal financiero.

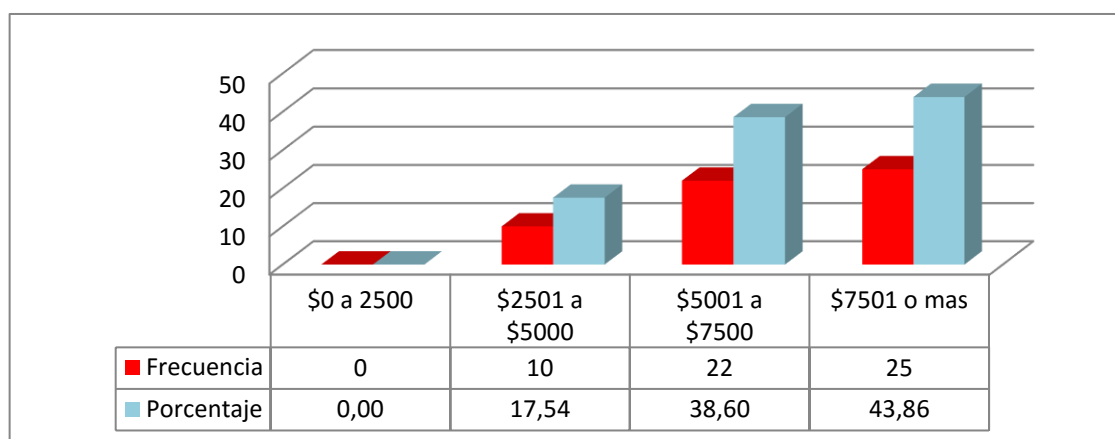
Pregunta 2. ¿En cuánto estima los ingresos mensuales producto de los servicios del Banco del Barrio?

Cuadro 3. Ingresos mensuales de los negocios que brindan los Servicios del Banco del Barrio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
\$0 a 2500	0	0,00
\$2501 a \$5000	10	17,54
\$5001 a \$7500	22	38,60
\$7501 o mas	25	43,86
Total	57	100

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Autora

Gráfico 2. Ingresos promedios



Análisis.

El 17,54% de los propietarios indicaron que sus ingresos mensuales se ubica entre \$2501 a \$5000, el 38,60% recibe ingresos de \$5001 a \$7500, mientras que el 43,86% obtienen ingresos de más de \$7500, en promedio el ingreso mensual percibido por los servicios del Banco del Barrio es de \$5000 mensual. La mayoría de los negocios obtienen ingresos que superan los \$7500, lo cual demuestra que los negocios obtienen una captación favorable de clientes y de servicios y que el acceso de la comunidad al mismo permite a que los comercios se consoliden como pequeños bancos y a su vez incrementen los ingresos.

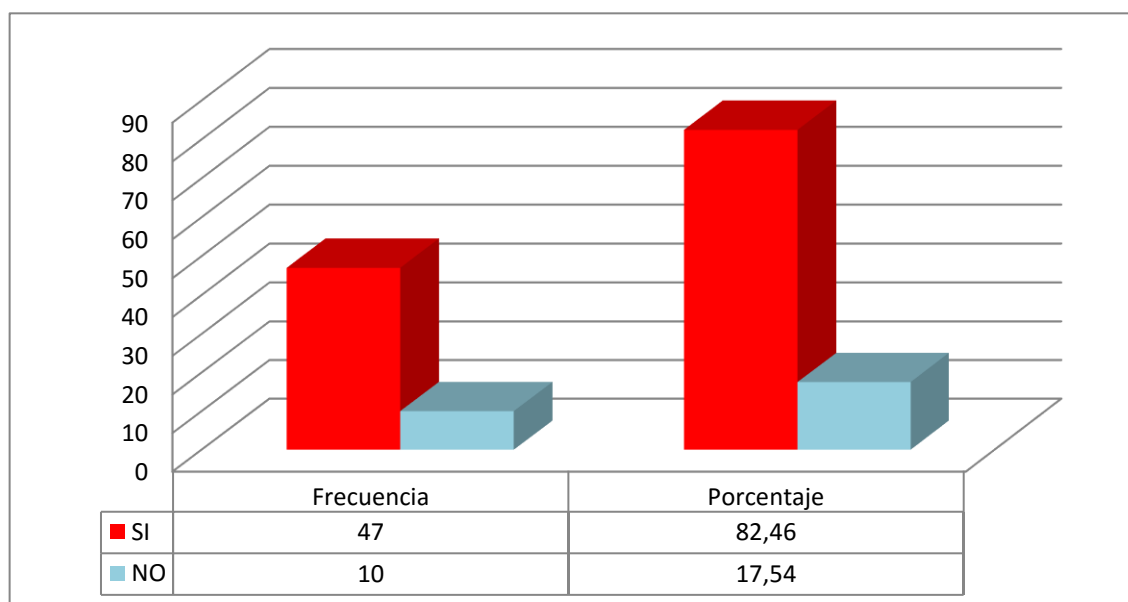
Pregunta 3. ¿Ha mejorado la economía en su negocio y por ende la de su familia debido a los servicios del Banco de Barrio?

Cuadro 4. Negocios que mejoraron sus economías familiares a través de los servicios del Banco del Barrio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	47	82,46
NO	10	17,54
Total	57	100

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Autora

Grafico 3. Nivel de aceptación de mejoría en las economías familiares



Análisis.

Según el 82,46% de los encuestados indicaron que la economía de sus negocios y con ello la de sus familias mejoró con la implementación del servicio del Banco del Barrio, porque les ha permitido generar un ingreso adicional para la economía familiar, en cambio el 17,54% manifestaron que este servicio no ha sido favorable sus comercios.

Pregunta 4. ¿A qué destina los ingresos obtenidos?

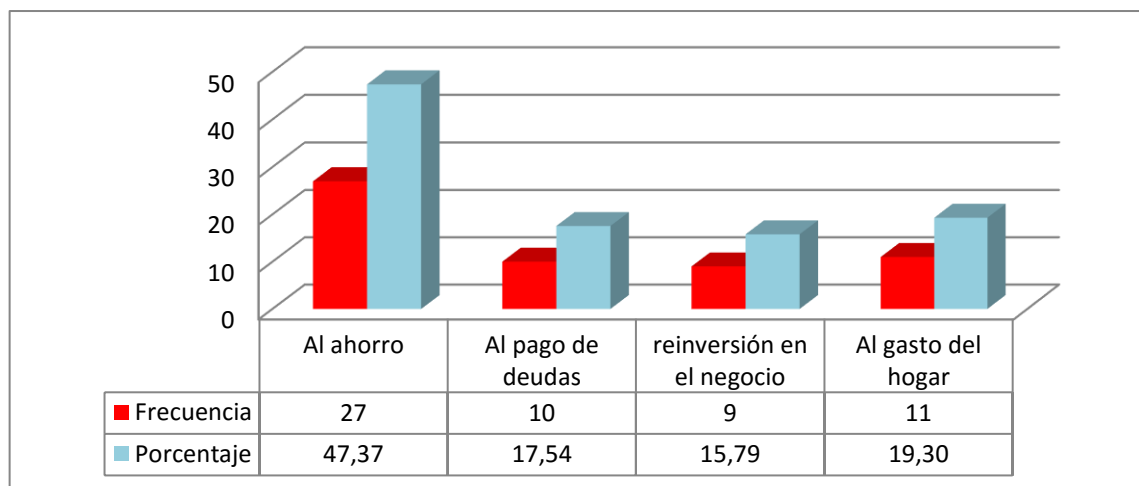
Cuadro 5. Distribución de los ingresos percibidos de los propietarios del Banco del Barrio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Al ahorro	27	47,37
Al pago de deudas	10	17,54
Reinversión en el negocio	9	15,79
Al gasto del hogar	11	19,30
Total	57	100

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora

Gráfico 4. Destino de los ingresos de los propietarios del Banco de Barrio



Análisis.

