



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
INDOAMÉRICA**

**DIRECCIÓN DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE  
LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA**

**TEMA:**

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE  
CORRESPONSALES NO BANCARIOS PARA LA COOPERATIVA DE  
AHORRO Y CRÉDITO SAN FRANCISCO LTDA. EN EL CANTÓN  
SALCEDO.**

---

Trabajo de investigación previo a la obtención del grado de Magíster en  
Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria.

**Autor:** María Belén Flores Pazmiño

**Tutor:** Ing. Ab. Mauricio Quiroga, MBA

AMBATO - ECUADOR

2019

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,  
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN  
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, María Belén Flores Pazmiño, declaro ser autor del, Proyecto de Titulación “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE CORRESPONSALES NO BANCARIOS PARA LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN FRANCISCO LTDA.” como requisito para optar al grado de “Magister en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria”, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 23 días del mes de Agosto del 2019, firmo conforme:

Autor: María Belén Flores Pazmiño  
Firma: .....  
Número de Cédula: 0503168619  
Dirección: Tungurahua, Ambato,  
Correo Electrónico: bfloresp23@hotmail.com  
Teléfono: 0996124172

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutora del trabajo de Titulación “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE CORRESPONSALES NO BANCARIOS PARA LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN FRANCISCO LTDA. EN EL CANTÓN SALCEDO”, presentado por María Belén Flores Pazmiño, para optar por el título de Magíster en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria.

## **CERTIFICO**

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 23 de Agosto del 2019

.....  
Ing. Mauricio Quiroga, MBA

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Quien suscribe, María Belén Flores Pazmiño, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Magíster en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Ambato, 23 de Agosto del 2019

.....  
María Belén Flores Pazmiño  
CI: 0503168619

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL**

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizado su impresión y empastado, sobre el Tema: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE CORRESPONSALES NO BANCARIOS PARA LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN FRANCISCO LTDA.” previo a la obtención del Título de Magister en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Ambato, 23 de Agosto del 2019

.....  
Ing. Jorge Sánchez Chavalié, Mg.  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....  
Ing. Alicia Silva Ordoñez, Mg  
VOCAL

.....  
Ing. Mauricio Quiroga López, MBA  
VOCAL

## **DEDICATORIA**

A las personas que me apoyaron el desarrollo del presente trabajo y especialmente a mis hijas Mickaela y María Victoria y a mi madre que la amo y recuerdo siempre sus consejos, de igual manera a mi familia y a mis amigos, de quienes he recibido siempre apoyo sincero, que han compartido junto a mí sus enseñanzas y mis logros en estos años, así como quienes han estado para darme una voz de aliento en los momentos difíciles brindándome su apoyo, comprensión y optimismo en el cumplimiento de mis objetivos.

A los lectores, que esta investigación sirva de guía para mejorar los procesos en la prestación de productos y servicios de calidad.

***Belén***

## **AGRADECIMIENTO**

Expreso mi gratitud a DIOS, por regalarme la vida, lo que me permite llegar a este punto, fin de una etapa, pero comienzo de una nueva. Espero que su sombra protectora jamás se aparte de los caminos de mi vida, que siempre me cobije su bendición y me brinde el privilegio de su compañía.

Esta bendición ha sido posible gracias a la colaboración y el apoyo de muchas personas especiales, cuya buena disposición aportó en la realización y culminación de mi carrera académica.

Desde lo más profundo de mi corazón, agradezco a mis hijas, Micky y María Victoria, por aguantar tantas ausencias y con solo una sonrisa alentarme a seguir en esta meta.

Así también, un agradecimiento a la Universidad Tecnológica Indoamérica, por brindar la oportunidad en mi anhelado fin de conseguir mi sueño de superación.

***Belén***

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCIÓN .....	1
Importancia y Actualidad.....	1
Constitución de la República .....	2
Justificación.....	5
Macro .....	5
Meso.....	5
Micro.....	6
Planteamiento del Problema.....	7
Objetivos .....	9
Objetivo General .....	9
Objetivos Específicos.....	9

### CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO.....	10
Antecedentes de la investigación .....	10



Desarrollo teórico del objeto y campo .....	13
Factibilidad.....	13
Características Estudio Factibilidad.....	13
Elementos del Estudio de Factibilidad.....	14
Beneficios.....	14
Investigación de Mercado .....	15
Canales de distribución .....	16
Banca.....	17
Corresponsal No Bancario .....	18
Estructura de los Corresponsales No Bancarios.....	20
Reglamento para los Corresponsales No Bancarios.....	21

## **CAPÍTULO II**

DISEÑO METODOLÓGICO.....	23
Enfoque de la investigación .....	23
Cualitativa .....	23
Cuantitativa .....	23
Modalidad de la investigación .....	24
Documental – bibliográficas .....	24
De campo .....	24
Tipos o niveles de investigación .....	24
Descriptiva .....	24
Operacionalización de variables .....	25
Técnicas e instrumentos .....	27
Procedimiento para la búsqueda y procedimientos de los datos.....	27
Encuesta .....	27
Población.....	27
Muestra.....	27
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	29
ENTREVISTA REALIZADA A LOS NEGOCIOS DEL CANTÓN SALCEDO41	
Pregunta 1.- ¿Es dueño del negocio que administra?.....	41
Pregunta 2.- ¿Conoce acerca de los Corresponsales No Bancarios? .....	42

Pregunta 3.- ¿Conoce de los beneficios de los CNB? .....	43
Pregunta 4.- ¿Le gustaría emprender en su negocio como CNB?.....	43
Pregunta 5.- ¿Estaría dispuesto a ser capacitado para ofrecer servicios como CNB? .....	44
Principales Insuficiencias detectadas con la aplicación de las encuestas .....	45

### **CAPITULO III**

PRODUCTO .....	46
OBJETIVO.....	46
ALCANCE.....	46
ANTECEDENTES.....	46
MISIÓN.....	48
VISIÓN .....	48
VALORES .....	48
PRODUCTO O SERVICIO.....	52
MERCADO.....	53
Evolución Corresponsales No Bancarios.....	53
IMPACTO SOCIAL .....	57
IMPACTO ECONÓMICO.....	59
IMPACTO AMBIENTAL .....	59
POSIBLES RIESGOS AL IMPLEMENTAR CNB .....	60
ADMINISTRACIÓN - ANÁLISIS ESTRATÉGICO.....	60
MATRIZ FODA.....	60
Estrategias de promoción para corresponsales no Bancarios.....	63
Estrategias para el producto .....	64
Estrategias de Penetración.....	64
Estrategias de Alianzas Estratégicas .....	64
CONCLUSIONES .....	71
RECOMENDACIONES .....	72
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	73
ANEXOS .....	78

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variable.....	25
Tabla 2. Tamaño de la muestra. ....	28
Tabla 3. Número de puntos de atención SB y SEPS, 2017.....	53
Tabla 4. CNB A NIVEL NACIONAL A JUNIO 2017.....	56
Tabla 5. Naturaleza de la Estrategia de factibilidad.....	62
Tabla 6. Utilidad Anual por ingresos de CNB.....	69
Tabla 7. Egresos Anuales por transacciones de CNB.....	69
Tabla 8. Gastos Capacitación y Control de CNB.....	69
Tabla 9. Gastos Administrativos.....	70
Tabla 10. UTILIDAD.....	70

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N. 1. Árbol de problemas.....	8
Gráfico N. 2. Análisis de Mercado.....	19
Gráfico N. 3. Estructura organizacional.....	20
Gráfico N. 4. Actores y roles .....	21
Gráfico N. 5. Tiempo en la Cooperativa.....	29
Gráfico N. 6. Calidad del Servicio.....	30
Gráfico N. 7. Manejo de Recursos.....	31
Gráfico N. 8. Qué producto es el que hace uso en la Cooperativa.....	32
Gráfico N. 9. Necesidad de mejorar la Cooperativa .....	33
Gráfico N. 10. Frecuencia de transacciones.....	34
Gráfico N. 11. Importancia de manejar nuevos servicios .....	35
Gráfico N. 12. Mejoramiento con el aporte de CNB.....	36
Gráfico N. 13. Inconvenientes Frecuentes .....	37
Gráfico N. 14. Satisfacción de necesidades .....	38
Gráfico N. 15. Conocimiento acerca de CNB.....	39
Gráfico N. 16. Mejora en la atención.....	40
Gráfico N. 17. Dueño del Negocio.....	41
Gráfico N. 18. Conocimiento de CNB.....	42
Gráfico N. 19. Beneficios de CNB.....	43
Gráfico N. 20. Emprendimiento.....	43
Gráfico N. 21. Capacitación en CNB.....	44
Gráfico N. 22. Ubicación Cantón Salcedo.....	49
Gráfico N. 23. Ubicación Sucursal Salcedo.....	49
Gráfico N. 24. Cantón Salcedo y sus parroquias .....	50
Gráfico N. 25. Población por áreas .....	51
Gráfico N. 26. Población según ramas de actividad .....	51
Gráfico N. 27. Evolución de Bancarización 2010-2017 .....	55
Gráfico N. 28. Distribución de CNB por entidad financiera bancaria en las provincias con mayor presencia 2015-junio 2017 .....	55
Gráfico N. 29. PUNTOS DE ATENCIÓN DE SFN.....	57
Gráfico N. 30. FODA.....	61

# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

## DIRECCIÓN DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

**TEMA:** “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE CORRESPONSALES NO BANCARIOS PARA LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN FRANCISCO LTDA. EN EL CANTÓN SALCEDO”.

**AUTORA:** María Belén Flores Pazmiño

**TUTOR:** Ing. Ab. Mauricio Quiroga, MBA

### RESUMEN EJECUTIVO

La inclusión financiera es un tema de relevancia que fomenta la igualdad y equidad financiera como parte de los Objetivos de Desarrollo Sostenible implementados para lograr la erradicación de la pobreza. Una manera de lograr inclusión financiera es a través de los Corresponsales no Bancarios que favorecen al crecimiento y cultura financiera del país. No obstante en el Ecuador aún falta mucho por hacer en el tema de cultura financiera, pues aún existen personas que prefieren ahorrar “bajo el colchón”, lo cual puede deberse además del desconocimiento de la importancia del ahorro, al tiempo y costos que en ocasiones toma el llegar a una Sucursal para realizar transacciones bancarias. El presente trabajo tiene por objetivo analizar la factibilidad de crear corresponsales no bancarios de la Cooperativa San Francisco Ltda. en el Cantón Salcedo, en donde se cuenta con una sola sucursal, y al ser un cantón netamente comercial y agrícola se contribuiría al crecimiento financiero con la apertura de canales bancarios mediante corresponsales debidamente aprobados, los cuales facilitarían en el acceso y disminuiría los costos tanto de traslado como de operaciones bancarias. Mediante un estudio descriptivo y modalidad documental bibliográfica y de campo se logró recopilar a través de encuestas utilizadas como instrumento de investigación, información que sustenta la factibilidad de este estudio. Los resultados demuestran que existe una amplia apertura por parte de los socios de la cooperativa para hacer uso de los corresponsales no bancarios. En conclusión podemos determinar que los corresponsales no bancarios son clave para lograr la inclusión financiera en poblaciones a las cuales por distancia o costos se les dificulta acceder al sistema financiero. Además no solo representa un beneficio para el socio sino también para la cooperativa que gana en crecimiento financiero al lograr brindar mayor cobertura llegando a lugares distantes.

**PALABRAS CLAVE:** Corresponsal bancario, inclusión financiera, crecimiento, factibilidad.

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**DIRECCIÓN DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE**  
**LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA**

**TEMA:** “FEASIBILITY STUDY ON THE CREATION OF NON-BANKING CORRESPONDENTS FOR THE ‘SAN FRANCISCO LTDA.’ CREDIT UNION, IN SALCEDO CITY”.

**AUTHOR:** María Belén Flores Pazmiño

**TUTOR:** Ing. Ab. Mauricio Quiroga, MBA

**ABSTRACT**

Financial inclusion is a relevant subject that promote equality and financial equity as a part of Sustainable Development Goals to eliminate poverty. The Non-Banking Correspondents are a way to get financial inclusion to achieve increase and financial culture for the country. However, in Ecuador there is a lot to do about the financial culture, because there are persons who prefer to save money “under the mattress”, may be by the ignorance about the importance of saving money, the time and costs that take to go to a branch to do bank transactions. The objective of this work is analyze the feasibility of creating San Francisco Ltda Credit Union non-banking correspondents in the Canton Salcedo, in this place there is a unique branch, Salcedo is a commercial and agricultural area for this reason the NBC would contribute to financial increase opening bank channels through NBC approved, which will facilitate access and reduce the costs of both transfer and banking operations. Through a descriptive study and bibliographic and field documentary modality, it was possible to collect through surveys used as a research instrument information that supports the feasibility of this study. The results show that there is a wide acceptance by the customers of the cooperative to make use of the NBC. In conclusion we can determine that NBC are key to get financial inclusion in populations that, distance and costs have difficulty accessing the financial system. Furthermore, it not only represents a benefit for the customer but also for the cooperative, because it gains in financial growth by achieving wide coverage for the distance places.

**KEY WORD:** Banking correspondent, financial inclusion, increase, feasibility.

## INTRODUCCIÓN

### **Importancia y Actualidad**

En la actualidad las entidades financieras buscan alternativa o estrategias para brindar comodidad y facilidad en servicios a sus clientes, “Los corresponsales no bancarios son un modelo de negocio para la denominada Inclusión Financiera y por lo tanto son adquiridos como estrategia en muchos países para extender los servicios financieros a lugares de difícil acceso” (Novillo , 2018)

La línea de investigación de este trabajo corresponde a Asociatividad y Productividad, aportando al ámbito social y solidario, social porque desea implementar un servicio que ayude a los clientes de la Cooperativa San Francisco Ltda., y solidaria porque aporta al crecimiento económico de los establecimientos en donde funcionan los CNB.

En Ecuador los corresponsales no bancarios son lugares comerciales que brindan servicios financieros básicos bajo el nombre de un banco, convirtiéndose así este en un acceso al sistema financiero formal. Banco de Guayaquil y Banco Pichincha cuentan con este servicio permitiendo que las personas tanto de barrios urbanos como rurales ahorren dinero que conlleva los gastos de movilización así como el tiempo que toma no solo el de movilizarse hasta el lugar sino el tiempo que incurre al hacer largas filas para ser atendidos en una ventanilla.

Los Corresponsales no bancarios (CNB) funcionan en establecimientos que realizan actividad económica que permiten el manejo de dinero en efectivo como, tiendas de barrio, farmacias, centros de cómputo, ferreterías, bazares, etc. Las transacciones que estos establecimientos realizan como CNB son básicamente depósitos, retiros, pagos de servicios básicos y pagos de bono solidario, los CNB creados para facilitar y brindar comodidad al cliente reduciendo la asistencia directa a las entidades bancarias, al mismo tiempo que ayuda con ingreso más a los dueños de los establecimientos en donde funcionan los CNB, puesto que los ingresos que se generen por estos corresponsales son devueltos de acuerdo a las transacciones la cantidad total de efectivo que debe darse a las sucursales es mucho

menor. Por tal motivo es que este tipo de corresponsales no bancarios permiten tener una mejor eficiencia económica.

Los CNB son una delegación que otorga los bancos privados autorizados por la Superintendencia de Bancos con la finalidad de que a través de estos brinden servicios financieros.

### **Constitución de la República**

Art. 52.- “garantiza a las personas el derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

En el Art. 302 determina “Como objetivo de las políticas monetarias, crediticia, cambiaria y financiera las siguientes: “(...)1. Suministrar los medios de pago necesarios para que el sistema económico opere con eficiencia (...)” . (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

El Art. 309 de la Constitución señala:

“El sistema financiero nacional se compone de los sectores público, privado, y del popular y solidario, que intermedian recursos del público. Cada uno de estos sectores contará con normas y entidades de control específicas y diferenciadas, que se encargarán de preservar su seguridad, estabilidad, transparencia y solidez. Estas entidades serán autónomas. Los directivos de las entidades de control serán responsables administrativa, civil y penalmente por sus decisiones”. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

**Código Orgánico Monetario y Financiero** Art. 3: “(...) 2. Asegurar que el ejercicio de las actividades monetarias, financieras, de valores y seguros sea consistente e integrado; 6. Proteger los derechos de los usuarios de los servicios financieros, de valores y seguros (...)” (Asuero, Casa, & Aguilar, 2018)

Uno de los principios del Código Orgánico Monetario y Financiero según el Art. 4 manifiesta: “(...) 2. Asegurar que el ejercicio de las actividades monetarias, financieras, de valores y seguros sea consistente e integrado; 6. Proteger los



derechos de los usuarios de los servicios financieros, de valores y seguros (...)” (Asuero, Casa, & Aguilar, 2018)

**Superintendencia de Bancos y la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria** en su Art. 144 manifiestan:

“En el ámbito de sus respectivas competencias, autorizarán a las entidades del sistema financiero nacional el ejercicio de actividades financieras. En la autorización indicada, se determinará las operaciones activas, pasivas, contingentes y de servicios financieros que podrán ejercer las entidades, por segmentos, de acuerdo con su objeto social, línea de negocio, especialidades, capacidades y demás requisitos y condiciones que para el efecto establezca la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. (...)” (Asuero, Casa, & Aguilar, 2018)

**Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM)**, según el Art. 1 el objeto de esta Ley es:

“(...) evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado; la prevención, prohibición y sanción de acuerdos colusorios y otras prácticas restrictivas; el control y regulación de las operaciones de concentración económica; y la prevención, prohibición y sanción de las prácticas desleales, buscando la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bienestar general y de los consumidores y usuarios, para el establecimiento de un sistema económico social, solidario y sostenible.” (LORCPM, 2011)

**Norma de Control para la Apertura y Cierre de Oficinas y Canales de las Entidades bajo el Control de la Superintendencia de Bancos**

El Art. 1, literal d) de la Norma de Control para la Apertura y Cierre de Oficinas y Canales de las Entidades bajo el Control de la Superintendencia de Bancos, define a los CNB como:

“(...) Son canales mediante los cuales las entidades financieras, bajo su entera responsabilidad, pueden prestar sus servicios a través de terceros que estén conectados a la entidad financiera mediante sistemas de transmisión de datos,

previamente autorizados por el organismo de control, identificados y que cumplan con todas las condiciones de control interno, seguridades físicas y de tecnología de información, entre otras. Podrán actuar como corresponsales no bancarios las personas naturales o jurídicas que, a través de instalaciones propias o de terceros, atiendan al público, las mismas que deben estar domiciliadas en el país”. (Superintendencia de Bancos, 2016)

La Sección IV relacionada con los CNB de la norma señala:

Art. 13.- Las entidades financieras podrán prestar, por medio de corresponsales no bancarios, uno o varios de los siguientes servicios: a. Recibir depósitos o efectuar retiros en efectivo de cuentas corrientes y cuentas de ahorros, así como realizar transferencias de fondos que afecten dichas cuentas; b. Apertura de cuenta básica; c. Realizar consultas de saldos en cuenta corriente o de ahorros; d. Efectuar retiros con tarjeta de débito y/o tarjetas prepago; e. Realizar recargas de tarjetas prepago; f. Efectuar desembolsos y recibir pagos en efectivo por concepto de operaciones activas de crédito; g. Recaudar el pago de servicios básicos; h. Pago del bono de desarrollo humano o de los subsidios otorgados por el gobierno (costo no imputable al beneficiario); i. Realizar avances en efectivo de tarjeta de crédito; j. Realizar recaudaciones a nombre de terceros; y, k. Realizar envíos y pagos de giros y remesas, locales y del exterior. (Superintendencia de Bancos, 2016)

Analizando los artículos detallados, vemos que el estado ecuatoriano desde la Constitución asegura el desarrollo financiero de la población, la creación de los corresponsales no bancarios se ampara dentro de la ley, garantizando que los ciudadanos puedan acceder a servicios que ayuden a su crecimiento financiero con seguridad. Bajo toda esta normativa, las Instituciones Bancarias, han adoptado un nuevo modelo de prestación de servicios fomentando su crecimiento comercial, así como la cultura del ahorro en la población a través de la expansión de sucursales de corresponsales no bancarios en diferentes puntos de las ciudades, ayudando con esto al aumento de transacciones a un menor costo y con mayor facilidad.