En cuanto a la distribución de los ingresos percibido, el 47,37% de los propietarios afirmaron que lo destinan al ahorro, un 17,54% lo direccionan hacia el pago de deudas, el 15,79% lo invierten en el negocio y el 19,30% lo destinan al hogar. Se observó que la mayoría de las familias propietarias de Bancos del Barrio han considerado ahorrar el ingreso adicional obtenido, como una alternativa para hacer uso en el momento de alguna necesidad.

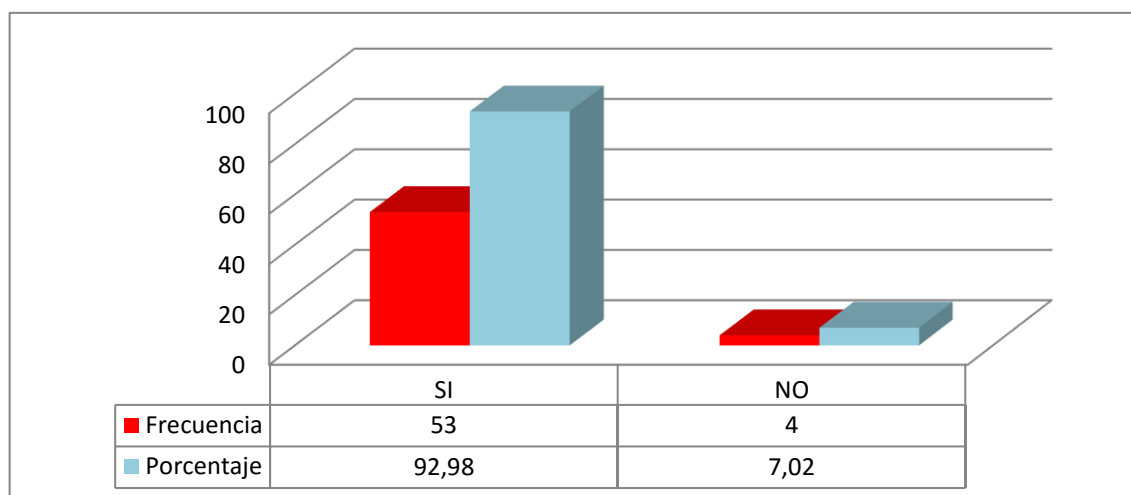
Pregunta 5. ¿El Banco del Barrio ha promovido una mayor captación de clientes?

Cuadro 6. Porcentaje de negocios con captación de clientes del Banco del Barrio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	53	92,98
NO	4	7,02
Total	57	100

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Autora

Gráfico 5. Captación de clientes



Análisis.

El 92.98% de los comercios encuestados señalaron que el Banco del Barrio ha promovido una mayor captación de clientes para los negocios, el 7,02% de los propietarios expresaron que este servicio no ha influenciado en obtener mayor clientela. A pesar de los resultados obtenidos, se observó que los negocios necesitan de una campaña estratégica que permita atraer aún mas la atención y preferencia de usuario hacia este servicio bancario y de este modo lograr que estos negocios reciban una mayor clientela, la misma que logrará demandar más productos de los pequeños negocios.

2.2.11 Necesidades y nivel de satisfacción de la comunidad en cuanto a la prestación de servicios de corresponsales no bancarios.

Encuesta a usuarios del Banco del Barrio.

Pregunta 6 ¿Considera usted que el Banco del Barrio es necesario para la sociedad?

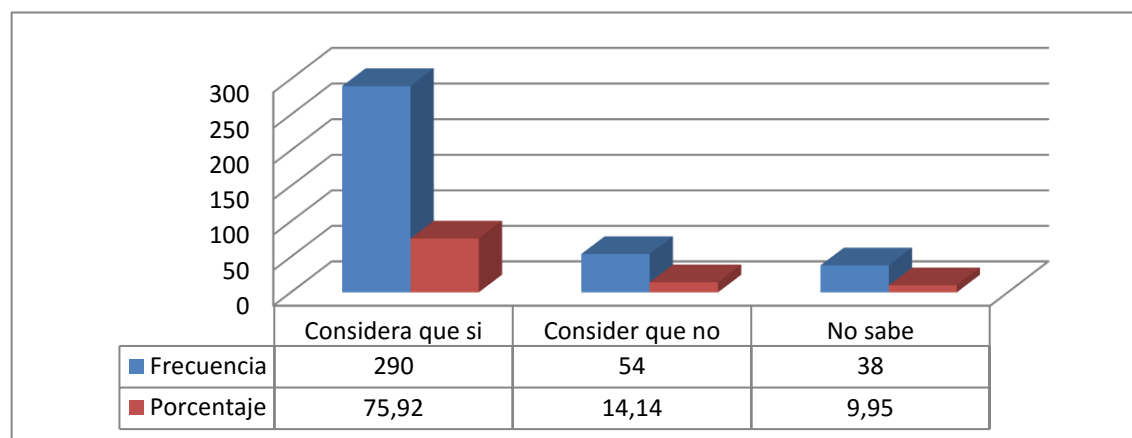
Cuadro 7. Determinación de la importancia de la implementación de los Bancos del Barrios en la sociedad.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Considera que si	290	75,92
Considera que no	54	14,14
No sabe	38	9,95
Total	382	100,00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora

Gráfico 6. Importancia del Banco del Barrio en la sociedad



Análisis

De las 382 personas encuestadas, el 75,92% consideran que los servicios del Banco del Barrio son necesarios para la sociedad porque ha permitido cubrir a la población de recursos económicos limitados el 14,14% indicaron que no es necesaria la implementación de este servicio, mientras que un 9,95% indicaron que tal vez es conveniente este servicio para cubrir las necesidades de los usuarios.

Pregunta 7. ¿Se encuentra usted satisfecho con la prestación de servicios del Banco del Barrio?

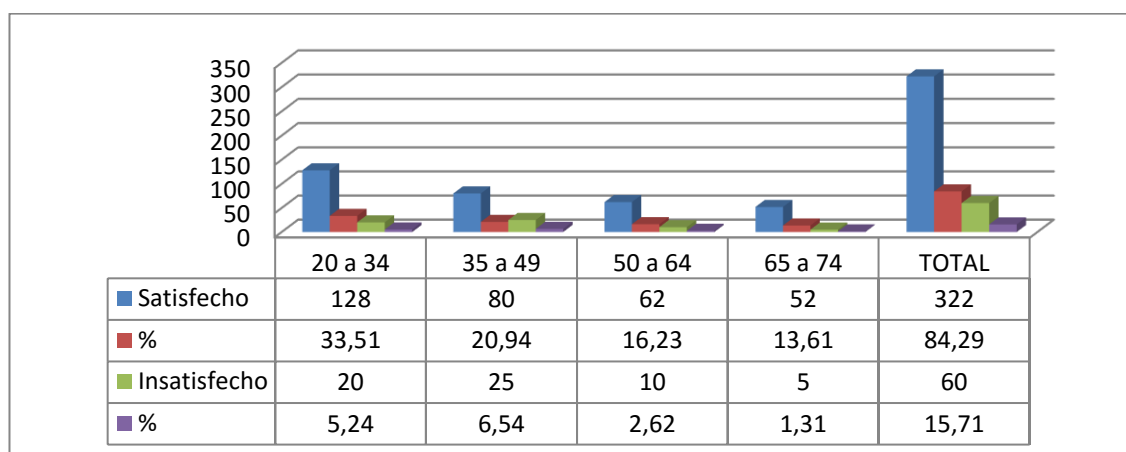
Cuadro 8. Determinación del nivel de satisfacción de los usuarios por edad en cuanto a los servicios que se ofrecen en el Banco del Barrio.

Edad	Satisfecho	%	Insatisfecho	%
20 a 34	128	33,51	20	5,24
35 a 49	80	20,94	25	6,54
50 a 64	62	16,23	10	2,62
65 a 74	52	13,61	5	1,31
TOTAL	322	84,29	60	15,71
Total Usuarios				382

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora

Gráfico 7. Nivel de satisfacción del servicio del Banco del Barrio



Análisis.

En cuanto al nivel de satisfacción del servicio, el 84,29% de los encuestados indicaron sentirse satisfechos con el acceso al Banco del Barrio y un 15,71% manifestaron no estar conforme con este servicio debido a los problemas de la red o sistema que suele colapsar. De acuerdo al nivel de satisfacción por edad, el 33,51% de la población entre 20 a 34 años se siente conformes debido a que les permite acceder con rapidez y seguridad al servicio bancario y 16,23% de la población entre 50 a 64 años aceptan preferir este servicio por la cercanía a su hogar.

Pregunta 8. ¿Con que frecuencia utiliza los servicios del Banco del Barrio?

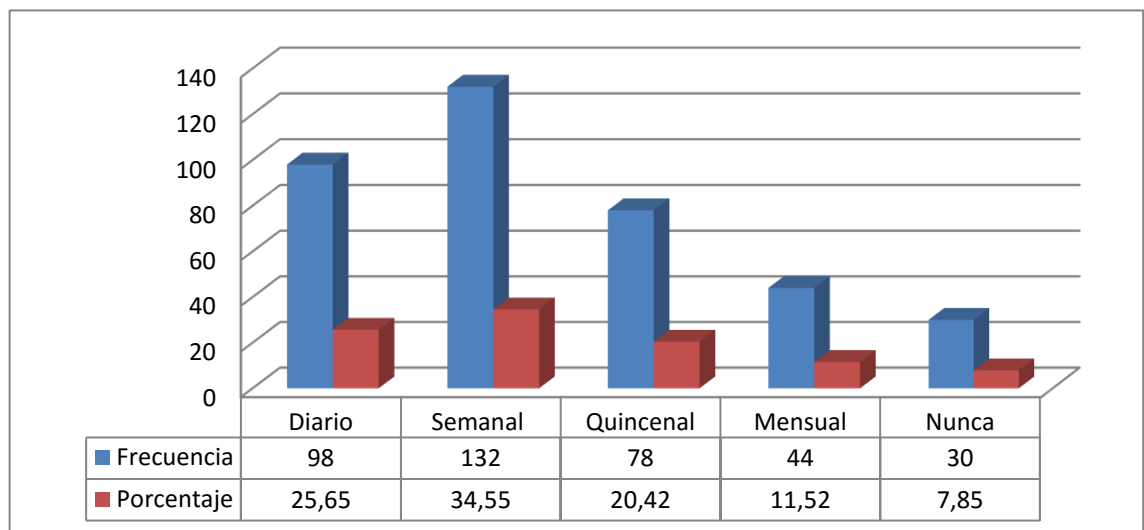
Cuadro 9. Frecuencia de utilización de servicios bancarios en los negocios

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Diario	98	25,65
Semanal	132	34,55
Quincenal	78	20,42
Mensual	44	11,52
Nunca	30	7,85
Total	382	100,00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora.

Gráfico 8. Frecuencia de transacciones en el Banco del Barrio



Análisis.

El 25,65% de los usuarios señalaron que realizan sus transacciones diariamente como depósitos en cuenta y pago de servicios, el 34,55% lo hace semanalmente, el 20,42% acuden al Banco del Barrio cada quincena, el 11,52% se forma mensual en este se ubican las personas que cobran valores del Bono de Desarrollo Humano y 7,85% indicaron que no usan los servicio.

Pregunta 9. ¿Considera usted que el Banco del Barrio influye en que los usuarios demanden los productos que se ofrecen en el negocio en donde se encuentra implementado?

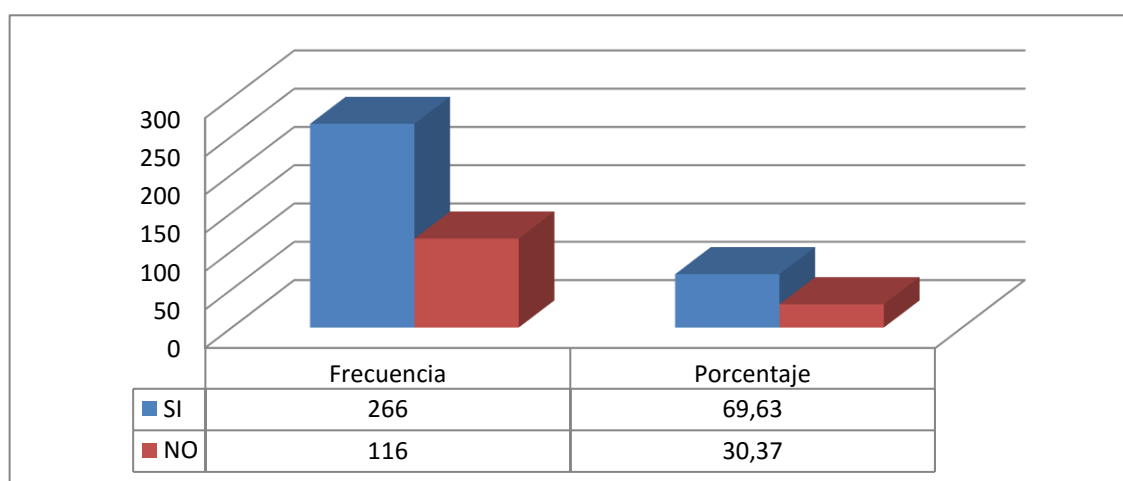
Cuadro 10. Determinación de las preferencias de consumo en los negocios que ofrecen los servicios del Banco del Barrio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	266	69,63
NO	116	30,37
Total	382	100,00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora.

Grafico 9. Nivel de consumo en los negocios



Análisis.

El 69,63% de los encuestados señalaron que los Banco del Barrio si influyen en que los usuarios consuman productos que se venden en el negocio, esto debido a que por seguridad las personas no necesitan realizar los gastos del hogar en otras tiendas ya que en la misma se posee lo necesario para la subsistencia, mientras que el 30,37% indicaron lo contrario.

Encuesta a propietarios del Banco del Barrio.

Pregunta 10. ¿Qué tipo de transacción realizan constantemente los clientes?

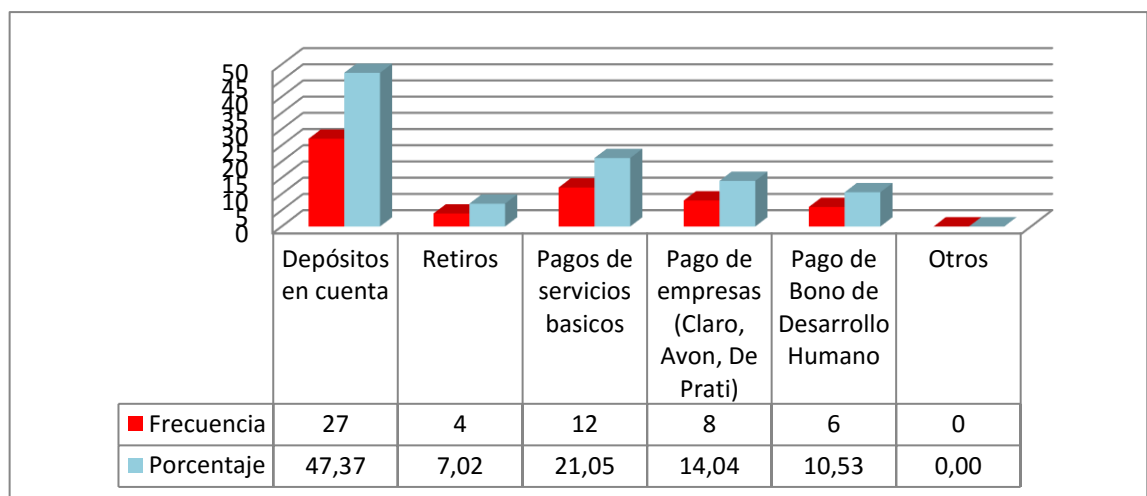
Cuadro 11. Tipo de transacciones realizados por los usuarios del Banco de Barrio

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Depósitos en cuenta	27	47,37
Retiros	4	7,02
Pagos de servicios básicos	12	21,05
Pago de empresas (Claro, Avon, De Prati, entre otros.)	8	14,04
Pago de Bono de Desarrollo Humano	6	10,53
Otros	0	0,00
Total	57	100

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora

Gráfico 10. Tipo de transacciones



Análisis.