Esta alternativa ha logrado que cada día existan más comercios interesados en formar parte de una entidad financiera con la cual puedan prestar servicios de

Corresponsalía Bancaria, es por esto que la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda., al ser una Institución que cumplen con un rol social, ha visto la importancia de contar con este nuevo canal que facilitará y ampliará su cobertura de atención y vinculación de sus socios, generando la oportunidad para gestionar convenios de pagos pensiones, servicios básicos, servicios públicos, retiros y ahorros.

## **Justificación**

### **Macro**

Dentro de la economía mundial los CNB son considerados canales que han permitido aumentar el acceso al sistema financiero formal de muchos países en desarrollo; más aun dentro de América Latina y el Caribe, misma que es la región con la mayor cantidad de CNB en todo el mundo (136 por cada 100.000 adultos). Luego de esta se encuentra el Sur de Asia (83 corresponsales por cada 100.000 adultos) y Oriente Medio y Norte de África (72). La continuidad de un modelo de corresponsales no bancarios dentro de Latinoamérica es coherente en relación con el modelo de negocio aplicado en Brasil en el año 2000 y con la regulación pionera incorporada por diversos países de la región. (Sicilia, 2015).

El avance de la tecnología obliga a mantenerse totalmente actualizados en el sistema bancario, es un reto que demanda los nuevos tiempos, la tecnología simplifica las tareas de la banca es capaz de almacenar información en grandes cantidades y nos permite estar conectados en red facilitando la obtención de datos de las personas que acuden por un servicio. Esto permite que los CNB puedan ser aperturados en cualquier lugar logrando así que los CNB lleguen a lugares alejados de la ciudad ayudando así a incrementar y en cierto modo incentivan al ahorro.

### **Meso**

A nivel nacional hasta el 2017 se registran cinco entidades bancarias que cuentan con el servicio de CNB, estos son: Banco Pichincha “Mi Vecino”, Banco Guayaquil, “Banco del Barrio”, Banco del Pacífico “Mi banco aquí”, Banco Bolivariano “Pago Agil” y Banco del Bank “Del Bank”, los CNB resultaron de gran

aceptabilidad dentro de la población bancaria del país, según datos obtenidos en un período de dos años esto es de 2015 a 2017 se registró un total de \$3210 millones en depósitos. (Superintendencia de Control del Poder del Mercado, 2018)

El tipo de acceso que se tenga es el aspecto más importante que ayuda a definir la inclusión financiera, por lo que incrementar el acceso al sistema financiero formal es primordial para ayudar a la inclusión social. Por este motivo, la tecnología y la regulación han coadyuvado para la aparición de nuevos canales sin sucursales directas, como lo son los corresponsales no bancarios, cuyo fin es llegar de forma rápida a toda la población que no forma parte del sistema financiero.

### **Micro**

En los últimos años se han efectuado varias inversiones importantes en búsqueda del incremento al acceso de productos y servicios financieros por medio de canales electrónicos como lo son los cajeros automáticos y otro tipo de terminales de pago. El desarrollo de tecnologías de información y crecimiento de las comunicaciones han transformado las actividades diarias de las personas y la manera que llevan a cabo sus operaciones financieras.

El crecimiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco que inició en el año 1962 y que actualmente cuenta con 31 oficinas a nivel nacional, y en el caso específico de la Provincia de Cotopaxi existen tres sucursales, agencia Latacunga, agencia Saquisilí y sucursal Salcedo, y es en esta última en la cual realizaremos el estudio de factibilidad de creación de los CNB, en vista de la gran afluencia y demanda que tiene esta agencia.

Es evidente el incremento no solo de los socios sino de público en general que realizan largas filas para ser atendidos, además se debe tomar en cuenta que estas personas pertenecen a diferentes estratos sociales y que al ser Salcedo un cantón que tiene como principal actividad económica el comercio, agricultura y ganadería, un buen número de socios proviene de la zona rural de este cantón.

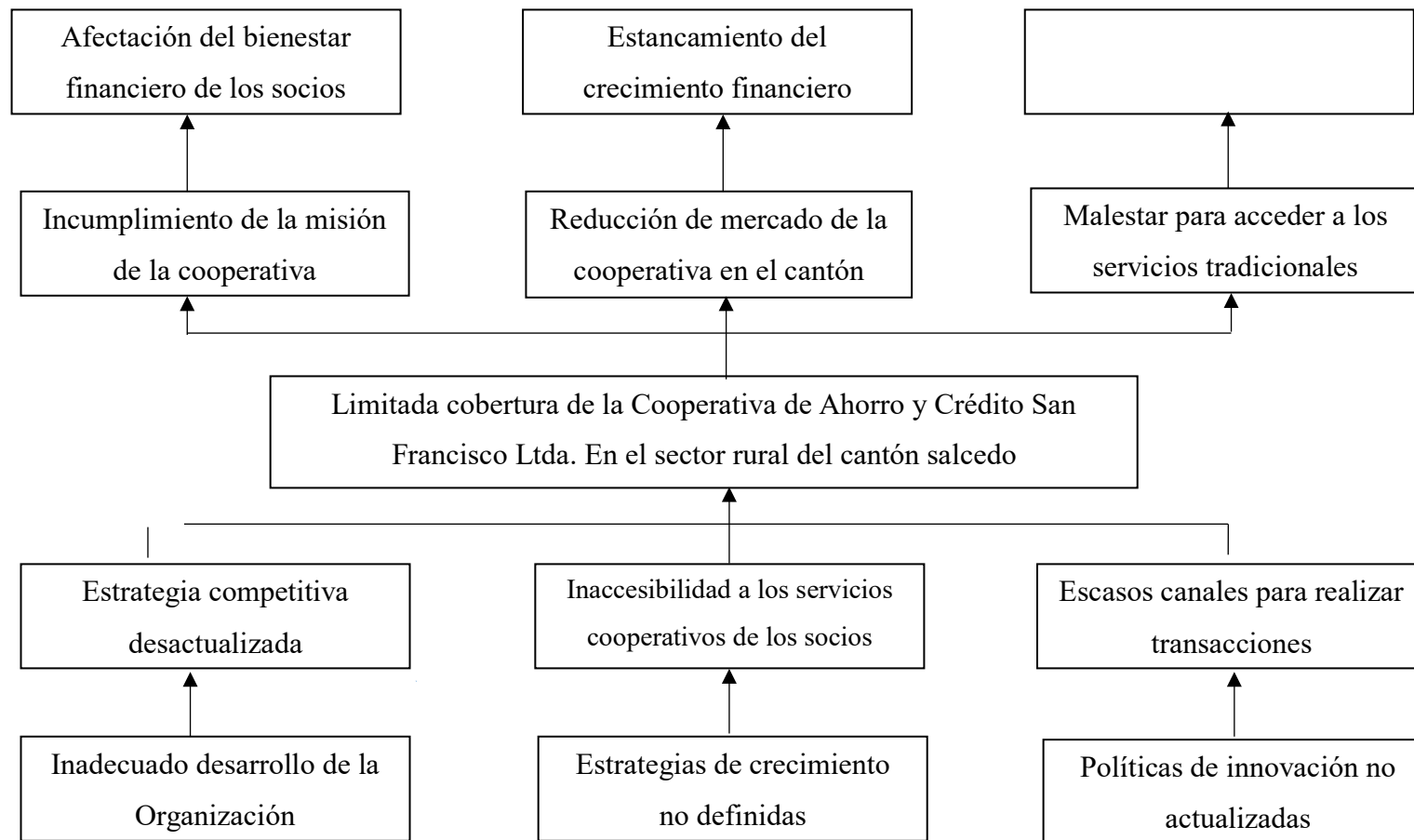
Con los CNB, no solo el socio obtendría un beneficio, sino también la Cooperativa crecería financieramente y desde el punto de vista estratégico es importante que la Institución mantenga su alta posición en el mercado estando siempre a la vanguardia en la implementación de nuevos servicios y canales; además se contribuye al crecimiento de empresarios pequeños como lo es el dueño de una tienda, un micro mercado, una farmacia, etc., aportando así al crecimiento de la economía social y solidaria del cantón Salcedo.

### **Planteamiento del Problema**

Tiempo y dinero es lo que pierde cada vez que necesitan acudir a la agencia para realizar cualquier tipo de transacción bancaria que es requerida, esta es la problemática planteada que trata de brindar un servicio eficiente que otorgue las facilidades disminuyendo costos y tiempo para todas las personas que hagan uso de los CNB que se requieran instaurar en el cantón Salcedo, con el objeto de lograr que quienes utilicen sus servicios se sientan cómodos y encuentren satisfacción en el servicio de CNB.

Un importante aporte para el sistema financiero privado es la existencia de corresponsales no bancarios que facilitan el realizar depósitos, retiros, pagos de servicios básicos un ejemplo de ello son los Bancos Guayaquil, Pichincha, Pacífico con sus programas Banco del Barrio, Banco Vecino y Tu Banco Banco respectivamente, llegando a zonas marginales y áreas rurales del Ecuador y logrando estar presente en los 220 cantones del país, siendo el objetivo de estas instituciones financieras expandir más las redes de puntos de atención al cliente y conseguir una migración en las transacciones. (Cobos, Gestión Digital, 2019)

La presente investigación aportará a determinar ¿cómo los CNB influirán en la facilidad de acceso de los clientes al sistema financiero?, especialmente en la zona rural.



**Gráfico N. 1. Árbol de problemas**

**Fuente:** Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda.

**Elaborado por:** Flores Pazmiño, María Belén

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Analizar la factibilidad de la creación de corresponsales no bancarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda. en el cantón Salcedo.

### **Objetivos Específicos**

- Fundamentar teóricamente la importancia de los CNB.
- Establecer la factibilidad del mercado para la creación de CNB en el cantón Salcedo.
- Determinar la aceptación de los socios y dueños de negocios de los Corresponsales no bancarios.

## CAPÍTULO I

### MARCO TEÓRICO

#### **Antecedentes de la investigación**

Se realizó una revisión de trabajos relacionados con corresponsales no bancarios, podemos mencionar algunas investigaciones publicadas en revistas científicas, las mismas que se detallan a continuación:

Garrido, García & Morales (2011), en su estudio “Los esquemas de corresponsalía bancaria en México: ¿Solución al problema de acceso a servicios financieros?” realiza un análisis sobre la figura de los corresponsales bancarios, concluyendo al respecto que:

Los corresponsales bancarios buscan aumentar la inserción al sistema financiero facilitando así el acceso de poblaciones marginadas a todos los servicios que el sistema bancario ofrece. Hace énfasis en la población rural que gracias a estos corresponsales esta población puede realizar transacciones básica. Además para las instituciones bancarias el contar con CNB en áreas alejadas de las agencias principales representa un ahorro en costos de operación al contratar establecimientos comerciales para que brinden servicios como CNB. (Garrido, García, & Morales , 2011)

Acosta, Coronel y Bermudez (2018) realizan un estudio que fue publicado en la Revista Científica Scielo, bajo el tema “Modelo de negocio de inclusión financiera a través de corresponsales no bancarios en la ciudad de Guayaquil, Ecuador” cuyo objetivo fue evidenciar como los corresponsales no bancarios han ido evolucionando, convirtiéndose en un medio de inversión por parte de personas



emprendedoras logrando así una inclusión financiera más accesible, sin tener que trasladarse hasta la institución financiera. Concluyen el estudio manifestando que los corresponsales bancarios proporcionan rentabilidad a las entidades financieras, debido a que no debe invertir grandes cantidades en equipos o infraestructura. Invitan a realizar más investigaciones relacionadas al tema de corresponsales bancarios y a que la banca debe continuar innovando en la oferta de servicios. (Acosta, Coronel, & Bermudez, 2018)

De la misma forma se tiene a Flores y Rosales (2015), en su investigación previa a su titulación de Magister Financiera: “ANÁLISIS DE LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN EL SALVADOR A TRAVÉS DE CORRESPONSALES BANCARIOS IMPLEMENTADOS EN PEQUEÑOS Y MEDIANOS COMERCIOS”, cuya finalidad fue demostrar cual ha sido la inclusión al sistema financiero que ha brindado los corresponsales bancarios y la importancia de los servicios que ofrecen y su normativa.

A través de la corresponsalía bancaria, las instituciones financieras buscan acercar los servicios financieros de forma gratuita a la población en la medida que incrementan sus puntos de atención para clientes y no clientes, con esto obtienen el beneficio de fidelizar al mayor número de personas posible. Para que los corresponsales bancarios impacten positivamente en la inclusión financiera, es necesario que las instituciones bancarias garanticen que el usuario de este modelo de negocios experimente una reducción real de costos. Asimismo, para el comerciante que ofrece los servicios financieros, represente ingresos. De esta manera se podrá asegurar la rentabilidad tanto para usuarios como para comerciantes.

Los corresponsales bancarios, para la inclusión de las personas dentro del sistema financiero ha sido importante ya que estos permiten brindar servicios más cercanos y darse a conocer a nuevas personas; no obstante, se debe de igual forma los beneficios que son recibidos por parte de las personas que estarán a cargo de estos corresponsales, ya que si estos no perciben algún beneficio que este a su beneficio no permitirá la implantación de la institución financiera en determinado local; de igual forma las entidades financieras grandes deben estar en contacto con

los encargados de regir las leyes que los regulen, ya que esto permite cual y cómo será el comportamiento de este tipo de entidades en el mercado.

Tafúr, (2009) a través de su investigación titulada “Bancarización: una aproximación al caso colombiano a la luz de América Latina”, expone la importancia que tiene la bancarización para el país de Colombia su avance y los desafíos que podría enfrentar. En relación a los corresponsales bancarios, este estudio concluye mencionando que son parte importante en el desarrollo de la bancarización del país, se estima que crecerán en número en la parte lo que permitirá fomentar una cultura financiera para los más pobres.

“Bancarización en base al negocio del barrio: El caso Caja Vecina”, es un estudio realizado en Chile por Alarcón y Espinosa (2018), cuyo objetivo es analizar y describir la Caja Vecina como mecanismo de inclusión de tipo financiero, clasificado como servicio de corresponsalía bancaria, los autores exponen más allá de las ventajas que pueden ofrecer este tipo de servicios, cuestionando que todo sea beneficioso y plantean la realización de más estudios que analicen más profundamente todos los riesgos, costos reales e inconvenientes que los servicios de corresponsalía bancaria representan. (Alarcón & Espinosa, 2018)

Guerra (2015), publica como trabajo de tesis de maestría en mercadotecnia el tema “Plan de Marketing para los corresponsales no bancarios del Banco Pichincha en el Distrito Metropolitano de Quito”, fundamenta su trabajo en la importancia que los corresponsales bancarios han logrado desarrollar desde sus inicios en el año 2000 que se implementó en países como Brasil, Perú y Colombia y desde 2008 en nuestro país, convirtiéndose en una estrategia para minimizar costos en los servicios brindados por las instituciones financieras.

Concluye su investigación señalando que los corresponsales no bancarios son una opción de mucha acogida por los usuarios que prefieren acceder a servicios de tecnología y de fácil acceso, satisfaciendo las necesidades de los clientes quienes pueden realizar transacciones básicas en un mismo lugar. (Guerra, 2015)

## **Desarrollo teórico del objeto y campo**

### **Factibilidad**

De acuerdo con Dubs de Moya, R. (2014)“Se refiere a la posibilidad real de ejecución de la propuesta, en términos del grado de disponibilidad de recursos humanos, infraestructura, económicos, materiales, equipos y otros, necesarios para su funcionamiento” (p. 15).

El estudio de factibilidad analiza si los diferentes factores que se relacionan con el mercado o un sector especial, tendrán el éxito deseado al ofrecer un nuevo servicio o producto. Se lo puede entender como un análisis realizado por las organizaciones para conocer si las actividades ejecutadas serán favorables o no, y a su vez definir las estrategias que se deben llevar a cabo para que este se desempeñe de forma adecuada.

La factibilidad se convierte en una probabilidad, en especial en el ámbito de los negocios cuando se desea tener una evaluación de la rentabilidad ya sea esta económica o social de un determinado proyecto. (Burdiles, Castro, & Simian, 2019)

Se infiere al estudio que se realiza para saber la factibilidad de la creación de CNB, basándose en aportar además de ganancias para la Cooperativa y las tiendas de los barrios, cercanía y reducción de costos y tiempo para nuestros socios.

### **Características Estudio Factibilidad**

- Determinar la viabilidad de un negocio, producto o servicio.
- Formular el modelo de negocio para cada etapa del proyecto.
- Investigar un área para conocer sus características.
- Determinar el nivel de demanda.
- Conocer las necesidades del público objetivo.
- Conocer la opinión del público objetivo sobre la idea del nuevo producto.

- Determinar las herramientas y tecnología utilizada para la ejecución del proyecto.
- Establecer el proceso y los proveedores según las herramientas seleccionadas.

## **Elementos del Estudio de Factibilidad**

### Producto

La recolección de datos resulta un aporte significativo para determinar si el producto o servicio a ofertar tendrá la acogida esperada, además de conocer las necesidades y preferencias de las personas. (QuestionPro, 2019)

### Mercado

Abarca las características, ventajas y desventajas en las que se mueve el mercado en el cual se quiere incursionar, en este punto se debe analizar que sea un mercado nuevo o en crecimiento y que no se encuentre saturado. (QuestionPro, 2019)

### Administración

Trata sobre la disponibilidad de recursos con lo que una empresa cuenta para emprender el proyecto, además el equipo que esté a cargo debe tener habilidades y responsabilidad al llevar a cabo las actividades dispuestas. (QuestionPro, 2019)

### Economía

Un plan financiero brindará con claridad la cantidad de inversión que se necesita para poner en marcha un proyecto, se debe tener en cuenta los gastos previos y los gastos frecuentes los cuales deben ser analizados de manera frecuente. (QuestionPro, 2019)

## **Beneficios**

- Confirmar que existe un mercado adecuado para que el producto o servicio pueda satisfacer una necesidad.

- Determinar la disponibilidad de recursos para la inversión.
- Mostrar la viabilidad técnica del producto.
- Organizar los recursos financieros y humanos para la ejecución adecuada del proyecto.

### **Investigación de Mercado**

Según Bastesaghi, I. (2011) “Define la información que requiere un tema, diseña los métodos para recopilación de datos, administra y define los procesos de procesamiento de información, comunicando sus resultados y efectos” (p. 3).

El autor menciona que debe existir una recolección de datos honestos, para en base a estos poder tomar decisiones en cuanto a la implementación del proyecto y así poder atacar los posibles inconvenientes que se puedan tener a futuro.

Dentro del proceso de investigación de mercado para que un resultado sea preciso y objetivo, los encargados de estas investigaciones deben utilizar el método científico; de igual forma estos deben ser ordenado y racionales, deben ser objetivos y evitar todo tipo de propensiones a la intervención personal en su trabajo, cabales, imparciales y expresar los resultados de forma íntegra.

La investigación de mercado contribuye de forma específica dentro de la planeación de estrategias y la toma de decisiones de un proyecto o empresa, pues dependiendo de los resultados obtenidos, se definen los objetivos y guías a seguir para contrarrestar los problemas que se detecten; esto puede ser aplicado a cualquier tamaño y tipo de empresa, de nueva creación o con años de servicio, pues el fin siempre va a ser el mismo, encontrar la forma de optimizar recursos y mejorar las oportunidades y permitir el incremento de la rentabilidad de la empresa.

Las etapas dentro del proceso de investigación de mercado son:

- Señalar el problema u oportunidad de trabajo
- Definir el propósito de la investigación

- Diseñar la investigación
- Recopilar, procesar e interpretar la información
- Dar a conocer los datos obtenidos para la toma de decisiones

Además, los beneficios de la investigación de mercado son:

- Ayuda a obtener mayores datos para toma de decisiones acertadas, que permitan el crecimiento de la empresa.
- Brinda información real y precisa, que ayude a solucionar de mejor forma los problemas que puedan presentarse en los negocios.
- Permite conocer la dimensión del mercado al que se va llegar, si se desea vender o introducir un producto nuevo.
- Define los métodos de ventas de acuerdo a las demandas del mercado.
- Determina los aspectos a satisfacer del cliente por la empresa, tales como: preferencia, formas de compra, ingresos, gustos, etc.
- Contribuye a mejorar de acuerdo a gustos y preferencias que tienen los clientes, para que la empresa responda y se adapte a ellos y no quede fuera del mercado.

### **Canales de distribución**

Sierra, Moreno y Silva (2015) manifiestan que “Los canales de distribución son aquellos que permiten que el trabajo realizado por el mercado se conviertan en realidad, además de ser uno de los aportes principales dentro de la satisfacción del consumidor final” (p. 512).

Los aspectos comerciales hacen referencia a los sistemas de canales que maneja la empresa para que los productos estén al alcance del consumidor final, así como, mayoristas, minoristas y detallistas. Los aspectos físicos son las actividades que

desempeñan para resguardar el abastecimiento como transporte, inventarios, gestión de pedido, manipulación de productos y almacenamiento.

Se infiere a los canales de promoción que se pueda obtener, para llegar al nicho de mercado al cual queremos ofertar nuestro servicio, en este caso nuestros canales serían los diferentes negocios pequeños ubicados en la localidad.

## **Banca**

De acuerdo con Díaz y Jacobs (Díaz & Jacobs, 2011) muestra que:

“El negocio de la banca consiste en comprar dinero barato y venderlo caro. Aunque en realidad la banca no compra dinero, sino que lo pide prestado. Y no lo vende, sino que lo presta. Para hacer negocio, los tipos de interés que cobra por los créditos que concede son mayores que los que paga por los préstamos que recibe. Con la diferencia entre esos tipos de interés la banca paga los salarios de sus empleados, los bonus de sus directivos, amortiza los bienes de capital y los edificios, y paga impuestos al sector público y dividendos a sus propietarios”. (p. 16)

La banca tiene cuatro grandes proveedores de pasivo: los depositantes, el Banco Emisor, los mercados mayoristas, y los accionistas.

Los depósitos bancarios pueden ser de dos tipos depósitos a la vista y depósitos a distintos plazos. Los Depósitos a la Vista son la partida más líquida del pasivo de la banca y, por lo tanto, la más difícil de gestionar. El plazo de los depósitos a la vista, cuentas corrientes y cuentas de ahorro en su mayoría, no está definido. Y los depositantes que desde el punto de vista de la banca son unos prestamistas más pueden retirarlos en cualquier momento sin previo aviso.

Si un número suficientemente alto de los depositantes de un banco quisiera retirar sus depósitos a la vista al mismo tiempo, y el banco no tuviera activos líquidos suficientes para hacerlos efectivos como es el caso habitual el banco tendría que suspender sus pagos. Los plazos de vencimiento del resto de los depósitos están definidos y son más sencillos de gestionar.

La banca, como las demás empresas puede financiarse vendiendo acciones, o sea participaciones en su capital, que se remuneran con los beneficios que la entidad genere a futuro. Desde el punto de vista de la banca, el capital es el pasivo más sencillo de gestionar, porque solo se remunera cuando la banca tiene beneficios. Y cuando tiene pérdidas, o cuando se encuentra en dificultades, deja de remunerarse. Desde el punto de vista de los inversores de los accionistas en este caso comprar acciones es más rentable que comprar deuda, porque los dividendos suelen ser mayores que los intereses, y además el valor de las acciones puede aumentar sin límite en el mercado. Pero también es mucho más arriesgado, porque la empresa puede no repartir dividendos durante un periodo prolongado y porque el valor de las acciones puede bajar hasta llegar a cero.

Esto además muestra que los ingresos que tiene la Banca tradicional, puesto que en el caso de que falte liquidez los accionistas inyectan dinero líquido al capital, lo que no ocurre con las Cooperativas, ya que en este caso el dinero con el que trabajan las Cooperativas son de los socios, por tal razón están obligados a salvaguardar los depósitos en cuentas a la vista o en pólizas de amortización, con una buena colocación de créditos que generen ganancia para los mismos socios de las Cooperativas.

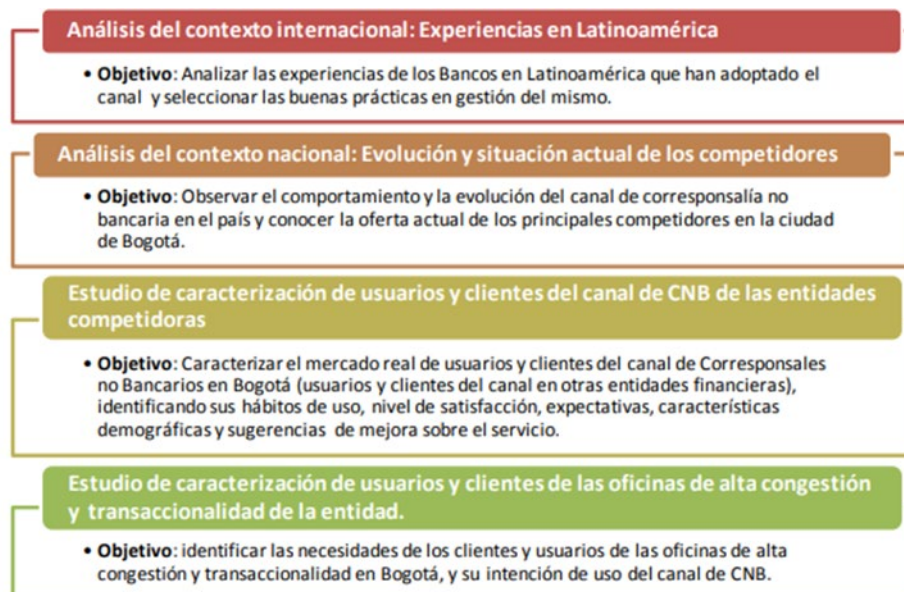
### **Corresponsal No Bancario**

De acuerdo con el Banco Pichincha los Corresponsales No Bancarios (CNB), son canales a través de los que las instituciones financieras, bajo su responsabilidad, pueden brindar sus servicios mediante terceros que se encuentre conectados por medio de sistemas de transmisión de datos, autorizados con anterioridad, identificados y cumpliendo las normal de control interno, seguridad y tecnologías de información, etc.

La etapa de análisis y caracterización de la situación de mercado del canal de Corresponsales no Bancarios, comprende una serie de cuatro estudios que responden a las dos primeras dimensiones expuestas anteriormente en el Modelo de recolección de información del proyecto, siendo estas: La Situación del negocio y el Conocimiento del cliente. Por tratarse de orientaciones diferentes en el análisis



del mercado y por motivos de practicidad en la interpretación de la información, Tibaquirá (2016) expone estos cuatro estudios por separado:



## Gráfico N. 2. Análisis de Mercado

Elaborado por: (Tibaquirá, 2016)

Fuente: (Tibaquirá, 2016)

La importancia de la creación de corresponsales bancarios de acuerdo al autor se ha visto desde la banca tradicional, quienes buscan incrementar sus ganancias, y tener una mejor imagen en cuanto a sus clientes. En las cooperativas el modelo de gestión es diferente, ya que este estudio va relacionado con buscar la satisfacción y mejora en la calidad de vida de los socios, basada en responsabilidad social, llegando a gente de escasos recursos económicos, a quienes en la banca tradicional se les cierra las puertas, o tienen difícil acceso.

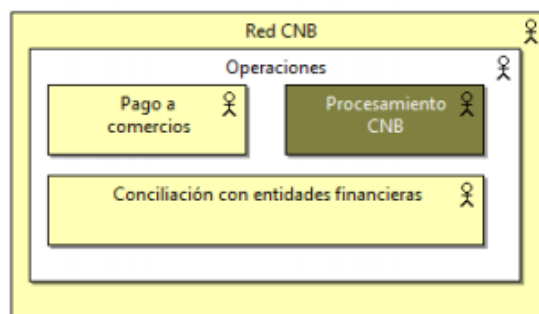
De la misma forma Aguirre y Angelow (2015) exponen las siguientes fases para la creación de un Corresponsal No Bancario.

- a) Fase de diseño
  - i) Definir la estructura del modelo
  - ii) CNB's, requisitos tecnológicos, servicios a prestar y estructura financiera

- iii) Creación de un marco regulatorio y relaciones con los organismos de regulación
  - iv) Búsqueda de una participación entusiasta de las Entidades Socias no reguladas
- b) Fase de implementación
- i) Búsqueda y adquisición de componentes
  - ii) Programa de comercialización
  - iii) Identificación de lugares
- c) Fase operativa
- i) Lanzamiento del servicio en las comunidades
  - ii) Servicios a prestar en los CNB's
  - iii) Equilibrio entre transacciones de entrada y de salida de efectivo

### Estructura de los Corresponsales No Bancarios

Dentro de su trabajo, muestra que la estructura estará enfocada a los procesos de negocio del área de operaciones, concretamente a los servicios transaccionales para una red CNB.

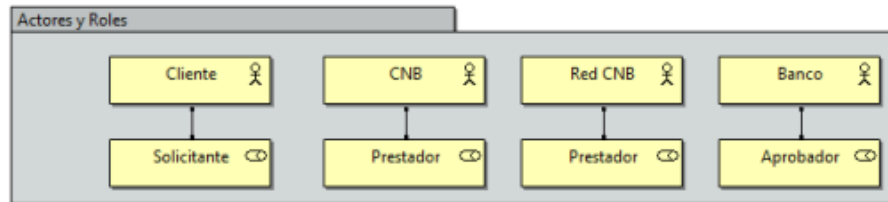


**Gráfico N. 3.** Estructura organizacional

**Fuente:** (Palacino & Rodríguez, 2015)

**Elaborado por:** (Palacino & Rodríguez, 2015)

De igual forma los actores y roles que están definidos para el procesamiento transaccional son el cliente que solicita los servicios financieros, el CNB que recibe la solicitud del cliente y la entrega a la red CNB para que se encargue de su validación y transporte hacia el banco encargado de la aprobación de las transacciones.



**Gráfico N. 4.** Actores y roles

Fuente: (Palacino & Rodríguez, 2015)

Elaborado por: (Palacino & Rodríguez, 2015)

### **Reglamento para los Corresponsales No Bancarios**

De acuerdo a la Superintendencia de Bancos y Seguros (2018) en el CAPITULO I.- Apertura y cierre de oficinas en el país y en el exterior, de las instituciones financieras privadas y públicas sometidas al control de la superintendencia de bancos y seguros, se destaca lo siguiente:

En la sección III de corresponsales no bancarios establece en su artículo 10 que los corresponsales no bancarios de entera responsabilidad de las instituciones financieras, los mismos que ofrecerán sus servicios mediante red, autorizados con anterioridad.

Estos podrán ser formados por una persona natural o jurídica que posean una instalación propia o de terceros dentro del país; de la misma forma en el artículo 11 define que estos podrán realizar las siguientes actividades:

- Depósitos en efectivo y transferencias de fondos
- Consultas de saldos
- Retiros

- Desembolsos y pagos en efectivo
- Pago de servicios básicos
- Pago del bono de desarrollo humano
- Recaudaciones de terceros, etc.

En el Artículo 12, se estipula que este tipo de organismo (Corresponsal) no podrá suscribir contratos que de fuerza mayor con un cliente únicamente se realizarán transacciones y pagos como las mostradas en el artículo 11.

El Artículo 13 muestra las prohibiciones que tendrán los corresponsales, como:

Operar cuando exista falla de comunicación que impida que las transacciones

- Ceder el contrato total o parcialmente de su funcionamiento
- Cobrar para sí mismo a los clientes o usuarios
- Ofrecer o prestar cualquier tipo de garantía a favor de los clientes
- Prestar servicios financieros por cuenta propia.

A sí mismo, la institución financiera mediante el Artículo 15, deberá estar obligada a:

- Incorporar un manual de procesos, políticas y contratación de los corresponsales no bancarios, funcionamiento, capacitación, horario de atención, límite de transacciones y un plan de contingencia.
- Contar con un medio de divulgación para informar a los clientes sobre la ubicación y servicios que se presten mediante los corresponsales.
- Asegurar que los corresponsales cumplan con los principios de seguridad para el manejo de la información y transmisión de la misma.
- Monitorear el cumplimiento de las obligaciones.

## **CAPÍTULO II**

### **DISEÑO METODOLÓGICO**

#### **Enfoque de la investigación**

##### **Cualitativa**

López y Sandoval (2016) muestran que “La investigación cualitativa es la que se produce de datos descriptivos, hablados o escritos y la conducta observable. Constituida por un conjunto de técnicas para la recolección de datos” (pág. 3)

La característica principal de la investigación cualitativa es analizar los acontecimientos, acciones, normas, desde la perspectiva de las personas que fueron estudiadas dentro del tema.

A través de la investigación cualitativa se conocerán los aspectos que se requieren y los usuarios finales solicitan para que la creación y desenvolvimiento de los corresponsales no bancarios de la cooperativa San Francisco Ltda. y que ésta funcione de forma adecuada y permita su crecimiento.

##### **Cuantitativa**

Según Corona, (2016) “En el método cuantitativo, el investigador hace una minuciosa medición de sus variables, sobre la base de objetivos bien definidos y delimitados. Además, este puede manipular en algunos casos sus variables dependiendo de la naturaleza del estudio” (pág. 82).

Esta permitirá examinar los datos de forma científica, específicamente de forma numérica, con la ayuda de instrumentos del campo de la estadística.

Este método se utilizará para analizar cuál es la incidencia que tienen los corresponsales no bancarios dentro de la sociedad de forma económica y la importancia que cumplen estos para los bancos dando a conocerse más y permitir incrementar sus servicios a nuevos clientes.

### **Modalidad de la investigación**

De acuerdo con definiciones de Peinado (2015), se puede decir que el trabajo adquirió las siguientes modalidades:

#### **Documental – bibliográficas**

La presente investigación adquirió una modalidad bibliográfica ya que la misma consiste en la adquisición de conocimiento como lo es el análisis de la factibilidad de creación de corresponsales no bancarios, siendo este tema el que determinó la veracidad y la certeza de la información obtenida para el capítulo anterior que su contenido hace referencia al marco teórico, se utilizó este método ya que la investigación se la utilizo también archivos, libros, revistas medios de consulta como el internet.

#### **De campo**

También se adquiere una modalidad de investigación de campo ya que se estudiará cual es la demanda que tienen los clientes y cuan factible es crear un corresponsal no bancario en distintas zonas de la ciudad.

#### **Tipos o niveles de investigación**

De acuerdo con Cauas, (2015) se dice que “es exploratoria por Estudios sin instrumentos de recolección para medición de variables, solo para identificación de variables; y descriptiva porque utiliza encuestas y el desarrollo de un caso” (pág. 2)

#### **Descriptiva**

El presente trabajo de investigación se cataloga de tipo descriptivo porque detalla fenómenos, situaciones, contextos y eventos cómo son y cómo se manifiestan en el

caso particular la aplicación de las encuestas de aceptación de la creación de corresponsales no bancarios para corroborar la factibilidad de su aplicación.