Los dueños de los negocios encuestados indicaron que los depósitos en cuenta es la transacción que realizan a diario ubicándose en un 47,37%, las recaudaciones por servicios básicos en un 21,05% y el pago de bono de desarrollo humano un 10,53%.

Pregunta 11. ¿Cree usted que la clientela se siente conforme al tener el servicio del Banco del Barrio cerca del hogar?

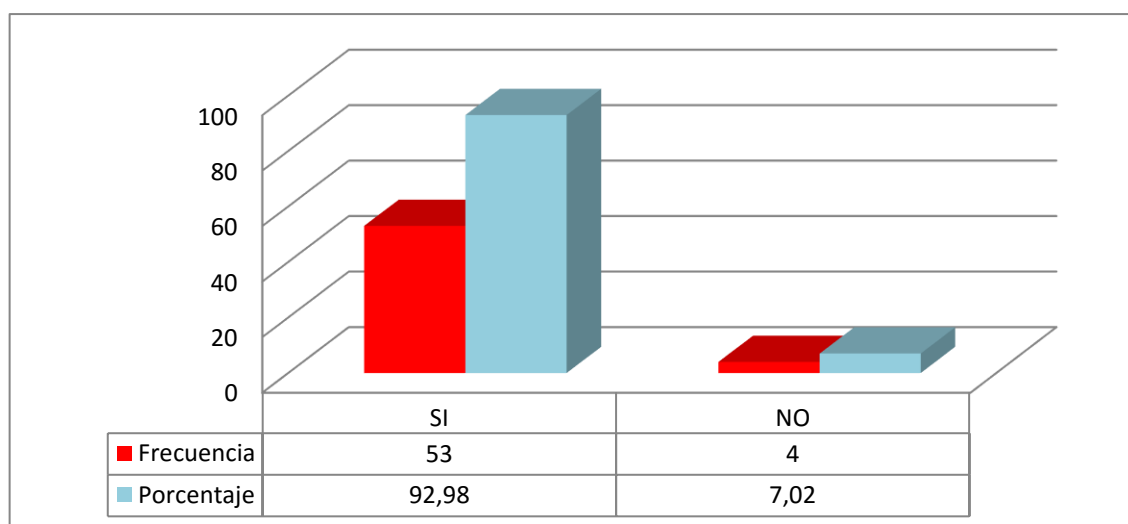
Cuadro 12. Grado de satisfacción de clientes del Banco del Barrio

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	53	92,98
NO	4	7,02
Total	57	100

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora

Gráfico 11. Nivel de satisfacción de los usuarios



Análisis.

El 92,98% de los propietarios de los Bancos del Barrio consideran que sus clientes están conformes con este servicio, debido a que optimizan tiempo y dinero al momento de realizar sus transacciones y por la seguridad que estos les proporcionan por la cercanía al hogar, mientras que un 7,02% indicaron lo contrario.

2.2.12 Efectos producidos por el Banco del Barrio en las economías familiares de los pequeños negocios.

Encuesta a usuarios del Banco del Barrio.

Pregunta 12 ¿Qué efectos ha producido el Banco del Barrio en su economía familiar?

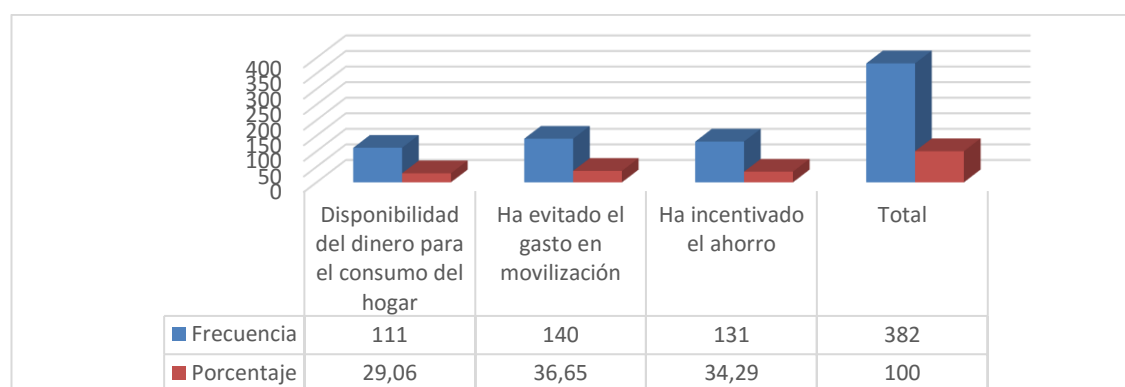
Cuadro 13. Efectos producidos en las economías familiares de los usuarios que utilizan el servicio del Banco del Barrio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Disponibilidad del dinero para el consumo del hogar	111	29.06
Ha evitado el gasto en movilización	140	36,65
Ha incentivado el ahorro	120	34.29
Total	382	100,00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora

Gráfico 12. Efectos en las economías familiares



Análisis.

El 29.06% de los encuestados indicaron que el Banco del Barrio les otorga disponibilidad de dinero para el consumo del hogar, el 36,65% afirmaron que han evitado el gasto en movilización para realizar sus transacciones, mientras que el 34,29% contestaron que este servicio impulsa el ahorro. Se observa que la cercanía del servicio bancario en los hogares ha promovido a que las familias reduzcan costos para trasladarse para realizar sus depósitos y por consiguiente ha permitido a que destinen un porcentaje de sus ingresos al ahorro, convirtiéndose en un medio favorable para la población de limitados recursos.

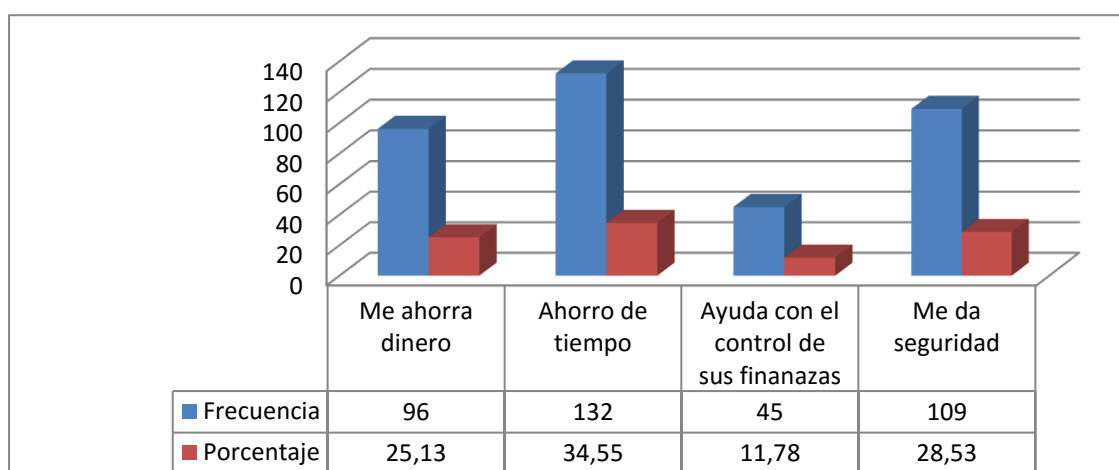
Pregunta 13. ¿Cuál ha sido el impacto causado por la implementación del Banco del Barrio en las familias?

Cuadro 14. Determinación del impacto causado por el Banco del Barrio en las familias.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Me ahorra dinero	96	25,13
Ahorro de tiempo	132	34,55
Ayuda con el control de sus finanzas	45	11,78
Me da seguridad	109	28,53
Total	382	100,00

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Autora

Gráfico 13. Impacto causado en las familias



Análisis.