### Operacionalización de variables

Variable: Corresponsales no bancarios

Tabla 1. Operacionalización de variable

Contextualización	Dimensión	Indicador	Item	Técnica	Instrumento
Se conoce como corresponsal bancario a aquellas empresas que actúan de forma autorizada en nombre de una entidad bancaria y realizan muy diversas operaciones bancarias para la misma, normalmente de carácter sencillo o de bajo coste para el banco.	Entidad Bancaria	Número de socios entrevistados	Qué tiempo es usted socio de la cooperativa?	Encuesta	Cuestionario
		Servicio más utilizado	Qué servicio es el que más utiliza dentro de la cooperativa		
		Nivel de aceptación de los CNB	¿Con qué frecuencia realiza transacciones en la Cooperativa?		
		Grado de aceptación de los servicios brindados por la Cooperativa	¿Cree que es importante que la cooperativa brinde nuevos servicios?  ¿Cree que los corresponsales no bancarios le ayudarían a ahorrar tiempo al realizar sus transacciones?  ¿Cuáles son las dificultades		

	Operaciones Bancarias	<p>Total de dueños de negocios</p> <p>Número de personas que conocen sobre CNB</p> <p>Participación como emprendedor</p>	<p>que ha tenido al acceder a los servicios directos de la cooperativa?</p> <p>¿Se siente conforme al contar con una sola agencia en el Cantón Salcedo para realizar sus transacciones bancarias?</p> <p>¿Acudiría a un corresponsal no bancario cerca de su hogar?</p> <p>¿Es dueño del negocio que administra?</p> <p>Conoce acerca de los CNB?</p> <p>¿Conoce de los beneficios de los CNB?</p> <p>¿Le gustaría emprender en su negocio como CNB?</p> <p>¿Estaría dispuesto a ser capacitado para ofrecer servicios como CNB?</p>	Encuesta	Entrevista
--	-----------------------	--	--	----------	------------

**Elaborado por:** Flores Pazmiño, María Belén



## **Técnicas e instrumentos**

### **Procedimiento para la búsqueda y procedimientos de los datos**

Luego de la recolección de la información, los datos obtenidos serán presentados de manera estadística, para posteriormente realizar un análisis e interpretación de los resultados. Para realizar este trabajo se utilizará diagramas que representen en forma gráfica, a la vez que permitirán organizar y clasificar los indicadores cuantitativos obtenidos en las encuestas de la investigación.

### **Encuesta**

Es un cuestionario estructurado de preguntas cerradas, instrumento que se utilizará para obtener información sobre la factibilidad de creación de corresponsales no bancarios para la cooperativa San Francisco Ltda. del cantón Salcedo.

### **Población**

La población objeto de estudio que servirá como referencia para el análisis de la factibilidad de la creación de corresponsales no bancarios serán los 2020 clientes de la Cooperativa San Francisco Ltda. del cantón Salcedo, la información obtenida a través de estos ayudará a conocer los inconvenientes que tienen los usuarios (filas, distancia, disponibilidad, etc.) en la sucursal céntrica y como mejorar la atención con la aplicación de corresponsales no bancarios en distintas zonas del cantón.

### **Muestra**

Sera la población seleccionada para el levantamiento de la información a través de los cálculos para la obtención de la muestra.

Tabla 2. **Tamaño de la muestra.**

<b>Característica</b>	<b>Cantidad</b>
Cientes de la Cooperativa San Francisco Ltda. (Salcedo)	2020

**Fuente:** Cooperativa San Francisco Ltda.

**Elaborado Por:** Flores Pazmiño, María Belén

n = Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la Población

P=% de veces que se supone que ocurre un fenómeno en la población = 0.5

e= Error 5%

q= % de veces de la no ocurrencia del fenómeno

1- q = 0.5

Z= Nivel de confianza (1,96) D. Estándar

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

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5(1 - 0,5) * 2020}{0,05^2(2020 - 1) + 1,96^2(0,5)(1 - 0,5)}$$

$$n = \frac{1940,008}{6.008}$$

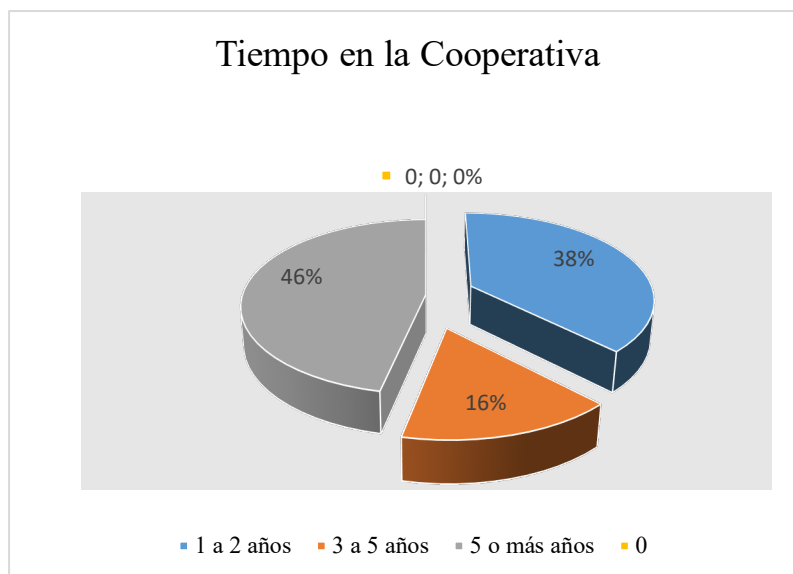
$$n = 322 \text{ clientes}$$

El tamaño de la muestra en lo que respecta a los clientes es de 320.

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Las encuestas realizadas se aplicó de forma aleatoria a 320 socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda., mediante cuestionario cerrado que contiene 12 preguntas, cuya finalidad es determinar el interés de los socios por obtener mejores servicios beneficiando y ahorrando tiempo y dinero, resultados que servirán para el análisis de factibilidad de este proyecto.

### 1.- ¿Qué tiempo es cliente de la Cooperativa?



**Gráfico N. 5.** Tiempo en la Cooperativa

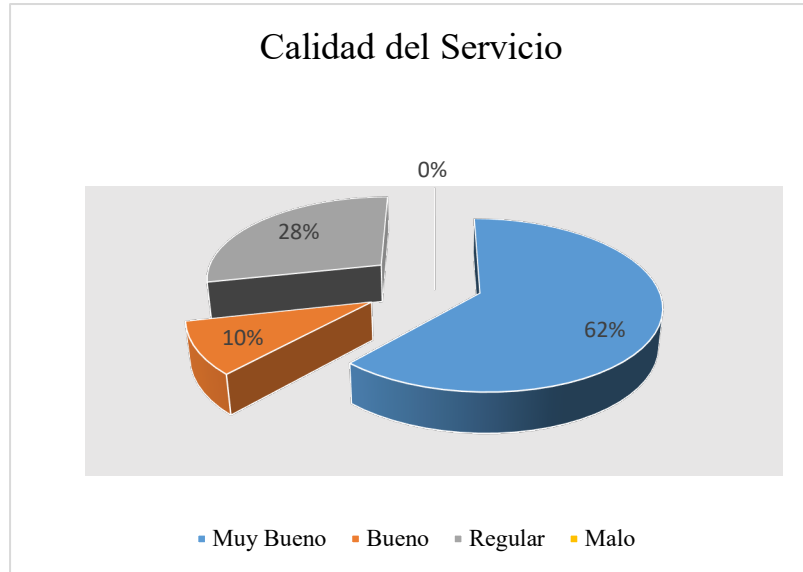
**Elaborado por:** Belén Flores

**Fuente:** Encuesta

### Análisis e Interpretación

Se puede determinar que gran parte de los encuestados son socios nuevos en ésta oficina de la Cooperativa, no obstante, se estima que pueden captar más socios en caminando la facilidad en la gestión de realizar las transacciones.

## 2.- ¿Cómo califica usted la atención al cliente que recibe en la Cooperativa?

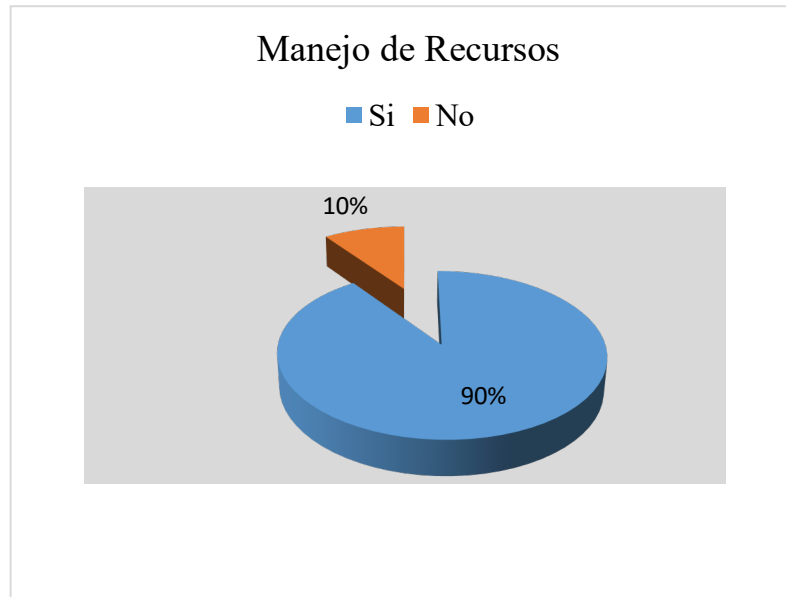


**Gráfico N. 6.** Calidad del Servicio  
**Elaborado por:** Belén Flores  
**Fuente:** Encuesta

### **Análisis e Interpretación**

Se puede determinar que gran parte de los encuestados se encuentran satisfechos con la atención que se brinda en las oficinas de la Cooperativa, teniendo así la mayoría de socios que indican que se encuentran a gusto con los servicios otorgados, no obstante, creen que pueden mejorar aplicando nuevos métodos para la prestación de sus servicios y tengan un manejo eficaz y eficiente de los recursos.

### 3.- ¿Siente seguridad que su dinero sea administrado por la cooperativa?

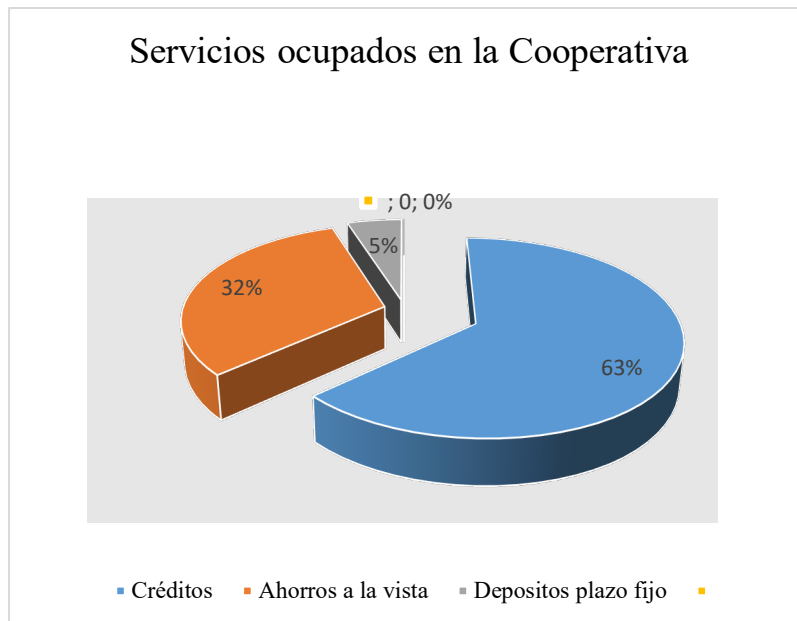


**Gráfico N. 7.** Manejo de Recursos  
**Elaborado por:** Belén Flores  
**Fuente:** Encuesta

#### **Análisis e Interpretación**

En cuanto a la credibilidad que tienen los socios con la Cooperativa San Francisco Ltda. es en gran cantidad, ya que no tienen mayores dudas que su dinero está siendo resguardado de la mejor forma y sin que lleguen a perderlo en algún futuro, esto se ha creado debido a la calidad de los servicios que presta la cooperativa y la seguridad que aportan sus trabajadores con cliente, buscando esta la mejora continua y satisfacción de los socios, esto se refleja con el 90% de los socios que indican estar seguros con la administración de su dinero.

#### 4.- ¿Qué servicio es el que más utiliza dentro de la Cooperativa?



**Gráfico N. 8.** Servicios ocupados en la cooperativa

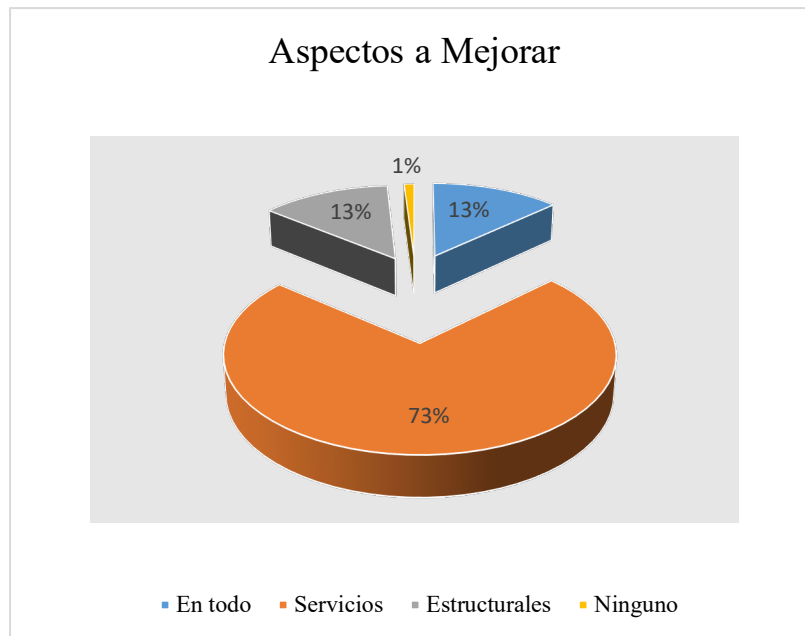
**Elaborado por:** Belén Flores

**Fuente:** Encuesta

#### **Análisis e Interpretación**

De la entrevista podemos deducir que la mayor parte de los socios poseen créditos, con un 63% de los encuestados, lo que nos ayuda a deducir que las corresponsalías serán de gran ayuda para la población y el uso de los productos y servicios de la Cooperativa, además que con la implementación de los CBN se podrán expandir los servicios que den a conocer las características de la cooperativa y futuros clientes pueden unirse a ella.

**5.- ¿En qué aspecto piensa que la Cooperativa necesita realizar mejoras organizacionales?**

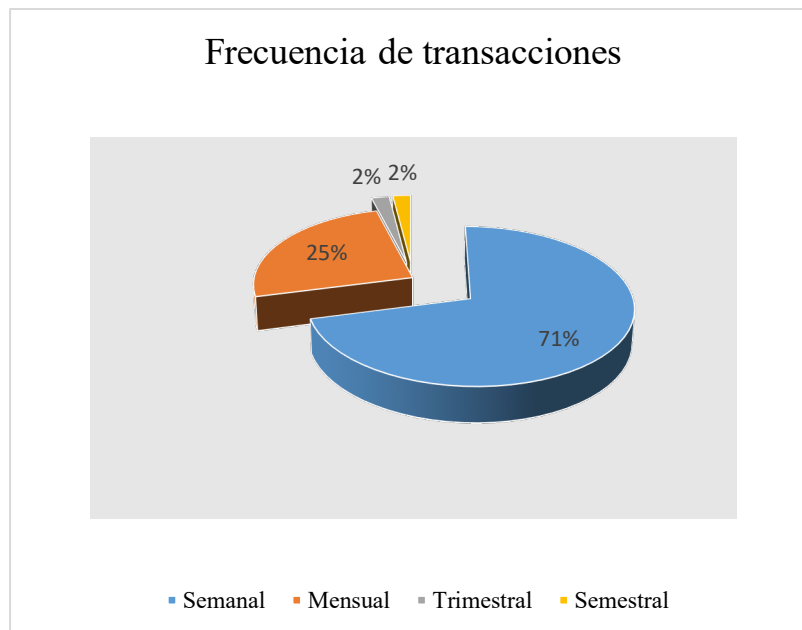


**Gráfico N. 9.** Aspectos a mejorar  
**Elaborado por:** Belén Flores  
**Fuente:** Encuesta

**Análisis e Interpretación**

La mayor parte de los encuestados, que corresponden al 73% manifiestan que se debe mejorar los servicios, lo que ayuda a buscar mejorar la atención de los productos y servicios que ofrece la Cooperativa, agilitando así los tramites que se deseen hacer y no requieran un gran manejo de los medios de la institución.

## 6.- ¿Con qué frecuencia realiza transacciones en la Cooperativa?



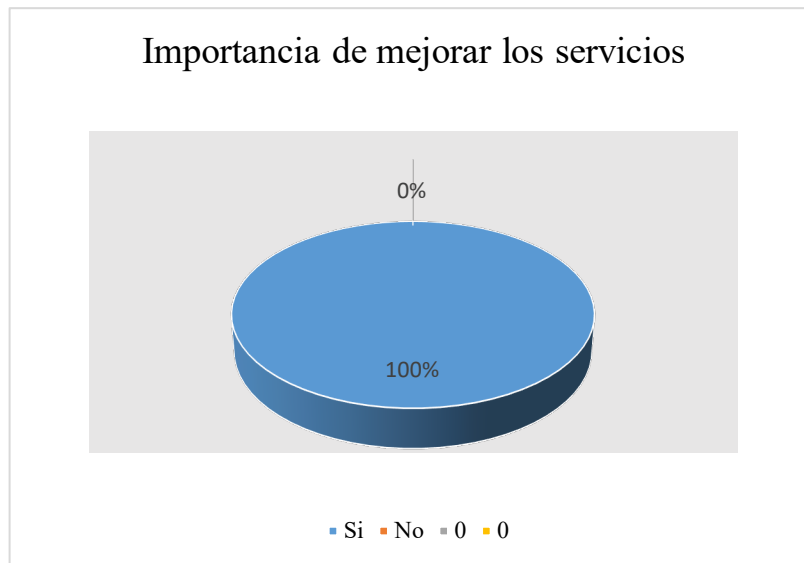
**Gráfico N. 10.** Frecuencia de transacciones  
**Elaborado por:** Belén Flores  
**Fuente:** Encuesta

### **Análisis e Interpretación**

La investigación indica que de 320 personas, muestra que el 71% de los encuestados se acerca a las oficinas a realizar transacciones y demás servicios semanalmente, ya sea hacer depósitos, retiros o pagos, por tal motivo se aprecia que las corresponsalías ayudarán a descongestionar las oficinas y además prestar servicios en horarios en los cuales no se puede acercar el cliente a una oficina principal.



7.- ¿Cree que es importante que la cooperativa brinde nuevos servicios?