Un 25,13% de los usuarios encuestados indicaron que los servicios del Banco del barrio les ha permitido ahorrar su dinero debido que no necesita gastar en movilización para realizar sus transacciones, el 34,55% utilizan este servicio por ahorro de tiempo debido a que les evita realizar largas filas como se realiza en los bancos tradicionales y por la rapidez en que ello pueden acceder a los mismos, el 11,78% lo utilizan porque pueden controlar su dinero través de la apertura de cuentas amiga, y el 28,53% manifiesta que esta alternativa les brinda seguridad debido a que se encuentra cerca del hogar y así evitan ser blancos de la delincuencia.

Pregunta 14. ¿Creé usted que el Banco del Barrio ha fortalecido su economía familiar?

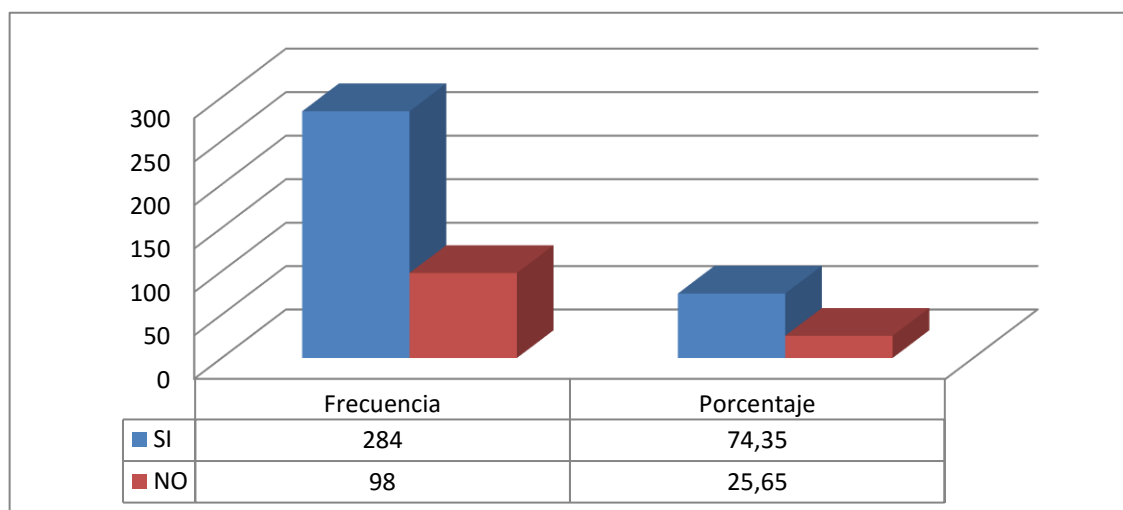
Cuadro 15. Nivel de aceptación de los usuarios del Banco del Barrio en cuanto al fortalecimiento de sus economías familiares.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	284	74,35
NO	98	25,65
Total	382	100,00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora

Gráfico 14. Fortalecimiento de las economías familiares



Análisis.

Según el 74,35% de los usuarios encuestados afirman que este servicio ha permitido fortalecer las economías de las familias debido a que este medio se traduce en ahorro de costo de transporte para llegar a una entidad bancaria y en cierto modo por la seguridad que refleja al momento de realizar cualquier transacción por la cercanía a los hogares y a su vez adquirir las compras de alimentos en el mismo lugar, mientras que el 25,65% indicaron que este medio no ha fortalecido las economías familiares.

Encuesta a propietarios del Banco del Barrio.

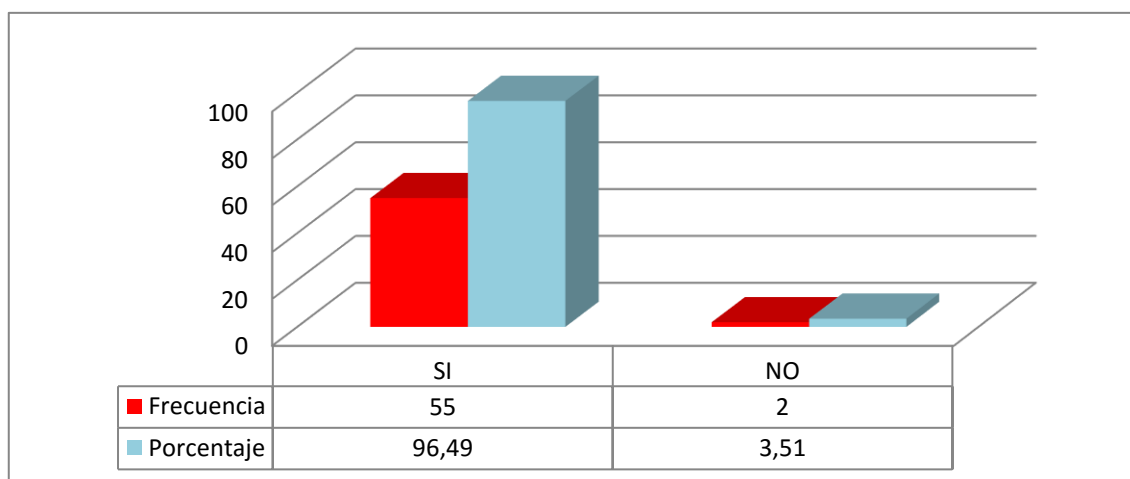
Pregunta 15. ¿Considera conveniente haber implementado el Banco del Barrio en su negocio?

Cuadro 16. Determinación de la conveniencia en implementación de Bancos del Barrio en los negocios

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	55	96,49
NO	2	3,51
Total	57	100

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Autora

Gráfico 15. Conveniencia en implementación de Bancos del Barrios en los negocios



Análisis.

El 96,49% de los negocios encuestados indicaron que implementar el servicio del Banco del Barrio ha sido conveniente, lo cual refleja que esta implementación ha permitido que los negocios puedan captar nuevos clientes lo cual se traduce en mayores ingresos y por consiguiente significa un mejor bienestar para las finanzas del comercio y de los propietarios de los mismos. En cambio el 3,51% sostuvieron que no ha sido conveniente.

Pregunta 16. ¿Creé usted que el servicio del Banco de Barrio ha incrementado las ventas del negocio?

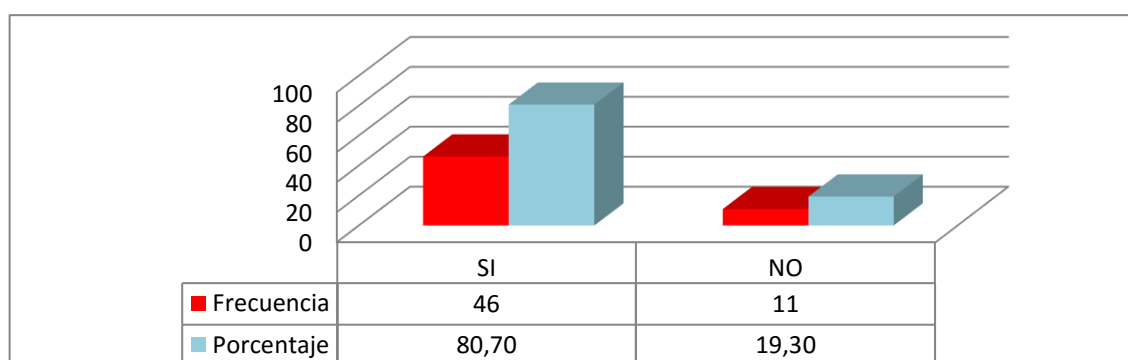
Cuadro 17. Número de negocios que incrementaron sus ventas con la implementación del Banco del barrio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	46	80,70
NO	11	19,30
Total	57	100

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora

Gráfico 16. Comercios con incremento en ventas



Análisis.

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 80,70% de los negocios encuestados afirmaron que el servicio del Banco del Barrio ha permitido incrementar las ventas en negocio, ya que los usuarios a más de realizar sus transacciones también realizan compras de alimentos para el hogar, lo cual permite que los comercio obtengan más ingresos por los productos que se ofrecen en el mismo y un 19,30% de los negocios indica lo contrario. La mayor proporción de los dueños de los negocios aceptan este efecto de incremento de ventas a partir de la oferta de este servicio bancario, sin embargo expresan que necesitan una mayor comercialización de este servicio para así lograr llegar a más clientes y hacerse conocer en el medio.