**Gráfico N. 11.** Importancia de manejar los servicios

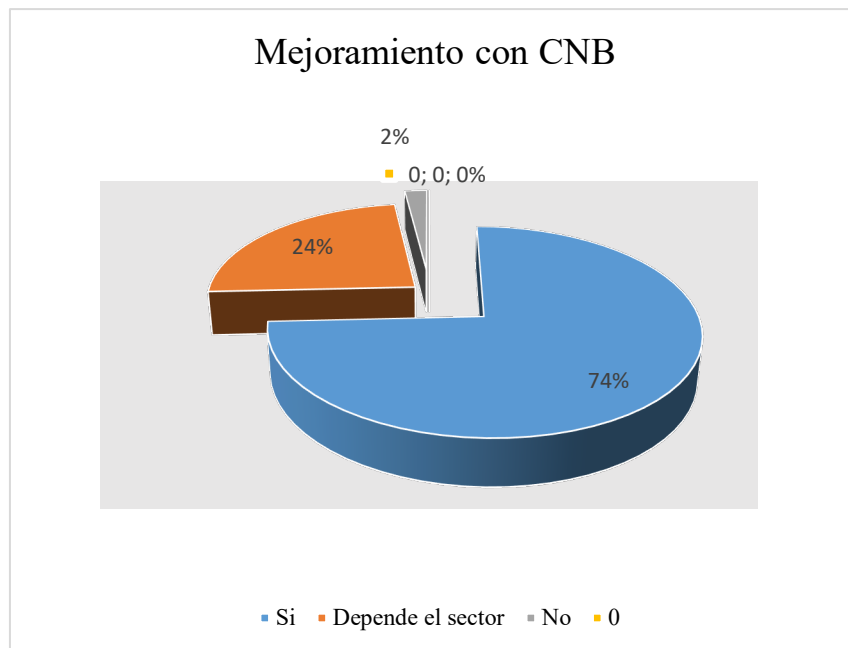
**Elaborado por:** Belén Flores

**Fuente:** Encuesta

### Análisis e Interpretación

Se deduce que la totalidad de los encuestados esperan que los productos y servicios de la cooperativa mejoren, en tiempo, calidad y variedad, por esta razón la implementación de corresponsalías no bancarías mejoraría drásticamente la atención al cliente, evitando que este tenga que recorrer largas distancias para acceder a los servicios y la espera en largas filas.

**8.- ¿Cree que los corresponsales no bancarios le ayudarían a ahorrar tiempo al realizar sus transacciones?**

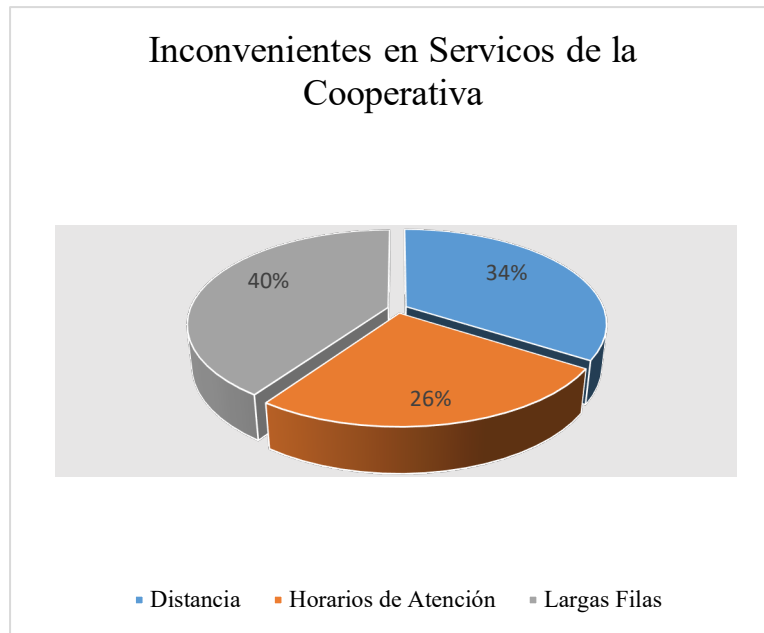


**Gráfico N. 12.** Mejoramiento con CNB  
**Elaborado por:** Belén Flores  
**Fuente:** Encuesta

**Análisis e Interpretación**

La mayor parte de los 320 encuestados que corresponde al 74% manifiestan que los Corresponsales No Bancarios, ayudarían a ahorrar tiempo al momento de realizar las transacciones bancarias, evitando así el desplazamiento hasta la agencia principal., por la cercanía que tendrán de los servicios y productos de la Cooperativa, además contar con corresponsales ayudará a incentivar la cultura de ahorro al facilitar el acceso a la Institución.

**9.- ¿Cuáles son las dificultades que ha tenido al acceder a los servicios directos de la cooperativa?**

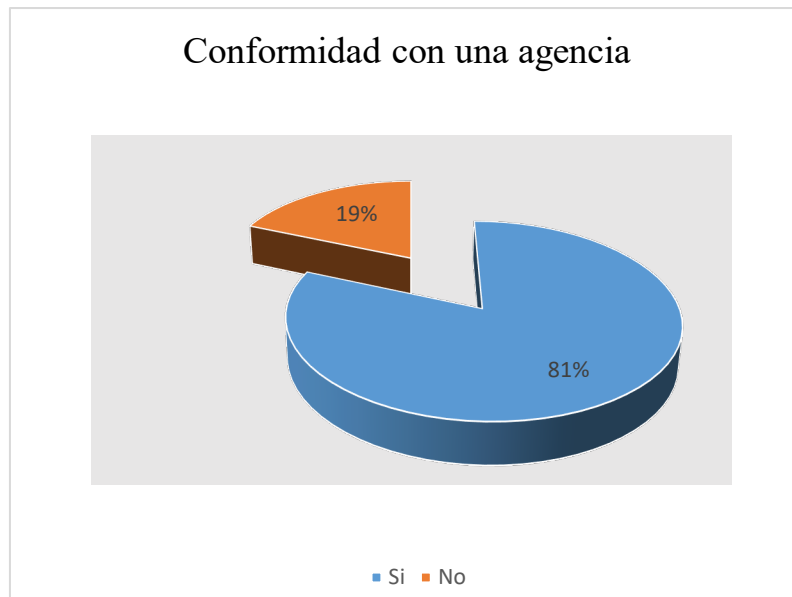


**Gráfico N. 13.** Inconvenientes en Servicios de la Cooperativa  
**Elaborado por:** Belén Flores  
**Fuente:** Encuesta

**Análisis e Interpretación**

Uno de los mayores Inconvenientes que han presentado los clientes de la cooperativa son las largas filas 40%, ya que en momentos que requieren realizar sus transacciones de forma rápida, las oficinas suelen estar congestionadas igual por los clientes, otro inconveniente ha sido la distancia a recorrer 34% , debido a que normalmente los clientes de estas cooperativas son personas de barrios que no pueden estar en todo momento movilizarse al centro de la ciudad 26%, es por esto que los corresponsales ayudarían a mejorar la accesibilidad de los servicios.

**10.- ¿Se siente conforme al contar con una sola agencia en el Cantón Salcedo para realizar sus transacciones bancarias?**



**Gráfico N. 14.** Conformidad con una agencia  
**Elaborado por:** Belén Flores  
**Fuente:** Encuesta

**Análisis e Interpretación**

Actualmente los clientes de la cooperativa expresan que no están del todo conformes con la existencia de la única agencia de la cooperativa el 81% así lo manifiesta, debido a que no cuentan con más sucursales que les permita realizar sus transacciones de forma más rápida, sino que deben esperar mucho tiempo para ser atendidos o movilizarse a otros sectores; solo un 19% está conforme al contar con una sola agencia, es por esto la importancia de crear corresponsales no bancarios que permitan el acceso a la Institución con facilidad.

## 11.- ¿Conoce usted qué es un Corresponsal no Bancario?



**Gráfico N. 15.** Conocimiento sobre CNB

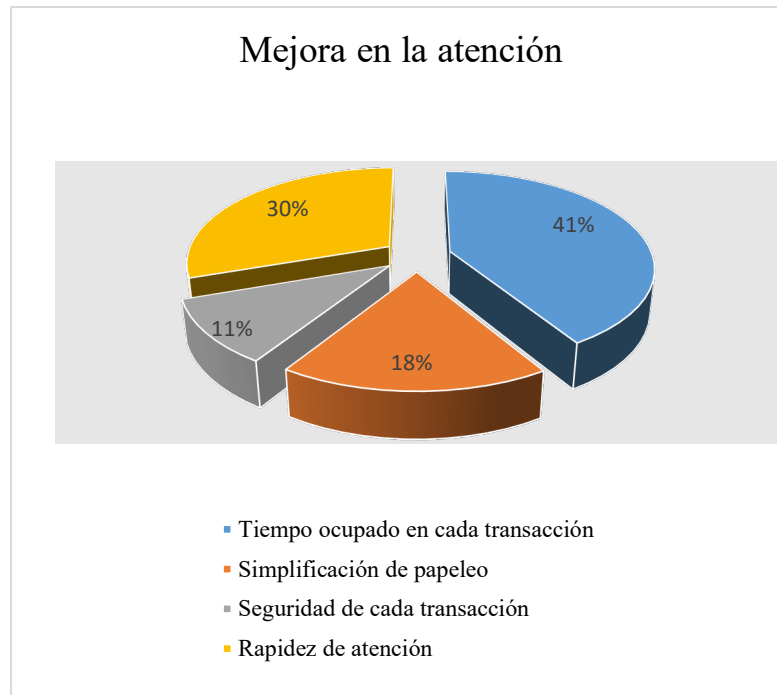
**Elaborado por:** Belén Flores

**Fuente:** Encuesta

### Análisis e Interpretación

De la encuesta realizada se determina que el 72% de los encuestados conocen qué es un corresponsal no bancario, mientras que un 28% no conoce sobre el tema, cabe aclarar que al realizar la pregunta de la manera que está planteada, el nombre Corresponsal no Bancario no es familiar para las personas encuestadas, sin embargo al mencionar otros corresponsales con nombres como banco del barrio o banco vecino, los entrevistados identifican conocer que es un corresponsal no bancario.

**12.- ¿En qué se debería mejorar para brindar una atención más ágil y oportuna?**



**Gráfico N. 16.** Mejora en la atención  
**Elaborado por:** Belén Flores  
**Fuente:** Encuesta

**Análisis e Interpretación**

Los socios encuestados respondieron a esta pregunta en relación a la mejora en la atención de la Cooperativa con un total del 41% que piensa que se debe mejorar el tiempo que se ocupa para realizar una transacción, el 30% manifiesta que hay que mejorar el servicio brindando mayor rapidez en la atención, el simplificar el papeleo es otro punto que se debería mejorar así lo señala el 18% de los encuestados, finalmente el 11% de los encuestados cree que se debe mejorar en relación a la seguridad de las transacciones. Con la implementación de los corresponsales no bancarios se logrará brindar un servicio más rápido al evitar que el cliente se traslade y realice largas filas para ser atendido, además toma poco tiempo el realizar las transacciones, se evita el papeleo al no existir formularios que deban ser llenados.

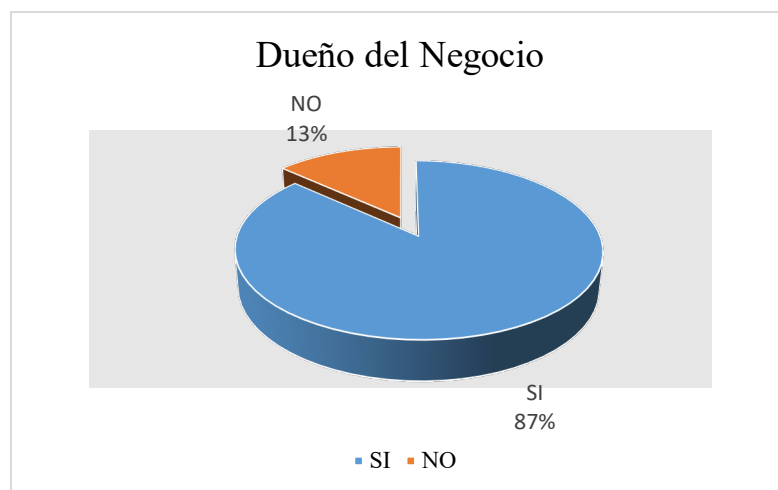
## ENTREVISTA REALIZADA A LOS NEGOCIOS DEL CANTÓN SALCEDO

Se realizó una selección de 30 negocios entre ellos farmacias, tiendas, ferreterías, entre otros para determinar el interés y conocimiento sobre los CNB, para lo cual se decidió desarrollar una entrevista con los dueños o encargados de los negocios a quienes se les realizó las siguientes preguntas:

1. ¿Es dueño o encargado del negocio que administra?
2. ¿Conoce acerca de los CNB?
3. ¿Conoce de los beneficios de los CNB?
4. ¿Le gustaría emprender en su negocio como CNB?
5. ¿Estaría dispuesto a ser capacitado para ofrecer servicios como CNB?

Los resultados de esta entrevista se exponen a continuación:

### Pregunta 1.- ¿Es dueño del negocio que administra?



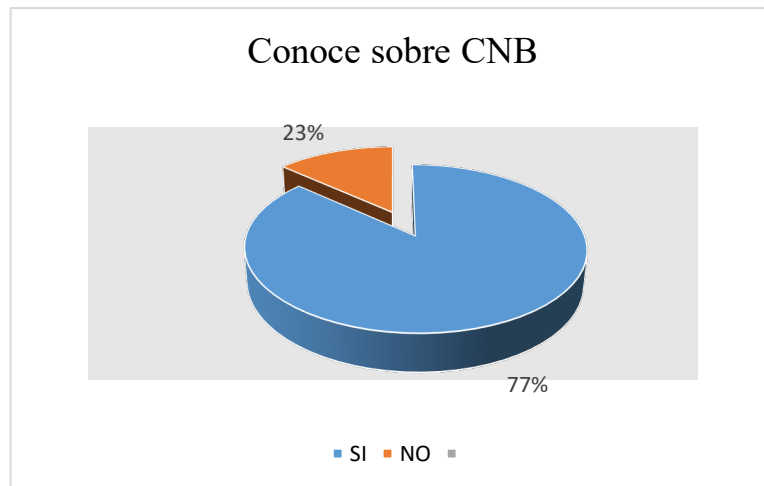
**Gráfico N. 17.** Dueño del Negocio  
**Elaborado por:** Belén Flores  
**Fuente:** Entrevista

### Análisis e Interpretación

El 87% es el dueño del negocio y un 13% está como encargado del mismo, esto facilitaría nuestro trabajo en vista de que la persona que debe tomar la decisión de

formar parte de la Cooperativa como Corresponsal no Bancario es el dueño del negocio.

**Pregunta 2.- ¿Conoce acerca de los Corresponsales No Bancarios?**



**Gráfico N. 18.** Conocimiento sobre CNB

**Elaborado por:** Belén Flores

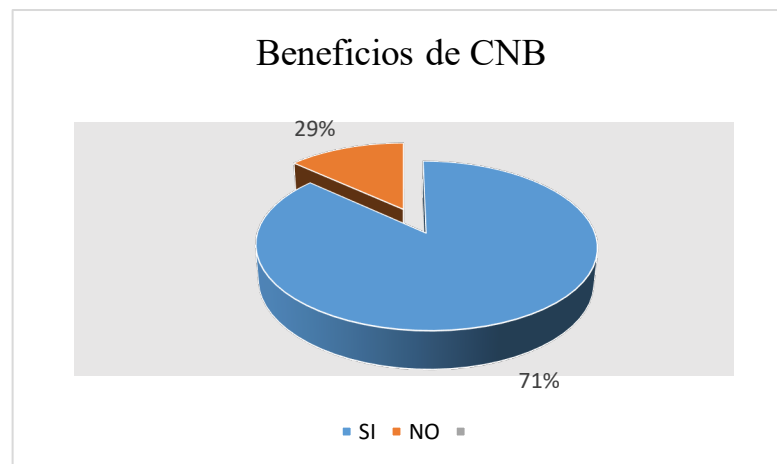
**Fuente:** Entrevista

**Análisis e Interpretación**

Como resultado del conocimiento sobre que son los CNB, se obtuvo que el 77% de los entrevistados conoce sobre el tema, y tan solo un 23% no conoce sobre el tema. De igual manera se debe recalcar que al realizar la pregunta de la manera que está planteada, el nombre Corresponsal no Bancario no es familiar para las personas entrevistadas, sin embargo al mencionar otros corresponsales con nombres como banco del barrio o banco vecino, los entrevistados demuestran conocer que es un corresponsal no bancario.



### Pregunta 3.- ¿Conoce de los beneficios de los CNB?



**Gráfico N. 19.** Beneficios de CNB

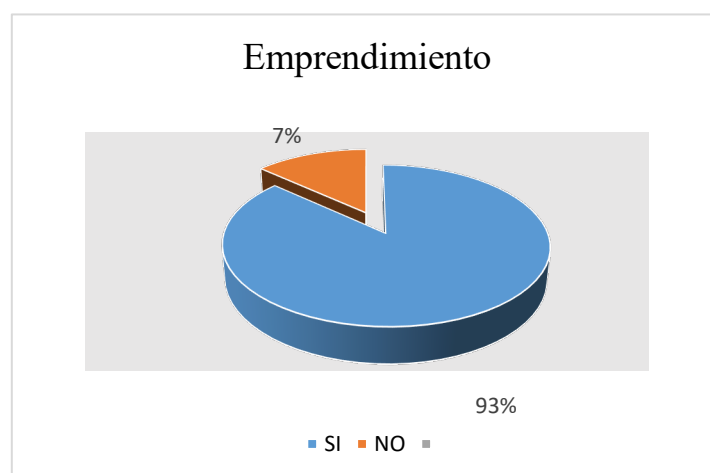
**Elaborado por:** Belén Flores

**Fuente:** Entrevista

### Análisis e Interpretación

En relación al conocimiento de los beneficios que brindan los CNB un 71% exponen que conoce sobre los beneficios de ser un CNB, no obstante un 29% que desconoce que al ser CNB obtienen beneficios para su negocio.

### Pregunta 4.- ¿Le gustaría emprender en su negocio como CNB?



**Gráfico N. 20.** Emprendimiento

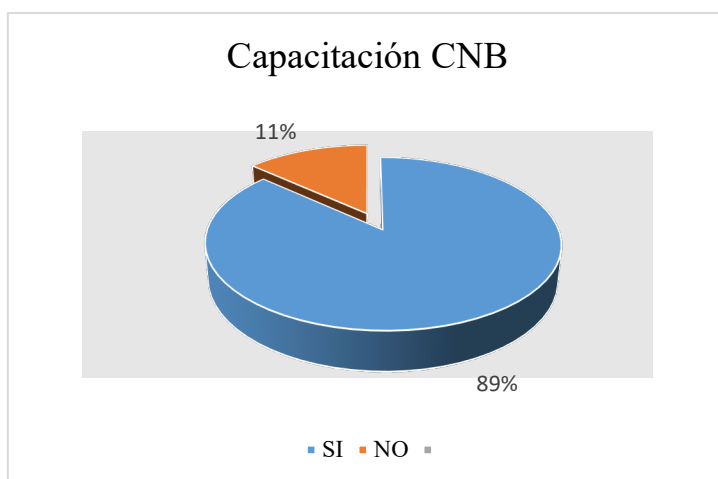
**Elaborado por:** Belén Flores

**Fuente:** Entrevista

## **Análisis e Interpretación**

Pese a que la mayoría de los entrevistados no tienen muy en claro lo que es un CNB y sus beneficios, vemos que existe una gran interés por ser uno de los canales financieros con los cuales poder llegar a más población, así lo refleja el resultado de esta preguntas, el 93% menciona que si le gustaría emprender en su negocio como CNB, mientras que un 7% manifiesta que no, tomando en cuenta aquí que existe un porcentaje que no es dueño sino únicamente encargado del negocio.

### **Pregunta 5.- ¿Estaría dispuesto a ser capacitado para ofrecer servicios como CNB?**



**Gráfico N. 21.** Capacitación en CNB

**Elaborado por:** Belén Flores

**Fuente:** Entrevista

## **Análisis e Interpretación**

En relación a esta pregunta, todos los entrevistados a quienes les gustaría iniciar como CNB están dispuestos a ser capacitados para ofertar servicios como CNB, lo que está representado con el 89%, mientras un 11% no está interesado en recibir capacitación.

## **Principales Insuficiencias detectadas con la aplicación de las encuestas**

Se pudo determinar que no existe un conocimiento completo sobre que es un Corresponsal no Bancario por parte de los dueños de los negocios, no existe una difusión adecuada por parte de las Instituciones Financieras, por tal razón solo ubican a los CNB como bancos del barrio, lo cual puede crear confusiones debido a que este es el nombre del canal corresponsal de uno de las Entidades Bancarias del país, más no representa al resto.

Muchos de las personas a cargo de los negocios muestran un cierto grado de temor de utilizar la tecnología, esto especialmente en personas de mayor edad, no así los jóvenes que están a la par con el desarrollo de la tecnología.

Se desconoce también la importancia por parte de socios y dueños de locales que tienen los CNB en el fomento de la inclusión financiera del país.

## **CAPITULO III**

### **PRODUCTO**

“Creación de Corresponsales no Bancarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda. en el Cantón Salcedo”

#### **OBJETIVO**

Desarrollar es estudio de factibilidad para la implementación de bancos no corresponsales de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda., en el cantón Salcedo.

#### **ALCANCE**

Este proyecto está enfocado en brindar servicios que faciliten el acceso a diferentes puntos de atención a todos los socios del cantón salcedo que utilicen los servicios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito agencia Salcedo.

#### **ANTECEDENTES**

##### Historia

En Tungurahua para el año 1962, la iglesia ecuatoriana asume una campaña de fomento para la creación de cooperativas, logrando incentivar la idea de unir esfuerzos y trabajar en equipo para dar soluciones a problemas de acceso a crédito, esto se realizó a través de su centro de distribución de alimentos denominado CARITAS, pensamiento católico que valoró el sentido solidario y de unión de las personas de bajo recursos económicos.

En estas circunstancias surgen varias cooperativas organizadas por los Padres Franciscanos con las madres de familia del tradicional Barrio la Yahaira de la ciudad de Ambato.



La primera reunión para organizar la cooperativa se llevó a cabo en el templo San Francisco la noche del 28 de Enero de 1962, convocada por el Padre Juan José Díaz, Superior de Comunidad Franciscana.

El 28 de Mayo mediante Acuerdo Ministerial No. 6317 se emite la Aprobación de estatutos de la ya nombrada "Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco de Madres Pobres Ltda.", por parte de la Dirección nacional de Cooperativas, inscribiéndose en el Registro general con el No.916. Este momento marca inicio de la vida Jurídica de esta cooperativa.

En 1976, ya con más de cuatro mil socios y para dar un mejor servicio a los clientes decide cambiarse de local ubicado en la intersección de las calles Montalvo y 12 de Noviembre, iniciándose de esta manera la separación de la comunidad franciscana.

En 1985, la visión futurista de sus directivos se hace realidad, al extender una Sucursal más en la ciudad del Puyo con el objetivo de impulsar la confianza cooperativista de un sector productivo que ha permitido el progreso sostenido de sus asociados.

En los últimos años se han creado nuevas sucursales en la Zona Sierra Centro en Píllaro, Pelileo, Izamba, Latacunga, y en el Oriente Macas, y El Tena.

Somos una entidad financiera legalmente establecida y vigilada por la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador. Con calificación de Riesgo A+.

## MISIÓN

Somos una empresa cimentada en principios cooperativos, orientada a ofrecer servicios financieros, ejecutados con calidad para contribuir al bienestar de nuestros socios, clientes y la sociedad

## VISIÓN

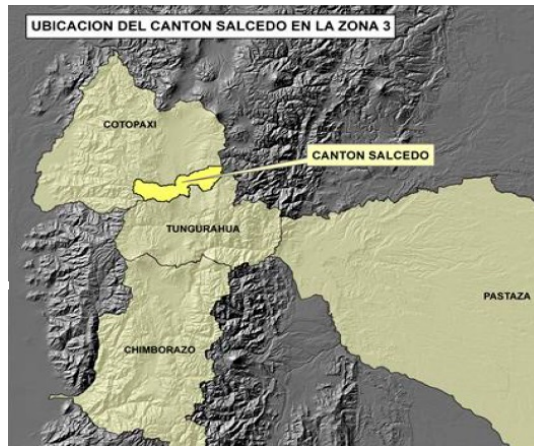
Ser el mejor aliado de nuestros socios generando soluciones financieras integrales de calidad basadas en prácticas éticas, transparentes y rentables.

## VALORES

- **Responsabilidad Social:** La responsabilidad de la cooperativa es con toda la sociedad y especialmente con nuestros socios y socios.
- **Ética:** Valores y principios que rigen cada uno de los procesos la cooperativa, reflejando nuestra cultura empresarial.
- **Confianza:** La confianza que dispone cada funcionario en relación a las responsabilidades que le fueron asignadas, permitirá que las tomas de decisiones sean eficaces y oportunas.
- **Transparencia:** Igualdad de acceso a la información, de acuerdo a las normas vigentes.
- **Amabilidad:** Para poder brindar un servicio de calidad hacia nuestros socios y socios.
- **Compromiso:** Actuar en consecuencia a nuestros objetivos, a nuestras metas y a nuestros valores; planeando el camino que seguiremos hasta lograr la satisfacción y bienestar de nuestros socios y socios.

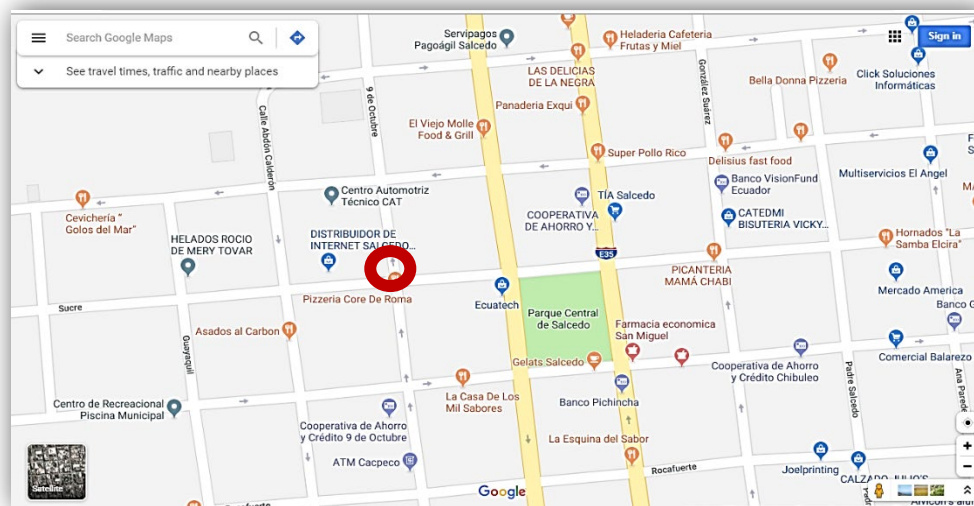
## SUCURSAL SALCEDO

La sucursal de la Cooperativa San Francisco Ltda. en la ciudad de Salcedo, se apertura en 1982, se encuentra ubicada en la calle Sucre y 9 de Octubre, en el centro de la ciudad, su horario de atención es de lunes a viernes de 08h30 a 16h30.



**Gráfico N. 22.** Ubicación Cantón Salcedo

**Fuente:** [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0505\\_SALCEDO\\_COTOPAXI.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0505_SALCEDO_COTOPAXI.pdf)



**Gráfico N. 23.** Ubicación Sucursal Salcedo

**Fuente:** Google Maps

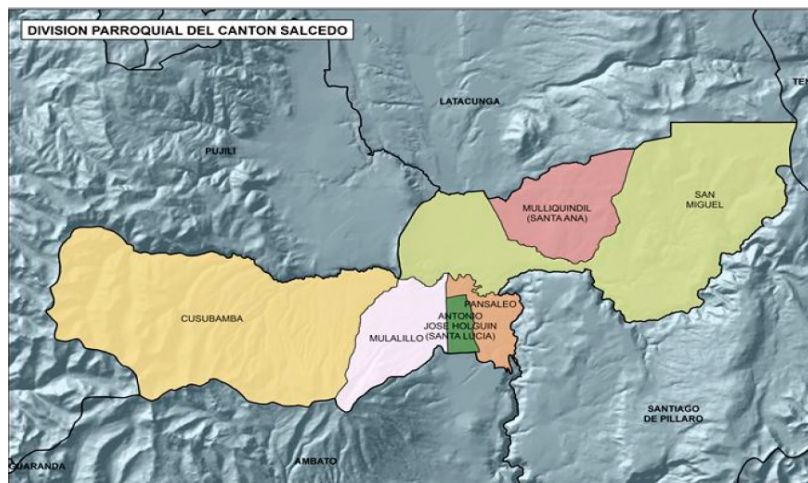
Salcedo es una ciudad de la provincia de Cotopaxi, famoso por sus helados de exquisito sabor, descendientes de los panzaleos; posee alrededor de 65000 habitantes en una extensión territorial de 533 kilómetros cuadrados. Salcedo es una ciudad cuya principal actividad económica es el comercio, la actividad agrícola y ganadera, está dividido en una parroquia urbana y cinco parroquias rurales las cuales son:

#### Parroquia Urbana

- San Miguel de Salcedo (cabecera cantonal)

#### Parroquias Rurales

- Antonio José Holguín (Sta. Lucía)
- Cusubamba
- Mulalillo
- Mulliquindil (Santa Ana)
- Panzaleo



**Gráfico N. 24.** Cantón Salcedo y sus parroquias

**Fuentes:** [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0505\\_SALCEDO\\_COTOPAXI.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0505_SALCEDO_COTOPAXI.pdf)

Como vemos la mayoría de la población de este cantón se concentran en el área rural y su principal actividad económica es la comercial, agrícola y ganadera por lo cual el ampliar los servicios de corresponsales no bancarios a este sector aportaría en gran medida al desarrollo de su población facilitando y obteniendo satisfacción



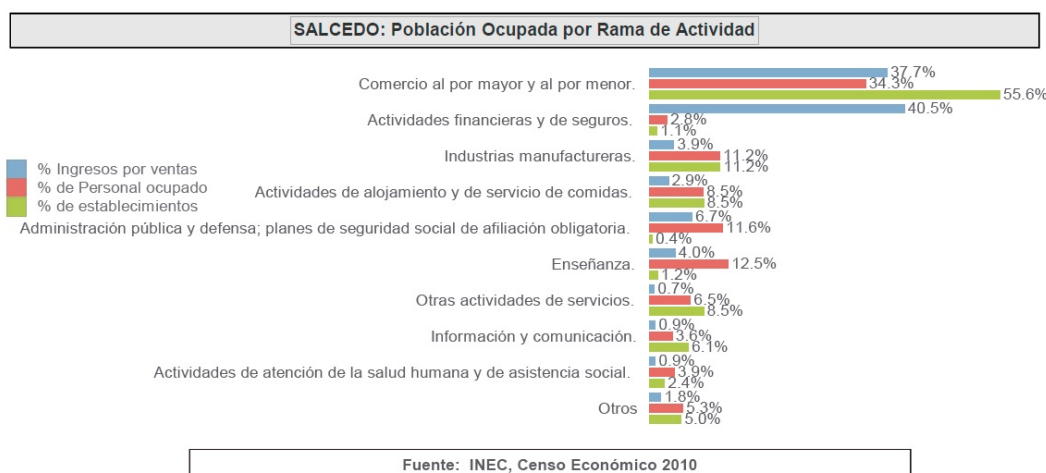
en los servicios brindados por la Cooperativa San Francisco Ltda.



Título  
POBLACIÓN POR ÁREA, SEGÚN PROVINCIA, CANTÓN Y PARROQUIA DE EMPADRONAMIENTO

Provincia	Nombre del Cantón	Nombre de la Parroquia	ÁREA		
			URBANO	RURAL	Total
	SALCEDO		URBANO	RURAL	Total
		ANTONIO JOSE HOLGUIN	-	2.664	2.664
		CUSUBAMBA	-	7.200	7.200
		MULALILLO	-	6.379	6.379
		MULLIQUINDIL (SANTA ANA)	-	7.203	7.203
		PANSALEO	-	3.455	3.455
		SAN MIGUEL	12.488	18.827	31.315
		<b>Total</b>	12.488	45.728	58.216

**Gráfico N. 25.** Población por áreas  
Fuente: Inec (2017)



**Gráfico N. 26.** Población según ramas de actividad  
Elaborado por: Belén Flores  
Fuente: Inec (2010)

## SITUACIÓN ACTUAL

La Cooperativa San Francisco Ltda. nace en el año de 1962 logrando incentivar la idea de unir esfuerzos y trabajar en equipo para dar soluciones a problemas de acceso a créditos, logrando la aprobación de sus estatutos el 28 de mayo de 1963 mediante Acuerdo Ministerial N° 6317 iniciando con un total de 286 socios.

En la actualidad la cooperativa cuenta con más de 270.000 socios, ha logrado además reconocimientos como:

- Honor a la excelencia (2017) por Intercontinental Union for quality
- Ekos de Oro Pymes (2015) obteniendo el segundo lugar en cooperativas grandes.
- Latin American Quality Institute en los años 2013, 2014 y 2015, premio a la empresa ecuatoriana del año
- Latin American Quality Institute en 2012 por la excelencia en la gestión empresarial de promoción de cultura de calidad.

Cuenta con 31 oficinas a nivel nacional que brindan servicios financieros como pago de servicios básicos, SRI, MIES, tránsito, depósitos de otros bancos, pagos de tarjetas, envíos desde y hacia el exterior, cajero automático y tarjeta de débito internacional, efecti-ahorro, cuenta chequera, pago nómina de empresas, pago pensiones escolares.

Son muchas los servicios ofertados por la cooperativa con la finalidad de satisfacer las necesidades de sus socios, por lo que el implementar corresponsales no bancarios cumpliría aún más con la misión y visión de la cooperativa, todos estos servicios estaría más cerca de la población en lugares en donde la institución no tiene alcance mediante una agencia bancaria.

Se pretender implementar al menos 20 corresponsales no bancarios, distribuidos tanto en la parte urbana como en la parte rural para lograr de manera eficiente una cobertura adecuada.

## **PRODUCTO O SERVICIO**

De acuerdo a la encuesta realizada a los socios de la Cooperativa, se obtuvo una gran aceptación en cuanto a nuevos servicios y específicamente a la creación de corresponsales no bancarios, además un acercamiento con los dueños de tiendas,

farmacias entre otros aportan con su interés en formar parte de este emprendimiento el mismo que fortalecerá sus negocios.

El nombre tentativo para los corresponsales no bancarios es CARITAS, tomado desde la historia de los inicios de la Cooperativa.

### CORRESPONSAL “CARITAS”



**SAN FRANCISCO LTDA.**

## MERCADO

### Evolución Corresponsales No Bancarios

“La Federación Latinoamericana de Bancos, en su informe de Inclusión Financiera 2016 menciona que en el caso Ecuatoriano el principal obstáculo para la Inclusión Financiera es la baja educación financiera de la población, por otro lado señalan como puntos a favor los avances en microcrédito y la ampliación de la cobertura financiera a través de corresponsales no bancarios” (Rivadeneira, 2018)

**Tabla 3.** Número de puntos de atención SB y SEPS, 2017

Puntos de Atención	SB		SEPS	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
<b>Matrices</b>	24	0,08%	669	25,64%
<b>Sucursales</b>	140	0,47%	199	7,63%
<b>Agencias</b>	881	2,96%	957	36,68%
<b>Agencia Especial</b>	7	0,02%		
<b>Cajeros automáticos</b>	3.942	13,23%	573	21,96%
<b>Cajeros automáticos itinerantes</b>	3	0,01%		
<b>Cajeros automáticos móviles</b>	2	0,01%		
<b>Corresponsales no bancarios</b>	24.567	82,44%	86	3,30%
<b>Ventanilla de extensión</b>	180	0,60%	68	2,61%
<b>Otros</b>	53	0,18%	57	2,18%
<b>Total</b>	<b>29.799</b>	<b>100,00%</b>	<b>2.609</b>	<b>100,00%</b>

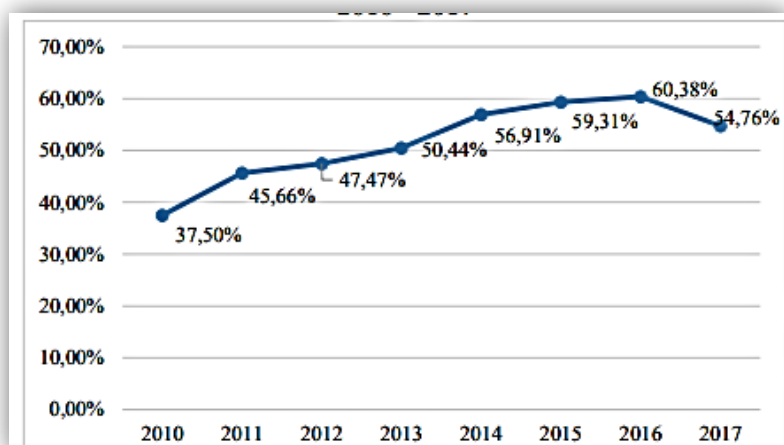
Fuente: Superintendencia de Bancos y Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Como se observa el porcentaje más alto 82,44% corresponde a los Corresponsales no Bancarios, lo que indica su crecimiento y aceptación que tiene en la población, bajo este contexto podemos decir que los corresponsales no bancario es uno de los canales más adecuado para lograr una cultura de ahorro, para poder realizar cualquier transacción una cuenta de ahorro debe existir en cualquier entidad financiera. (Rivadeneira, 2018).