Pregunta 17. ¿En qué porcentaje ha incrementado las ventas en el negocio debido a los servicios ofrecidos por el Banco del Barrio?

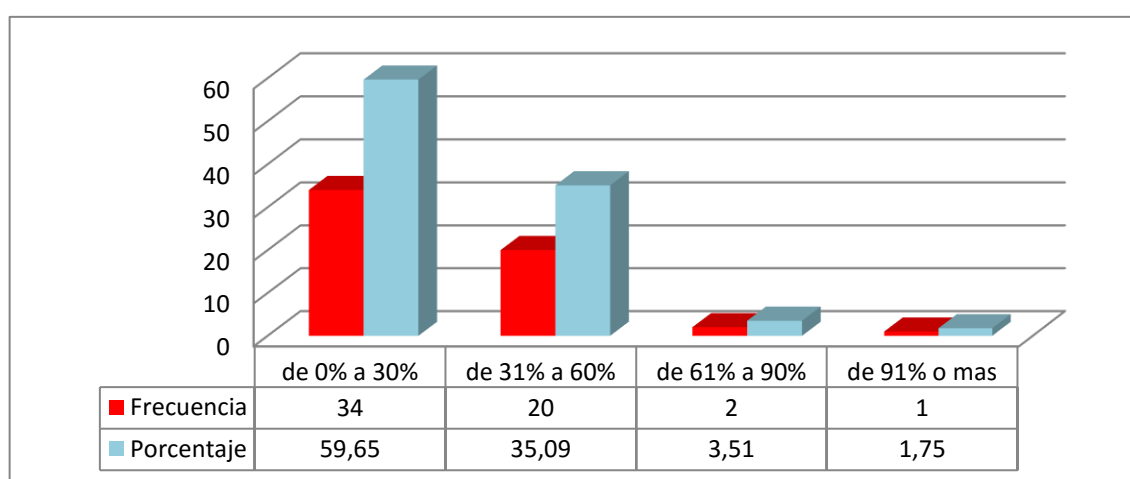
Cuadro 18. Incremento de las ventas en los negocios que ofrecen servicios del Banco del Barrio

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
de 0% a 30%	34	59,65
de 31% a 60%	20	35,09
de 61% a 90%	2	3,51
de 91% o mas	1	1,75
Total	57	100

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora

Gráfico 17. Porcentajes de in incremento en ventas



Análisis.

Un 59,65% de los propietarios del Banco de Barrio indicaron que las ventas en sus negocios incrementaron entre un 30%, el 35,09% de los encuestados afirmaron que sus ventas crecieron entre un 31 a 60%, mientras que el 3,5% indicaron tener un incremento de más del 61%.

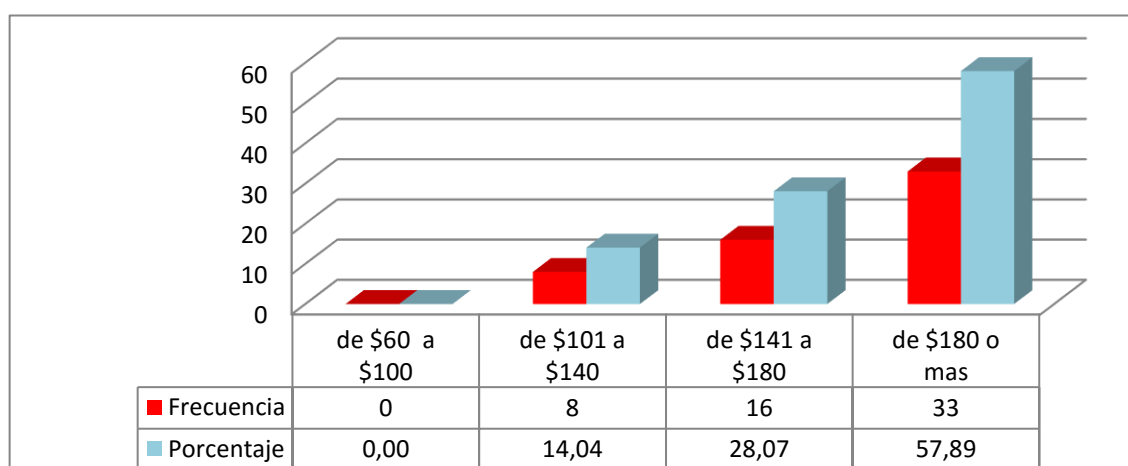
Pregunta 18. ¿Cuánto recibe mensualmente en comisiones por los servicios del Banco de Barrio?

Cuadro 19. Comisiones mensuales de los propietarios del Banco del Barrio

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
de \$60 a \$100	0	0,00
de \$101 a \$140	8	14,04
de \$141 a \$180	16	28,07
de \$180 o mas	33	57,89
Total	57	100

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Autora

Gráfico 18. Promedio de comisiones



Análisis.

Un 57,89% de los negocios encuestados reciben más de \$180 mensuales por comisión, el 28,07% recibe entre \$141 a \$180 mensuales, según los encuestados estos valores varían de acuerdo al número de transacciones realizadas en el Banco del Barrio, mientras más recaudaciones realicen se incrementa el valor mensual por comisión.

Pregunta 19. ¿A que destina los ingresos obtenidos?

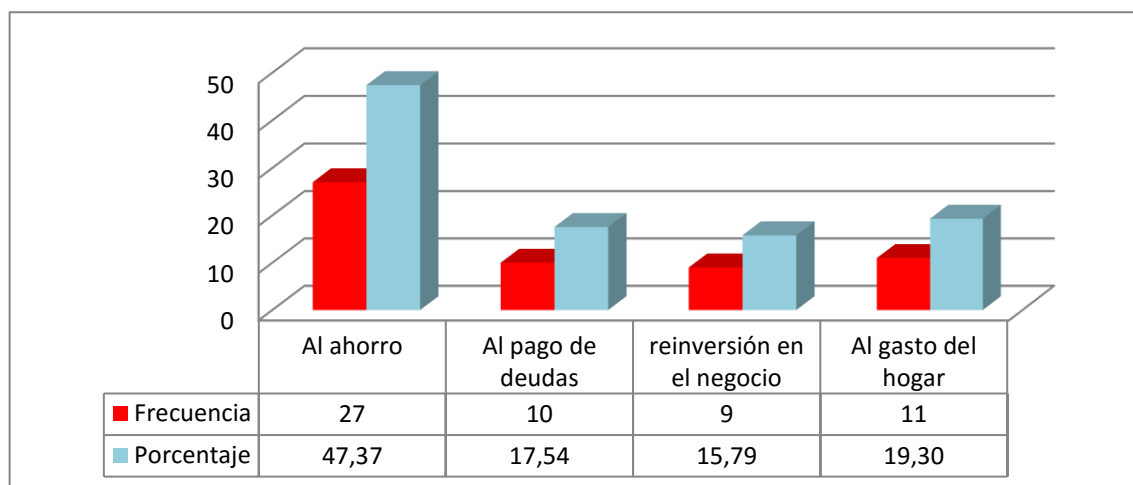
Cuadro 20. Distribución de los ingresos percibidos de los propietarios del Banco del Barrio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Al ahorro	27	47,37
Al pago de deudas	10	17,54
Reinvierte en el negocio	9	15,79
Al gasto del hogar	11	19,30
Total	57	100

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora

Gráfico 19. Destino de los ingresos de los propietarios del Banco de Barrio



Análisis.

En cuanto a la distribución de los ingresos percibido, el 47,37% de los propietarios afirmaron que lo destinan al ahorro, un 17% lo direccionan hacia el pago de deudas, el 15,79% lo invierten en el negocio y el 19,30% lo destinan al hogar.

Pregunta 20. ¿Qué efectos cree que produce el Banco del Barrio en las economías familiares de los pequeños negocios?

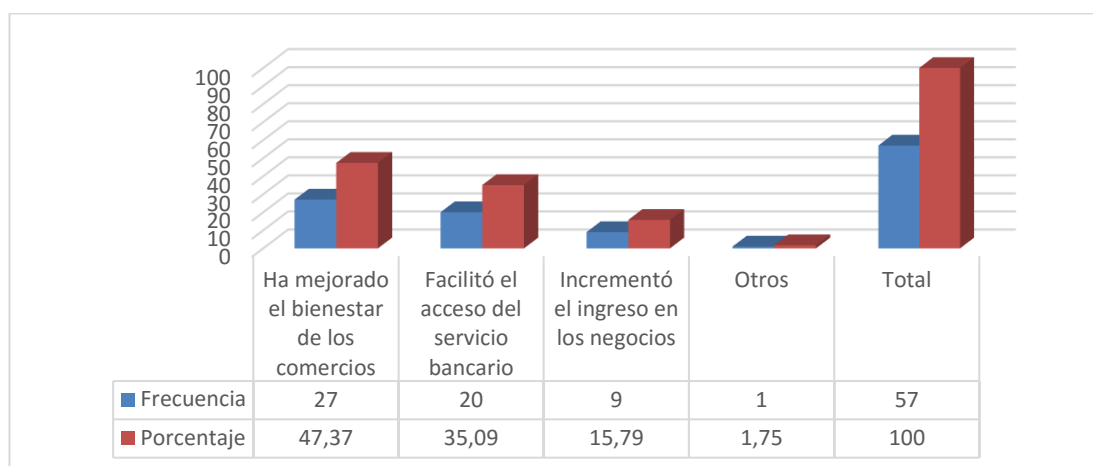
Cuadro 21. Efectos producidos en las economías familiares de los pequeños negocios.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Ha mejorado el bienestar de los comercios	27	47,37
Facilitó el acceso del servicio bancario	20	35,09
Incrementó el ingreso en los negocios	9	15,79
Otros	1	1,75
Total	57	100

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora

Gráfico 20. Efecto en las economías familiares



Análisis.

El 47,37% de los encuestados concuerdan que ha mejorado el bienestar de los comercios, influenciado por una mayor captación de clientes que hacen uso del canal bancario, el 35% en cambio afirman que facilitó el acceso al servicio bancario con la implementación del Banco del Barrio en los negocios porque les permite ofrecer productos financieros a la comunidad dando un valor agregado a los comercios y el 15,79% manifiestan que incrementó el ingreso a través de este servicio bancario, no solo en venta de productos de consumo masivo, también por las bonificaciones que perciben los propietarios por cada transacción realizada.

2.3 Discusión

En la hipótesis general se planteó, si el Banco del Barrio ha contribuido en el fortalecimiento de las economías familiares de los pequeños negocios, lo cual se comprobó en la pregunta 3 de la encuesta a propietarios del Banco del Barrio, en donde el 82.46% afirmaron que la economía de su negocio mejoró con la implementación de este servicio. En la pregunta 20 de la misma encuesta se obtuvo que el 47,37% de los propietarios manifestaron que el bienestar de su economía familiar obtuvo una mejora con este canal bancario y un 15,79% indicaron que incrementaron sus ingresos porque les permite generar un valor adicional como bonificación por las transacciones realizadas además de las ventas que se realizan en estos comercios. Lo cual demuestra que se cumple la hipótesis planteada.

En cuanto al ingreso promedio de los pequeños negocios producto de los servicios que se ofrecen en el Banco del Barrio, en la pregunta 2 de la encuesta a propietarios del Banco de Barrio se comprobó que el 43,86% de los encuestados reciben ingresos superior a \$7500 y un 38,60% reciben ingresos de entre \$5000 a 7500, demostrando que los negocios obtienen más clientes y una mayor recaudación de servicios, convirtiéndose un lugar de preferencia para los usuarios y por ende estabiliza a los comercios.

Según las necesidades y el nivel de satisfacción de la comunidad, en la pregunta 8 de la encuesta a usuarios del Banco del Barrio, el 75.92 respondieron que este canal bancario es necesario para la sociedad porque cubre las necesidades de la población al ofrecerles acceso a una variedad de servicios. En la pregunta 7 de la misma encuesta se encontró que un 84,29% del total de usuarios indicaron sentirse satisfechos con el acceso a este servicio bancario en su barrio. De acuerdo al nivel de satisfacción por edad, el 33,51% de la población entre 20 a 34 años se siente conformes debido a que les permite acceder con rapidez y seguridad las transacciones y 16,23% de la población entre 50 a 64 años aceptan preferir este servicio por la cercanía a su hogar. Esto refleja que la implementación de este servicio ha sido positiva para

los sectores con poco acceso a servicios bancarios facilitando la cobertura hacia los hogares.

Entre los efectos que el Banco del Barrio ha provocado en las economías familiares se tiene que un 36,65% de los encuestados les ha evitado el gasto por movilización y un 31,94% ha permitido mejorar sus ingresos, el mismo que se comprobó en la pregunta 12 de la encuesta a usuarios del Banco del Barrio. En la pregunta 13 de la misma encuesta, el impacto que ha tenido este servicio en la comunidad demuestra que un 25,13% de los usuarios ahorran a través de este medio y un 28,53% acceden a este servicio por la seguridad.

La influencia del Banco del Barrio en la comunidad ha contribuido a que las familias otorguen un porcentaje de sus recursos al ahorro, la misma que se comprueba en la pregunta 12 de la encuesta a usuarios en donde el 34,29% afirmaron que este servicio incentiva el ahorro y por ende ha permitido mejorar la economía y el bienestar de los hogares. De acuerdo a la pregunta 19 de la encuesta a propietarios se obtuvo que 47,37% de los dueños de negocios distribuyen sus ingresos al ahorro, el 15,79%% reinvierten los recursos en el negocio, demostrando que el deseo de ahorrar se profundiza en una ampliación de los comercios con el objeto de lograr captar y fidelizar más usuarios.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- En la hipótesis planteada “La implementación del Banco del Barrio en los pequeños negocios comerciales ha contribuido en mejorar el bienestar de la economías familiares de la ciudad de Quevedo” se comprueba. El 82,46% de los propietarios manifestaron que la economía de sus negocios mejoró con la implementación de este servicio y el 47,37% indicaron que mejoró el bienestar de las familias. Por lo tanto, se concluye que la figura de agentes no bancarios o Banco del Barrio, ha sido una alternativa favorable y conveniente para trasladar la banca cerca del hogar como mecanismo para cubrir las necesidades de la población en cuanto a servicios bancarios y por ende lograr el bienestar de los comercios
- Se observó que la clientela de los negocios encuestados están satisfechos con el acceso a estos servicios, reflejados en un 84,29% de los encuestados, en cierto modo, esta estrategia ha promovido el bienestar en la comunidad porque ya no necesitan acudir a las entidades financieras que se encuentra muy distantes para poder realizar el pago de servicios básico o realizar depósitos en cuenta. Sin embargo los propietarios necesitan alimentar sus conocimientos en lo que respecta al asesoramiento de los servicios que se ofrecen en el mismo, para garantizar una mejor atención al público.
- La mayoría de los negocios encuestados concuerdan que sus ventas incrementaron entre un 0% a 30% a partir de la implementación del Banco del Barrio los mismo que se reflejaron en un 59,65% de los negocio encuestados y con ello contribuyó en la captación de nuevos clientes para los negocios.

5.2 RECOMENDACIONES

- Los propietarios del Banco del Barrio necesitan una mejor capacitación para brindar un mejor servicio, para de esta manera satisfacer las necesidades de los usuarios e incrementar aún más el número de clientes que hacen uso de estos servicios.
- Implementar nuevos servicios que se adapten a la comunidad de tal modo que permita tener una mayor cobertura para la población de escasos recursos.
- Otorgar otros beneficios o incentivos económicos para los propietarios del Banco del Barrio para que exista bienestar en sus economías familiares.