Mediante la inclusión financiera, las personas y empresas no atendidas o sub atendidas en relación a servicios de calidad en materia financiera, permite mejorar la condición de vida y empresarial, considerándose el precursor principal para mejorar las condiciones económicas de la población. Los corresponsales no bancarios constituyen hoy en día una de las mejores opciones para habilitar los servicios con el alcance y facilidad oportunos a un costo adecuado. (BANCA CORRESPONSAL E INCLUSION FINANCIERA, 2013)

Según la Federación Latinoamericana de Bancos, (2018) América Latina se ha constituido líder en corresponsales no bancarios así lo demuestran las cifras, en el año 2007 se registraron 19.3 corresponsales por cada 100.000 habitantes, mientras que datos registrados hasta el 2018 señalan una cifra de 118.9 corresponsales por cada 100.000 habitantes. (De la Rosa, 2018)

El Boloetín “Series Banca Privada” que es emitido por la Superintendencia de Bancos a diciembre de 2017, el porcentaje de profundización financiera alcanzó el 24% respecto a la cartera de créditos y del 28% en relación a obligaciones con el público, estos porcentajes se han establecido en comparación al PIB, lo cual se refleja en el siguiente gráfico.

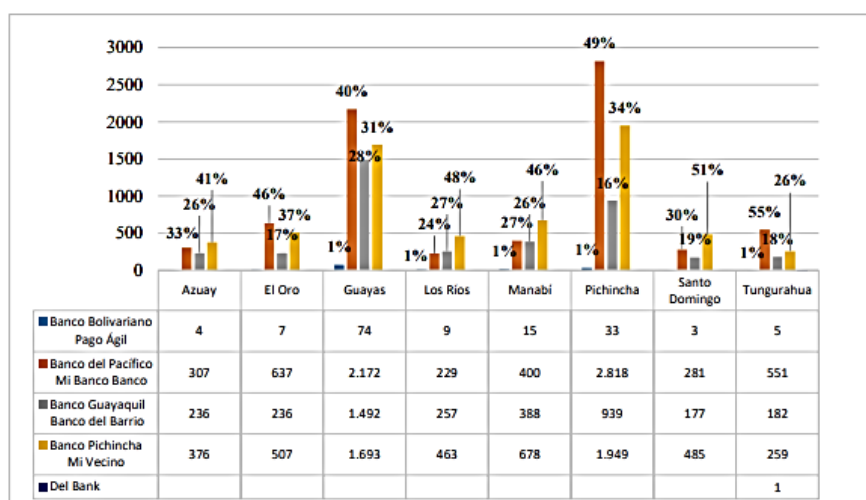


**Gráfico N. 27.** Evolución de Bancarización 2010-2017

**Fuente:** Superintendencia de Bancos del Ecuador

El crecimiento de bancarización ha logrado mantenerse desde 37,50% hasta llegar al 60,38%, registrándose un decrecimiento hasta el 54,76%.

Los corresponsales no bancarios están regulados y autorizados por la superintendencia de bancos, de las 24 entidades bancarias existentes en el país únicamente 5 ofrecen este servicio. El gráfico siguiente muestra su distribución.



**Gráfico N. 28.** Distribución de CNB por entidad financiera bancaria en las provincias con mayor presencia 2015-junio 2017

**Fuente:** Superintendencia de Bancos

Los bancos que cuentan con la debida autorización disponen de 23.778 CNB, las instituciones financieras con mayor cobertura son Banco Pichincha y Banco Pacífico.

**Tabla 4. CNB A NIVEL NACIONAL A JUNIO 2017**

N°	Banco	Nombre del CNB	N° de Puntos	% de participación en puntos de venta
1	Pacífico	Mi Banco Banco aquí	9353	39
2	Pichincha	Mi Vecino	9040	38
3	Guayaquil	Del Barrio	5200	66
4	Bolivariano	Pago Agil	184	1
5	Del Bank	Del Bank	1	0
<b>TOTAL</b>			<b>23.778</b>	<b>100</b>

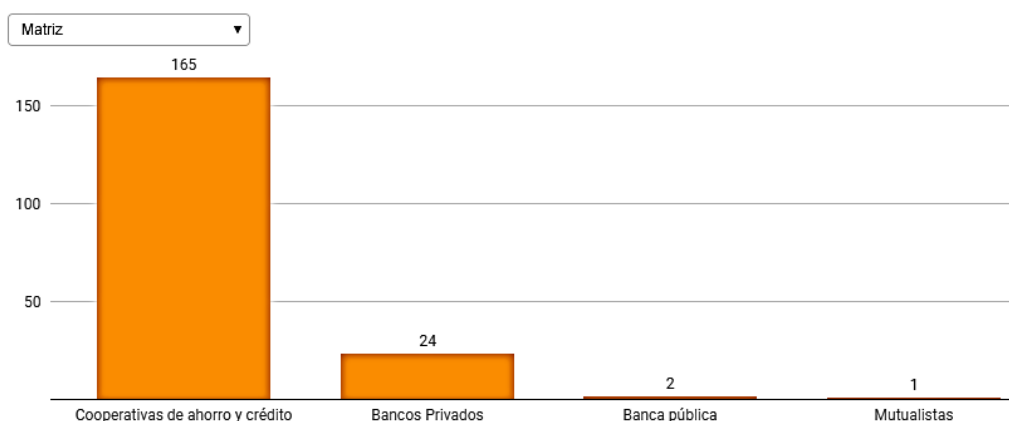
**Fuente:** Entidades Bancarias

La bancarización no solo en nuestro país sino a nivel mundial debe enfrentar varios obstáculos como: garantizar el acceso a servicios financieros a poblaciones rurales, generar productos adecuados para las necesidades de los usuarios, disponibilidad de un documento de identidad válido y actualizado para la apertura de cuentas, entre otros. En relación a la cultura de educación financiera puede representar altos costos para implementarla debido a la idiosincrasia de que es mejor ahorra bajo el colchón.

“De acuerdo al Banco Mundial, la inclusión financiera busca satisfacer las necesidades financieras de personas y empresas, con la finalidad de facilitar las transacciones en el desarrollo de la vida cotidiana, además de generar cultura de ahorro e inversión” (Cobos, 2019).

El acceso a los servicios financieros formales es una condición necesaria para fomentar la inclusión financiera formal. La literatura sobre desarrollo económico afirma que la inclusión financiera, entendida como el uso de servicios financieros formales de calidad, aumenta el bienestar de las personas. Por un lado, el acceso al crédito formal fomenta la inversión en activos productivos, y el incremento de riqueza asociado estimula la inversión en capital humano y aumenta la productividad (Bencivenga y Smith, 1991)

Nuestro Sistema Financiero Nacional lo componen bancos públicos y privados, mutualistas, cooperativas de ahorro y crédito. Existen 165 matrices de cooperativas frente a un total de 24 entidades bancarias.



**Gráfico N. 29. PUNTOS DE ATENCIÓN DE SFN**

Fuente: BCE, 2018

## IMPACTO SOCIAL

Los CNB, tienen como objetivo principal ampliar la cobertura de la Entidad Financiera a lugares en donde no cuentan con una agencia, a través de tiendas, farmacias, ferreterías, entre otros; estos comercios pueden ofrecer los siguientes servicios, los cuales están estipuladas de acuerdo a las Normas de Control para la Apertura y Cierre de Oficinas y Canales de las Entidades bajo el Control de la Superintendencia de Bancos expedidas mediante Resolución No. SB-2016-940 de 6 de octubre de 2016.

- a) Recibir depósitos o efectuar retiros en efectivo de cuentas corrientes y cuentas de ahorros, así como realizar transferencias de fondos que afecten dichas cuentas;
- b) Apertura de cuenta básica;
- c) Realizar consultas de saldos en cuenta corriente o de ahorros;
- d) Efectuar retiros con tarjeta de débito y/o tarjetas prepago;
- e) Realizar recargas de tarjetas prepago;
- f) Efectuar desembolsos y recibir pagos en efectivo por concepto de operaciones activas de crédito;
- g) Recaudar el pago de servicios básicos;
- h) Pago del bono de desarrollo humano o de los subsidios otorgados por el gobierno (costo no imputable al beneficiario);
- i) Realizar avances en efectivo de tarjeta de crédito;
- j) Realizar recaudaciones a nombre de terceros; y,
- k) Realizar envíos y pagos de giros y remesas, locales y del exterior.

Son muchos los servicios ofertados que haciendo uso de la tecnología con la que en la actualidad podemos contar se puede llegar a tener una cobertura amplia para los socios y población del Cantón Salcedo, logrando así una inclusión financiera que se relaciona con los objetivos mundiales de desarrollo sostenible que busca como meta principal la erradicación de la pobreza y reducir las desigualdades. Para que se consiga el crecimiento económico, este debe ser inclusivo en especial de las poblaciones más vulnerables o marginadas, con la implementación de los corresponsales no bancarios se puede brindar servicios a un menor costo y con mayor accesibilidad de la población a estos puntos bancarios que se van a encontrar más cerca de sus hogares, disminuyendo así los costos de operaciones y movilización.

En nuestro país son cinco las instituciones financieras que ofertan servicios a través de corresponsales no bancarios, cuyo crecimiento ha ayudado a la banca nacional llegando a lugares en donde no se puede cubrir el servicio lo cual ha generado facilidad y motivación para la cultura financiera, además de optimizar recursos a las entidades financieras.



Al desarrollar este proyecto también se están generando nuevas oportunidades de trabajo al impulsar el emprendimiento de dueños de los pequeños negocios de barrio o localidad.

## **IMPACTO ECONÓMICO**

En este proyecto están involucrados tanto recursos humanos, económicos y tecnológicos que harán que la inversión utilizada para la implementación de los corresponsales no bancarios en el Cantón Salcedo se vea reflejada en el incremento de mayor número de socios y a su vez el número de transacciones generando así más rentabilidad para la cooperativa y mayor crecimiento financiero para la población al cambiar la cultura financiera pues por medio de estos canales se pretende mejorar la cobertura de servicio y al contar con mayor accesibilidad a la banca se puede incentivar a la cultura del ahorro.

## **IMPACTO AMBIENTAL**

Si bien es cierto la tecnología juega un rol muy importante en nuestra actual sociedad formando parte de nuestro diario vivir en todo momento, en la casa, trabajo y hasta para las horas de esparcimiento. La tecnología es parte fundamental para la implementación de esta red de servicios de corresponsales no bancarios, cuyo impacto ambiental tiene relación directa con el uso de equipos tecnológicos, software, manuales y el incremento de recursos naturales como lo es la energía eléctrica.

Para mitigar el impacto ambiental, se deberá adquirir equipos que estén dentro de los niveles permitidos de emisión electromagnética evitando así que los microempresarios sufran daños a su salud.

La entidad financiera deberá hacerse responsable del correcto manejo de desechos cuando exista la necesidad de cambiar las máquinas electrónicas utilizadas para realizar las operaciones bancarias.

## **POSIBLES RIESGOS AL IMPLEMENTAR CNB**

Muchas son las ventajas tanto para la institución bancaria como para la población en general, no obstante siempre va existir peligros en la implementación de un nuevo servicio, en este caso pueden presentarse inconvenientes tales como:

- Robo de los equipos, se deberá considerar y analizar la ubicación de los negocios en los cuales se colocará los equipos de corresponsalía bancaria, procurando que sean confiables.
- Conectividad deficiente, operar en lugares que tengan buena recepción para la conectividad evitando así la suspensión del servicio por caída de la línea, lo que podría ocasionar malestar y desconfianza en la población. Educar o capacitar a los dueños de los negocios en donde se instalarán los corresponsales no bancarios sobre el uso y manejo adecuado de las máquinas electrónicas así como la manera de actuar ante algún inconveniente.
- Inconformidad en el cobro de comisiones por el servicio. Fijar comisiones accesibles para la población y que estimulen el uso de los servicios de corresponsalía bancaria con optimismo, implementando un sistema que controle los costos y gastos.

---

## **ADMINISTRACIÓN - ANÁLISIS ESTRATÉGICO**

### **MATRIZ FODA**

“Las siglas FODA, DOFA o DAFO son un acrónimo de las palabras fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, e identifican una matriz de análisis que permite diagnosticar la situación estratégica en que se encuentra una empresa, organización, institución o persona, a fin de desarrollar con éxito un determinado proyecto”. (Imaginario, 2019)

#### Fortalezas

- Reconocimiento

- Estabilidad Financiera
- Instalaciones Moderna

### Debilidades

- Cultura financiera deficiente de la población
- Fallas en la conectividad
- Publicidad de CNB poco fortalecida

### Oportunidades

- Crecimiento Financiero
- Mayor cobertura
- Fácil acceso

### Amenaza

- Competencia
- Deserción de los socios
- Inestabilidad política del país



**Gráfico N. 30. FODA**  
**Elaborado por:** Belén Flores

Se debe entender que la factibilidad no es un acto aislado, es una cadena de secciones con protocolo que involucra todos los aspectos que hacen al funcionamiento de la misma, refiriéndose a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas, es decir, si es posible cumplir con las metas que se tienen en un proyecto, tomando en cuenta los recursos con los que se cuenta para su realización, en un área delimitada.

La factibilidad se compone de las siguientes etapas estratégicas:

1. Toma de decisiones
2. Rumbo de la organización
3. Adaptación al cambio del entorno
4. Cumplimiento de metas y fines

Todos estos numerales señalados se construyen a través de un protocolo factible que conforma 4 etapas imprescindibles:

**El análisis estratégico de factibilidad:** La comprensión de la situación actual de las cooperativas.

**El planeamiento estratégico de factibilidad:** La selección de los cursos de acción a seguir para alcanzar los propósitos.

**La implementación estratégica de factibilidad:** El proceso de confección de las distintas acciones previstas en los planes.

**El control estratégico de factibilidad:** Los ajustes y correcciones a realizar durante el proceso de implementación para mantener la meta correcta.

Tabla 5. Naturaleza de la Estrategia de factibilidad

Análisis	Planeamiento
Implementación	Control

**Fuente:** Elaboración propia.

### **Existen varios niveles de estrategia de factibilidad:**

**Estrategia corporativa:** En el que involucra las decisiones que alcanzaran toda la cooperativa, se concentran generalmente en la alta dirección y su finalidad principal es crear y mantener un equilibrio de portafolio de negocios. En este nivel se establece la visión, misión de la cooperativa y políticas generales para el desarrollo de la misma organización.

**Estrategia competitiva:** Son decisiones propias de cada unidad de negocios en éste caso de cada CBN. Su finalidad creando y manteniendo un posicionamiento frente a la competencia, siendo sus principales funciones: Enfoque competitivo, acciones de expansión, ataques y defensas frente a la competencia.

**Estrategia funcional:** La que clasifica cada unidad de negocios en particular que tiene por finalidad dar un soporte operativo para cada área de la cooperativa.

En si la estrategia tiene que estar vista no de un paradigma imaginario, sino plasmado en la realidad con acciones que sus empleados hagan considerar en alerta esa estrategia notoriamente con el máximo nivel de coherencia y consistencia entre los niveles de decisión.

Para poder poner en marcha una estrategia, se debe saber con qué recursos se cuenta.

Si una cooperativa pretendiese posicionarse como líder, si no posee los recursos disponibles para lograrlo, no va poder ser operable, así se lo proponga y tenga la mejor estrategia a implementar o tenga un potencial económico fuerte.

Los retos para lograr una buena atención al cliente en el sector financiero son diversos. Infundir confianza se ha convertido en uno de los aspectos fundamentales para establecer una buena relación, pero no es lo único.

### **Estrategias de promoción para corresponsales no Bancarios**

De acuerdo con Guerra (2015) se pueden aplicar las siguientes estrategias:

### **Estrategias para el producto**

- Enfatizar un sistema eficiente y seguro
- Implementar nuevos servicios que estén relacionados con el uso de los CNB (nuevas recaudaciones a empresas públicas y privadas)
- Reorientar los servicios acordes a las necesidades actuales.
- Capacitar a todo el personal para mejorar el servicio.

### **Estrategias de Penetración**

Se propone las siguientes estrategias de penetración:

- Desarrollo de alternativas de servicio por comisión y agentes referidos de clientes
- Los ingresos por comisión de servicios están relacionados al volumen de transacciones que realizarán los CNB durante el mes.
- Los ingresos por agentes referidos están relacionado al número de clientes que acudan al CNB.

### **Estrategias de Alianzas Estratégicas**

Se propone las siguientes estrategias enfocadas con el tema de alianzas estratégicas:

- Ejecución oportuna de procesos de enrolamiento y activación de corresponsales
- Reducción de tiempos de ejecución en tareas operativas y técnicas
- Incremento en la frecuencia de visitas de soporte logístico preventivo para generación de alertas tempranas

Ampliación de cobertura en sectores altamente dispersos con frecuencias semanales.

### **Contenido del Proyecto:**

Realizar indiferentes transacciones a través del sistema de la Cooperativa San Francisco Ltda.:

- Retiro de Efectivo

- Deposito de Efectivo
- Pago de Servicios

Es importante tener en cuenta el cupo disponible en la cuenta del corresponsal ya que no solo dispone de ingresos de dinero, sino que además tendrá movimiento de salida por los retiros a realizarse.

## **Manejo De Transacciones**

### **Retiro en Efectivo**

- 1) El CBN solicita la realización del retiro, desplegando las opciones Transacciones Bancarias / Retiros
- 2) El sistema emite indicaciones al Banco.
- 3) El CBN indica que se trata de la Cooperativa San Francisco Ltda.
- 4) El sistema despliega la información requerida para realizar el retiro:
  - No. de Cuenta
  - Tipo Identificación: CC, RUC
  - No. Identificación:
  - Valor
  - Token
- 5) El CBN le solicita la información al cliente del banco y la ingresa por el formulario que aparece en pantalla.
- 6) El CBN solicita la realización de la transacción
- 7) El sistema solicita se le confirme la operación presentando los siguientes datos:
  - No. Cuenta:
  - Tipo y No. Identificación:
  - Valor Retiro:
- 8) El cliente de la cooperativa le confirma al CBN que los datos son correctos, luego el CBN confirma la operación.
- 9) El sistema arma la trama del ISO 8583, le asigna un No. de Transacción y la deja en estado PENDIENTE DE PROCESO.
- 10) El sistema envía a la cooperativa la transacción mediante el canal dedicado establecido.

- 11) La cooperativa recibe la transacción, realiza las validaciones de su core bancario y retorna la respuesta ACEPTANDO / RECHAZANDO la transacción.
- 12) El sistema recibe la respuesta de la cooperativa, cambia el estado de ésta a AUTORIZADA si y solo si la cooperativa la AUTORIZA o RECHAZADA si y solo si la cooperativa la RECHAZA.
- 13) El sistema genera e imprime el recibo correspondiente.
- 14) La transacción termina.

### **Depósito en efectivo**

- 15) El CBN solicita la realización del retiro, ingresando por las opciones.