CAPITULO VI

BIBLIOGRAFIA

6.1 Literatura Citada

- Argibay GonzálezMaría del Mar. Operativa Bancaria: Procedimientos Manuales O Informáticos Adecuados Para La Realización De Operaciones Y Servicios Bancarios.Editorial Ideas Propias. 2006. Pág. 99.
- Ávila Macedo Juan José. Economía. México. Editorial Umbral. 2006. pág. 9
- Escobar Gallo Heriberto, Cuartas Mejía Vicente. Diccionario Económico Financiero. Universidad de Medellin. Sello editorial. Tercera edición. Pág. 45.
- Fernández Santiago, López Lis-Verónica,Sabater Álvaro, Martín Enríquez, Rodríguez Ignacio. M-BANKING: Oportunidades y barreras para el desarrollo de servicios financieros a través de tecnologías móviles en américa Latina y el Caribe. FOMIN: Fondo Multilateral de Inversiones-BID. 2009.
- Goldschmidt Roberto, PisaniRicci María Auxiliadora, Rodríguez Gabriel,Beirutti Ruiz Ivanova. Curso de Derecho Mercantil. Capítulo VI- Comerciantes. Año 2008.
- Gómez García Vincent. Como ser un empresario exitoso. primera edición. 2009.
- GomesCristina; TuiranRodolfo. Procesos Sociales, Población Y Familia: Alternativas Teóricas Y Empíricas En Las Investigaciones Sobre Vida Doméstica. México. Primera edición. 2001. Pág. 26-27.
- Greco Orlando. Diccionario Contable.Valletta ediciones. 4ta edición. 2007. Pág. 126.

- Marcuse Robert. Diccionario de Términos Financieros y Bancarios. Quinta edición, editorial Ecoediciones. 2009.
- MuciFacchin Gustavo, Ponte Rafael Martín. Regulación bancaria. Cap. VII- La Banca del Futuro. Pág. 335. Universidad Católica Andrés Bello. Publicaciones UCAB. 2004
- Santomá Francesc Prior-Javier. Los nuevos océanos azules para productos financieros: oportunidades de negocios en la base de la pirámide. Editorial Deusto-Grupo Planeta. Primera edición. 2009.
- Vizcarra José Luis. Diccionario de Economía- Términos, ideas y fenómenos Económicos. México. Editorial Patria, primera edición. 2007.
- ZEITHAML A. Valarie. Marketing de servicios un enfoque de integración del cliente a la empresa. México. McGraw- Hill. 2002

6.2 Linkografía

- Banco de Guayaquil. saladeprensabg.com/boletín
- Corresponsales no bancarios dinamizan la economía de las pequeñas ciudades.
<http://saladeprensabg.com/articulos/corresponsalesnobancariosdinamizan-la-economia-de-las-pequenas-ciudades/>. Fecha Publicación: 28-11-2012. Fecha búsqueda. 12-12-2013.
- <http://www.condusef.gob.mx/index.php/institucionesfinancieras/bancos/corresponsales-bancarios>. CONDUSEF. Comisión Nacional para la Protección y Defensa de Los usuarios de Servicios Financieros. Fecha publicación: 19-7-2013. Fecha búsqueda: 06-01-2014.

- El Sistema Financiero.<http://www.slideshare.net/dajosgeradri/sistema-financiero-15846702>. Fecha publicación: 04-01-2013. Fecha búsqueda: 10-12-2013.
- La Empresa familiar. Fiscalidad, organización y protocolo familiar. Javier Pérez-Fadón Martínez. CISSPRAXI SA. Fecha Publicacion: 04-2005. Fecha búsqueda. 12-12-2013.
- <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/econ8.htm>. McCONNELL, Campbell R. y BRUE, Stanley L., |*Economía*, McGraw-Hill, 1997. Biblioteca Luis Ángel Arango del Banco de la República
- Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador. El sistema financiero ecuatoriano.
http://portaldelusuario.sbs.gob.ec/contenido.php?id_contenido=23. Fecha búsqueda: 12/12/2013.
- <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/19276/Capitulo1.pdf>
- <http://conceptodefinicion.com/comercio/>. Comercio. Henry Brito. Año 2012
- Superintendencia de Bancos Y seguros-Junta Bancaria del Ecuador. Resolución No JB-2008-1150.
http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/2008/Junta_Bancaria/resol_JB-2008-1150.pdf. 30-jun-2008

- El Comercio. Manual de derecho comercial. Nuri Rodríguez-Carlos López
<http://www.derechocomercial.edu.uy/RespComercio01.htm>.
Fecha publicación: 02-07-2006
- <http://ingnegocios.itam.mx/es/13/faq/que-es-un-negocio>. Año 2012

ANEXOS

FORMATO DE ENCUESTA
UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA ECONOMIA

FECHA.....

Encuesta para propietarios del Banco del Barrio.

1) ¿Hace que tiempo ofrece los servicios del Banco del Barrio en su negocio?

- ☐ 0 - 12 meses
- ☐ 13 - 24 meses
- ☐ 25 - 36 meses
- ☐ 36 o más

2) ¿Considera conveniente haber implementado el Banco del Barrio en su negocio?

SI ☐ NO ☐

3) ¿En cuánto estima los ingresos mensuales producto de los servicios del Banco del Barrio?

- ☐ \$ 0 - \$2500
- ☐ \$2501 - \$5000
- ☐ \$5001 - \$7500
- ☐ \$7501 o \$más

4) ¿Ha mejorado la economía en su negocio y por ende la de su familia debido a los servicios del banco de barrio?

SI ☐ NO ☐

5) ¿Cree usted que el servicio del Banco del Barrio ha incrementado las ventas de su negocio?

SI

☐

NO

☐

6) ¿En qué porcentaje ha incrementado las ventas en el negocio debido al servicio ofrecido por el Banco del Barrio?

☐ 0 - 30%

☐ 31 - 60%

☐ 61 - 90%

☐ 91 o más

7) ¿Cuánto recibe mensualmente en comisiones por los servicios del Banco de Barrio?

☐ \$60 - \$100

☐ \$101 - \$140

☐ \$141 - \$180

☐ \$180 o más

8) ¿A qué destina los ingresos obtenidos?

☐ Al ahorro

☐ Al pago de deudas

☐ Reinversión en el negocio

☐ Al gasto del hogar

9) ¿Qué tipo de transacción realizan constantemente los clientes?

☐ Depósitos en cuenta.

☐ Retiros

- ☐ Pagos de servicios básicos
- ☐ Pagos de empresas (De Prati, Avon, entre otros.)
- ☐ Pago de Bono de Desarrollo Humano
- ☐ Otros, especifique.....

10) ¿Cree Ud. que la clientela se siente conforme al tener el servicio del Banco del Barrio cerca del hogar?

SI ☐

NO ☐

11) ¿Qué efectos cree usted que produce el Banco del Barrio en las economías familiares de los pequeños negocios?

Ha mejorado el bienestar de los comercios ()

Facilitó el acceso al servicio bancario ()

Incrementó el ingreso en los negocios ()

Otros ()

Especifique.....

12) ¿El Banco del Barrio ha promovido una mayor captación de cliente?

SI ☐

NO ☐

Encuesta para usuarios del Banco del Barrio

Nombre:

Edad:

1) ¿Considera usted que el Banco del barrio es necesario para la sociedad?

Considero que si () Considero que no () No sabe ()

2) ¿Se encuentra usted satisfecho con la prestación de servicios del Banco del Barrio?

Satisfecho ()

Insatisfecho ()

3) ¿Qué efectos ha producido el Banco del Barrio en su economía familiar?

Disponibilidad de dinero para consumo del hogar ()

Ha evitado el gasto en movilización ()

Ha incentivado el ahorro ()

4) ¿Cuál ha sido el impacto causado por la implementación del Banco del Barrio en las Familias?

Me ahorra dinero ()

Ahorro de tiempo ()

Ayuda con el control de las finanzas ()

Me da seguridad ()

5) ¿Cree usted que el Banco de Barrio ha fortalecido su economía familiar?

SI ()

NO ()

6) ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios del Banco del Barrio?

Diario ()

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

Nunca ()

7) ¿Considera usted que el banco del barrio influye en que los usuarios demanden los productos que se ofrecen en el negocio en donde se encuentra implementado?

SI ()

NO()