### **Transacciones Bancarias / Depósitos**

- 16) El sistema solicita se le indique la Cooperativa.
- 17) El CBN indica que se trata de la Cooperativa San Francisco Ltda.
- 18) El sistema despliega la información requerida para realizar el retiro:
  - Tipo Cuenta: Ahorros, Corriente
  - No. de Cuenta
  - Tipo Identificación: CC, RUC
  - No. Identificación:
  - Valor
  - Token
- 19) El CBN le solicita la información al cliente de la cooperativa y la ingresa por el formulario que aparece en pantalla.
- 20) El CBN solicita la realización de la transacción
- 21) El sistema solicita se le confirme la operación presentando los siguientes datos:
  - No. de Cuenta
  - Tipo Identificación: CC, RUC
  - No. Identificación:
  - Valor Retiro
- 22) El cliente de la cooperativa le confirma al CBN que los datos son



correctos, luego el CBN confirma la operación.

23) El sistema arma la trama del ISO 8583, le asigna un No. de Transacción y la deja en estado PENDIENTE PROCESO.

24) El sistema envía a la cooperativa la transacción mediante el canal dedicado establecido.

25) La cooperativa recibe la transacción, realiza las validaciones de su core bancario y retorna la respuesta ACEPTANDO / RECHAZANDO la transacción.

26) El sistema recibe la respuesta de la cooperativa, cambia el estado de ésta a AUTORIZADA si y solo si el banco la AUTORIZA o RECHAZADA si y solo si la cooperativa la RECHAZA.

27) El sistema genera e imprime el recibo correspondiente.

28) La transacción termina.

### **Pago de Servicios**

- En efectivo:  
Captura Información del Convenio (convenio (EAN), referencias y valor)  
Pregunta si quiere saber el valor de la transacción.
- Si quiere saber el costo:  
Postea Transacción al backend (consulta de tarifa)  
Muestra el costo y pregunta si desea seguir con la transacción.  
Si no desea seguir con la transacción, cancela la transacción.  
Postea transacción de recaudo al backend  
Recibe respuesta.  
Muestra respuesta al cliente.

### **Corresponsales No Bancarios**

1. Instalación, capacitación y puesta en funcionamiento de los puntos para la prestación del servicio de la Cooperativa San Francisco Ltda.

### **Exclusiones:**

N.A

**Supuestos:**

Son factores que, para efectos de planeación, se consideran como verdaderos o reales, sin embargo es importante y necesario confirmarlos.

Como supuestos de este proyecto se obtuvieron los siguientes:

Se cuenta con el presupuesto para ejecutar el proyecto

Se cuenta con el apoyo de la Cooperativa San Francisco Ltda.

El desarrollo del proyecto se realizará conforme al cronograma aprobado antes de su inicio.

- Se contará con los medios electrónicos y tecnológicos disponibles, esto para la efectiva comunicación con las empresas contratadas y el equipo de proyecto, actualización de la información y generación de alternativas de comunicación efectiva.
- Las condiciones económicas del país serán estables.
- Se contará con personal capacitado dentro del proyecto como con los proveedores.
- Se obtendrán los resultados esperados.
- Se cumplirá con la calidad esperada por el cliente.
- Con el desarrollo del proyecto se logrará la bancarización de la población objetivo.
- Los Corresponsales No Bancarios podrán estar ubicados en cualquier parte del territorio local.
- Se realizará capacitación a los corresponsales en el punto donde se encuentre.

**Restricciones**

Son las que limitan el campo de acción del equipo ejecutor del proyecto, lo que hace necesaria su documentación.

Como restricciones del proyecto se obtuvieron las siguientes:

- Los costos no deben exceder al monto aprobado.
- Contar con todos los requisitos para la fecha de lanzamiento del servicio.
- Contar con los recursos necesarios para el desarrollo del proyecto.

## **Análisis Financiero**

Para este análisis se toma como referencia las transacciones estimadas por los 20 CNB, cada uno con un cupo de \$ 500.00 USD diarios, percibiendo una comisión de 0.05 USD por transacción y realizando un promedio de 15 transacciones diarias.

**Tabla 6. Utilidad Anual por ingresos de CNB**

# CNB	# Cupo Diario	# Cupo Anual	Porcentaje de Utilidad Anual	Utilidad Anual
20	500	120.000,00	18%	21.600,00

**Elaborado por:** Belén Flores

## **EGRESOS DEL CNB**

**Tabla 7. Egresos Anuales por transacciones de CNB**

# CNB	# Transacciones Mensuales	Comisión mensual por CNB por transacción	Comisión anual por CNB	Total Comisiones Pagadas al Año
20	9000	0,05	0,60	9.000,00

**Elaborado por:** Belén Flores

## **GASTOS ADMINISTRATIVOS**

**Tabla 8. Gastos Capacitación y Control de CNB**

<b>Descripción</b>	<b>Monto (USD)</b>
1 Jefe de Operaciones y capacitador motorizado de CNB	7.200,00
Gastos movilización Capacitador Motorizado (combustible)	240,00
<b>TOTAL</b>	<b>7.440,00</b>

**Elaborado por:** Belén Flores

## GASTOS PUBLICIDAD

Tabla 9. Gastos Administrativos

<b>Descripción</b>	<b>Monto (USD)</b>
Publicidad (Letreros de Sintra de 20*30 cm)	100,00
Papelería	120,00
<b>TOTAL</b>	<b>220,00</b>

Elaborado por: Belén Flores

## UTILIDAD

Tabla 10. UTILIDAD

<b>INGRESOS</b>	<b>EGRESOS</b>	<b>UTILIDAD</b>
21.600,00	16.660,00	4.940,00

Elaborado por: Belén Flores

Como podemos ver al comparar el porcentaje de utilidad anual de la cooperativa con los egresos anuales por las comisiones pagadas de las transacciones realizadas por los CNB, se registra una alta rentabilidad.

Otro punto a considerar es la implementación, que no necesita una inversión extra, debido a la tecnología que posee la Cooperativa San Francisco, tecnología que facilitará la implementación del servicio para el funcionamiento de CNB mediante aplicaciones web, sin necesidad de incurrir en gastos para la adquisición de software especial.

Por lo expuesto, se recomienda la implementación de CNB, aportan al crecimiento financiero tanto de la población como de la entidad financiera, no requiere de una gran inversión y se obtiene una utilidad rentable como se lo ha demostrado.

## CONCLUSIONES

- Claramente la importancia de los CNB en la inclusión financiera está demostrada y sin lugar a duda es el medio más práctico debido a su fácil acceso y costos bajos en las transacciones bancarias fomentando así la cultura financiera en un país mediante la cobertura de servicios financieros básicos hasta poblaciones alejadas.
- Esta propuesta es factible desde todo punto de vista, el mercado creciente de la banca así lo amerita, cada vez más se hace necesario incrementar mayor sucursales de las instituciones financieras, no obstante los CNB son una alternativa que no requieren de mayores gastos de instalación debido a que se aprovechan los pequeños negocios que ya están establecidos en la comunidad.
- De acuerdo a las encuestas realizadas existe un gran interés por parte de los socios de la cooperativa en relación a los CNB, esto porque se han convertido en una alternativa que permite ahorrar tiempo y dinero, el 92% de los encuestados estarían dispuestos a utilizar un CNB cerca de su casa.
- De igual manera con los CNB se apoya al desarrollo y emprendimiento de negocios pequeños ya instaurados, existiendo aceptación por parte de los dueños de los negocios para formar parte de la Cooperativa San Francisco Ltda. como Corresponsal no Bancario, aceptación que se ve reflejada con el 83% de las personas entrevistada, esto pese a que poco o nada conocían algo respecto del tema.

## RECOMENDACIONES

- Fomentar la cultura financiera en el país se vuelve imprescindible para erradicar la pobreza, la banca debe seguir innovando con la oferta de nuevos servicios que incentiven y promuevan la inclusión financiera, así como fortalecer la difusión a través de medios masivos de comunicación la importancia de los Corresponsales no Bancarios tanto para quienes ofrecen su servicios como para aquellos quienes lo utilizan.
- Mantenerse como Institución financiera a la vanguardia de la tecnología con el objetivo de ofrecer servicios cada vez más rápidos y cómodos para la población evitando así malestar, aglomeramiento y deserción de sus socios.
- La inclusión financiera es parte de los objetivos de desarrollo a nivel mundial, por lo tanto debe incentivarse a su crecimiento dando a conocer públicamente su importancia y beneficios.
- Capacitar adecuada y oportunamente a los propietarios de negocios en los cuales se implementará el servicio de CNB para una atención adecuada, con el único objetivo de lograr un alto nivel de satisfacción tanto para el usuario como para quien oferta el servicio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, M., Coronel, V., & Bermudez, C. (2018). Modelo de negocio de inclusión financiera a través de corresponsales no bancarios en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad -Scielo*, 10(3), 263-268.
- Aguirre, E., & Angelow, W. (2015). *Corresponsales no bancarios en el salvador el caso de Fedecredito*. Bruselas: WSBI. Obtenido de [https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiOi4-ip4PjAhWR1lkKHZhdD\\_AQFjAAegQIARAC&url=https%3A%2F%2Fwww.wsbi-esbg.org%2FSiteCollectionDocuments%2FCORRESPONSALES%2520N0%2520BANCARIOS%2520EL%2520SALVADOR.pdf&usg](https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiOi4-ip4PjAhWR1lkKHZhdD_AQFjAAegQIARAC&url=https%3A%2F%2Fwww.wsbi-esbg.org%2FSiteCollectionDocuments%2FCORRESPONSALES%2520N0%2520BANCARIOS%2520EL%2520SALVADOR.pdf&usg)
- Alarcón, J., & Espinosa, J. (2018). Bancarización en base al negocio del barrio: el caso Caja Vecina. *Rev Perfiles Económicos*, 35-56.
- Asamblea Nacional Constituyente. (20 de octubre de 2008). Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp\\_ecu-int-text-const.pdf](https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf)
- Asuero, A., Casa, S., & Aguilar, P. (2018). *Corresponsales no Bancarios a nivel nacional*. Quito.
- BANCA CORRESPONSAL E INCLUSION FINANCIERA*. (septiembre de 2013). Obtenido de <https://www.microfinancegateway.org/sites/default/files/mfg-es-documento-banca-corresponsal-e-inclusion-financiera-marcos-regulatorios-9-2013.pdf>
- Bartesaghi, I. (2011). *Investigación de Mercado*. Uruguay: UDELAR – RRII.

- Burdiles, P., Castro, M., & Simian, D. (2019). Planificación y factibilidad de un proyecto de investigación clínica. *Revista Médica Clínica Los Condes*, 8-18.
- Burnero-Valarezo, S., Delgado, R., & Vérez, M. (Diciembre de 2016). Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión. *Revista de Ingeniería Industrial*. 37(3), *La Habana sep.-dic*, 37(3), 305-312. Recuperado el 04 de Noviembre de 2018, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-59362016000300009](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362016000300009)
- Cauas, D. (2015). *Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación*. Bogotá: Biblioteca electrónica de la universidad Nacional de Colombia.
- Cobos, E. (30 de abril de 2019). *Gestión Digital*. Obtenido de <https://revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/el-32-de-la-poblacion-adulta-ecuatoriana-accede-productos-financieros>
- Cobos, E. (2019). La población adulta ecuatoriana accede a productos financieros. *Revista Gestión*, 13-15.
- Corona Lisboa, J. (2016). *Apuntes sobre métodos de investigación*. MediSur, 14(1).
- De la Rosa, R. (7 de diciembre de 2018). Efectos del De-risking.
- Delgado, L. (2012). *La Dirección Integrada de Proyectos haciendo uso de las Nuevas Tecnologías de la Informática y las Comunicaciones*. . Cuba: CETA.
- Díaz, J., & jacobs, G. (2011). *Macroeconomía para Casi Todos: El Dinero y la Banca*.
- Dubs de Moya, R. (02 de Diciembre de 2014). El Proyecto Factible: una modalidad de investigación. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, 3(2), 15.



Recuperado el 02 de Noviembre de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/410/41030203.pdf>

Garrido, C., García, G., & Morales, R. (2011). Los esquemas de corresponsalía bancaria en México: Solución al problema de acceso a servicios financieros? *Revista Análisis Económico*, 117-137.

González Álvarez, R. (2015). Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades Bancarias a través de la escala Servqual. *Ciencia e Ingeniería Neogranadina*, 25(1). *Ciencia e Ingeniería Neogranadina*, 25(1), 113-135. Obtenido de <https://www.redalyc.org/html/911/91139263008/>

Guerra, D. (enero de 2015). Plan de Marketing para los corresponsales no bancarios del Banco Pichincha en el Distrito Metropolitano de Quito. Quito, Pichincha, Ecuador.

Guerra, D. (2015). *PLAN DE MARKETING PARA LOS CORRESPONSALES NO BANCARIOS DEL BANCO PICHINCHA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO*. Quito, Pichincha, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Imaginario, A. (28 de agosto de 2019). *SIGNIFICADOS*. Obtenido de <https://www.significados.com/foda/> Recuperado octubre 1, 2019

López, N., & Sandoval, I. (2016). *Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa*.

LORCPM. (29 de septiembre de 2011). Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4\\_ecu\\_org7.pdf](https://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_org7.pdf)

Luque, A., Melo, J., & Ordoñez, J. (2019). Comparación de los resultados del balance social como herramienta de gestión: los casos de CACEC y Chibuleo. *Chakiñan, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 7, 104-117.

- Méndez, M. (19 de Marzo de 2010). *S. Mariela Méndez Prado*. Obtenido de Corresponsales No Bancarios en Ecuador: <http://www.marielamendezprado.com/2010/03/corresponsales-no-bancarios-en-ecuador.html>
- Montes de Oca, Y., & Brito, Y. (2012). *Módulo para La Gestión de Información de Trámites Protocolizables Complejos en la notaría Buen Viaje de Santa Clara*. Cuba: Universidad de Cienfuegos “Carlos Rafael Rodríguez”.
- Novillo , E. A. (19 de febrero de 2018). Análisis de la evolución de los corresponsales no bancarios y el efecto sobre su desempeño comercial. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Palacino, A., & Rodríguez, C. (2015). *Arquitectura empresarial para corresponsales no bancarios*. Cali, Colombia: Universidad Icesi.
- Peinado, J. (2015). *Métodos, técnicas e instrumentos de la investigación criminológica*. Editorial Dikynson.
- Peña, P., & Vázquez, A. (2012). *El Impacto de los Corresponsales Bancarios en la inclusión financiera: una primera evaluación*. México: Comisión Nacional Bancaria y de Valores. Obtenido de <http://crear.poligran.edu.co/publ/00008/SFB.pdf>
- QuestionPro. (2019). *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/factibilidad-del-mercado/>
- Rivadeneira, Y. (2018). Localización Bancaria: Un aspecto para promover la inclusión financiera. *SUPER VISIÓN SB*, 4-7.
- Romero, B. (31 de Agosto de 2015). *Finanzas*. Obtenido de La Estructura del Sistema Financiero Ecuatoriano.}
- Sicilia, J. (2015). *Situación Banca: El modelo de negocio de corresponsales no bancarios*. Madrid, España: Grupo BBVA Research.

Sierra, C., Moreno, J., & Silva, H. (2015). Canales de Distribución. *TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 17(3), 512 - 529. Recuperado el 04 de Noviembre de 2018, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5655379.pdf>

Superintendencia de Bancos. (06 de octubre de 2016). Obtenido de [http://oidprd.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/2016/resoluciones\\_SB/resol\\_SB-2016-940.pdf](http://oidprd.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/2016/resoluciones_SB/resol_SB-2016-940.pdf)

Superintendencia de Control del Poder del Mercado. (20 de julio de 2018). *Corresponsales No Bancarios a Nivel Nacional*.

Tibaquirá, D. (2016). *DISEÑO DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN DE CORRESPONSALES NO BANCARIOS EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ PARA UNA ENTIDAD FINANCIERA*. Bogotá, Colombia.

# **ANEXOS**

## ANEXO 1



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**DIRECCIÓN DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE**  
**LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA**

El siguiente instrumento de investigación es aplicado para el trabajo de titulación de la Maestría en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria, solicito y agradezco su colaboración en la realización de la misma, la cual contribuirá al estudio de factibilidad para la creación de corresponsales no bancarios para la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda. en el cantón Salcedo.

1.- ¿Qué tiempo es cliente de la Cooperativa

Años 0

Años 1-2

Años 3-5

Años 5 o más

2.- ¿Cómo califica usted la atención al cliente que recibe en la Cooperativa?

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

3.- ¿Siente seguridad que su dinero sea administrado por la cooperativa

SI

NO

4.- ¿Qué servicio es el que más utiliza dentro de la Cooperativa

Créditos

Ahorros a la vista

Depósitos plazo fijo

5.- ¿En qué aspecto piensa que la Cooperativa necesita realizar mejoras organizacionales?

En todo

Servicios

Estructurales

Ninguno

6.- ¿Con qué frecuencia realiza transacciones en la Cooperativa?

Semanal

Mensual

Trimestral

Semestral

7.- ¿Cree que es importante que la cooperativa brinde nuevos servicios?

SI

NO

8.- ¿Cree que los corresponsales no bancarios le ayudarían a ahorrar tiempo al realizar sus transacciones?

SI

NO

Depende el sector

9.- ¿Cuáles son las dificultades que ha tenido al acceder a los servicios directos de la cooperativa?

Distancia

Horarios de Atención

Largas Filas

10.- Se siente conforme al contar con una sola agencia en el Cantón Salcedo para realizar sus transacciones bancarias?

SI

NO

11.- ¿Conoce usted qué es un Corresponsal no Bancario?

SI

NO

12.- ¿En qué se debería mejorar para brindar una atención más ágil y oportuna?

Tiempo ocupado en cada transacción

Simplificación de papeleo

Seguridad de cada transacción

Rapidez de atención

Realizado por tesista: María Belén Flores Pazmiño



**ANEXO 2**



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA  
DIRECCIÓN DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE  
LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA**

Entrevista realizada a las personas encargadas de negocios (tiendas, bazar, ferretería, farmacia, etc.) del cantón salcedo.

1.- ¿Es dueño o encargado del negocio que administra?

SI

NO

2.- ¿Conoce acerca de los Corresponsales no Bancarios?

SI

NO

3.- ¿Conoce de los beneficios de los Corresponsales no Bancarios?

SI

NO

4.- ¿Le gustaría emprender en su negocio como Corresponsal no Bancarios?

SI

NO

5.- ¿Estaría dispuesto a ser capacitado para ofrecer servicios como Corresponsales no Bancarios?

SI

NO

Realizado por tesista: María Belén Flores Pazmiño

### **ANEXO 3**

Documento de validación de la Investigación por parte de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda.