



Abril 2019 - ISSN: 1696-8352

PROMOCIÓN DEL SERVICIO DE DESMATERIALIZACIÓN DE LOS TÍTULOS VALORES QUE OFRECE EL DECEVALE S.A. AL SECTOR EMPRESARIAL PRIVADO EN LA BVG.

Autor: Gonzalo Iván Navarro Macías

Correo electrónico: gonzalonnavarro1981@gmail.com

Co-Autor: MBA. Ing. Francisco Valle Sánchez

Correo electrónico: fvalles@ulvr.edu.ec

Facultad de Mercadotecnia Universidad Laica Vicente Rocafuerte

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Gonzalo Iván Navarro Macías y Francisco Valle Sánchez (2019): "Promoción del servicio de desmaterialización de los títulos valores que ofrece el DECEVALE S.A. al sector empresarial privado en la BVG", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (abril 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/04/servicio-desmaterializacion.html>

1. Resumen

El presente trabajo consiste en promocionar el servicio de desmaterialización de títulos de valores que ofrece el DECEVALE, que consiste en ayudar a facilitar las transacciones de compra y venta, generando mayor movimiento de negociaciones en el mercado bursátil. El DECEVALE es una Sociedad Anónima autorizada y controlada por la Superintendencia de Compañías a través de la Intendencia de Mercado de Valores, sus servicios consisten en brindar la desmaterialización de títulos de valores en el mercado primario y secundario los mismos que son negociados en la Bolsa de Valores de Guayaquil. El proyecto a realizar consiste en elaborar un plan de marketing y utilizar como estrategia las ventajas del servicio en el mercado del sector privado manteniendo a los clientes actuales y ganando nuevos. Para el plan de marketing se decidió elaborar estrategias como la promoción a través de redes sociales, crear idea de invertir, publicidad que brinde información y eliminar mitos y miedos del público que estén dirigidos al servicio.

Palabras claves: Ganancia, Marketing, Mercado financiero, Medios sociales, Publicidad, Relaciones públicas.

2. Abstract

The present work consists of promoting the dematerialization service of securities offered by DECEVALE, which consists in helping to facilitate the purchase and sale transactions, generating greater movement of negotiations in the stock market. The DECEVALE is a Public Limited Company authorized and controlled by the Superintendence of Companies through the Stock Market Administration, its services consist of providing the dematerialization of securities in the primary and secondary markets, which are negotiated in the Stock Exchange. Values of

Guayaquil. The project to be carried out consists in developing a marketing plan and using the advantages of the service in the private sector market as a strategy, to keeping current customers and winning new ones. For the marketing plan it was decided to develop strategies such as promotion through social networks, create idea of investing, publicity that provides information and eliminate myths and fears of the public that are directed to the service.

Keywords: Profit, Marketing, Financial market, Social media, Advertising, Public relations.

3. Introducción

La desmaterialización de títulos de valores ayuda a que las personas o empresas realicen transacciones de compra y venta con mayor facilidad, aumentando las negociaciones en el mercado bursátil, es un servicio ofrecido tanto por el DECEVALE, empresa privada, y el DECEVE, depósito del Banco Central. Incrementar su utilización no solo ayudará a los usuarios, sino que incrementará el nivel de ingresos para dichas instituciones.

El DECEVALE tiene experiencia brindando servicios al sistema de compensación y liquidación de valores, inmovilización y custodia de valores, fraccionamiento, ejercicio de derecho al sector privado y público dentro del mercado, debido a la competencia se planifica desarrollar nuevas iniciativas para mantener y ganar clientes.

El plan de marketing es una estrategia que surge de la necesidad de dar a conocer las ventajas del servicio de desmaterialización en el mercado del sector privado que consta como emisores, empresas inscritas en la Bolsa de Valores de Guayaquil.

A continuación, una reseña de los capítulos desarrollados.

Capítulo 1 se presenta el contexto del problema objeto de investigación, la realidad de la investigación, análisis crítico con su respectiva justificación es decir con qué finalidad se investiga y los logros que se pretende alcanzar.

Capítulo 2 teorías o referentes conceptuales que fundamentan la investigación. Mención de los antecedentes previos que servirán de soporte a la nueva investigación, normativas que respaldan el trabajo y la respuesta tentativa del mismo, es decir la hipótesis y señalamiento de las variables.

Capítulo 3 describe la metodología de la investigación, la modalidad básica de la misma, la población a la que se investiga, la operacionalización de las variables respectivas, el plan de recolección de la información, el análisis y la interpretación de los datos recolectados a través de las fuentes de investigación y verificación de la hipótesis.

Capítulo 4 presenta la propuesta de investigación, su desarrollo, análisis situacional, aspectos introductorios y demás temas que sirven para la implementación de las estrategias establecidas. Además de contener las conclusiones y recomendaciones del trabajo elaborado.

4. Métodos de investigación.

De acuerdo a la construcción del marco teórico los métodos de investigación fueron: inductivo y deductivo, los mismos que se utilizaron para evaluar la eficiencia y eficacia del servicio de desmaterialización brindado por el DECEVALE, en el caso del método inductivo y su asociación con el enfoque cualitativo se observó, que el servicio no estaba siendo empleado por los tenedores de los títulos debido a que al no comercializar dichos papeles no tienen la necesidad de transformarlos, además la falta de confianza en convertir lo tangible en algo intangible provoca que el servicio no sea utilizado.

Mientras que la utilización del método deductivo sirvió para analizar la importancia de utilizar el servicio de desmaterialización en los títulos de valores, siendo esto un requisito necesario para poder tranzar en la bolsa de valores, junto con el enfoque cuantitativo se pudo evidenciar las razones que tienen los emisores para abstenerse de usar el servicio, y a su vez poder encontrar posibles soluciones para promover la digitalización de títulos.

5. Tipo de investigación.

Dentro de la metodología se utilizaron los siguientes tipos de investigación:

5.1 Investigación exploratoria: Se realizó con la finalidad de tener un mayor conocimiento de cómo comercializar el servicio de desmaterialización, de tal forma que se obtuvo una investigación más completa del tema, además identificaron variables provisorias y se establecieron nuevos puntos de partidas para futuras investigaciones.

5.2 Investigación descriptiva: Se elaboró para identificar ciertas características y propiedades del servicio a comercializar, este tipo de investigación busca describir las características de la desmaterialización, sus usos y funciones, mediante una medición estadística. Para encontrar estas características se realizaron investigaciones en donde se recolectó información de las principales características del servicio que ofrece el DECEVALE y sus competidores.

5.3 Investigación de campo: Para esta investigación se realizaron encuestas a 200 personas que involucran a emisores antiguos y a una muestra de 200 emisores que se unieron recientemente donde se obtuvieron resultados medibles, el enfoque dado a la investigación fue cualitativos y cuantitativos, para tener un mejor entendimiento de las preferencias que tienen los consumidores respecto al servicio.

5.4 Investigación documental: Se elaboró mediante la información secundaria que se encontró en investigaciones anteriores realizadas sobre el servicio, en la que se pudo evidenciar que existe poca información desarrollada en el país, mientras que en otros países se han efectuado varios análisis del tema.

6. Enfoque de la investigación.

6.1 Enfoque Cuantitativo. - La información recogida de las encuestas fue analizada de forma numérica y expresada a través de porcentajes, gráficos, tablas etc., las conclusiones se enfocaron principalmente en un análisis estadístico.

6.2 Enfoque Cualitativo. - Las entrevistas realizadas se analizaron por medio de este enfoque ya que sirve para poder realizar preguntas para encuestas, con esto se logró afinar los procesos de la investigación y ser más concretos al momento de realizar la investigación cuantitativa.

7. Población y Muestra

La investigación está enfocada en aquellas empresas que se encuentran inscritas en la BVG, por lo que para calcular la muestra se tomó dicha cantidad y mediante el programa Raosoft se procedió a calcular la población finita necesaria para elaborar las encuestas, con aproximadamente 400 encuestas requeridas para la elaboración del análisis.

Las características de la población a ser encuestadas son aquellos representantes de las empresas inscritas en la Bolsa de Valores de Guayaquil, debido a que ellos junto con el consejo directivo son los encargados de la emisión de títulos de valores que en ciertos casos son emitidos para conseguir financiamiento, siendo necesario transarlos en el mercado.

8. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

8.1 Encuesta

La técnica de investigación utilizada fue la encuesta que sirvió para desarrollar análisis descriptivos, mientras que como instrumento de recolección de datos se usó el cuestionario, que es capaz de recopilar información sobre las diferentes características del producto o servicio, en este caso del servicio de desmaterialización.

Las encuestas se realizaron de forma física y electrónica, donde la información proporcionada ayudó a generar tablas, gráficos, y demás herramientas que sirvieron para explicar de forma sencilla los resultados de la investigación. Las guías de la encuesta se encuentran al final en el anexo 7.

8.2 Entrevistas

Las entrevistas se desarrollaron a profesionales que tienen relación con el servicio, el tipo de entrevista fue semi-estructurada, con el objetivo de adquirir una mayor cantidad de información por parte del entrevistado. Las guías de las entrevistas se encuentran al final en el anexo 7.

9. Fuente secundaria

Esta información se recolectó de las siguientes fuentes:

- Páginas web de las Bolsas de Valores de Quito y Guayaquil: Conceptos, leyes e información del mercado se buscó en su página web.
- Páginas web del DECEVALE y DCV: Conceptos, leyes e información del servicio se investigó en su página web.
- Páginas web de las Bolsas de Valores de Colombia, de Perú, de Brasil: sirvieron como referencia para analizar qué tan posesionado estaba el servicio.
- Estudios de universidades e investigaciones sirvieron para analizar el comportamiento del consumidor respecto al servicio.

10. Presupuesto para la recolección de datos

El total del costo para el desarrollo de la presente investigación asciende a USD \$140.5, dentro de los viáticos se incluye el día de trabajo de la persona que realizó las encuestas.

11. Tratamiento de la información. - Procesamiento y análisis

11.1 Procesamiento de datos

Para la recopilación de la información se realizaron encuestas a la población objetivo, una vez obtenidos los datos se procedió a tabular los resultados de la investigación, se ingresó la información al programa Microsoft Excel para realizar los análisis estadísticos.

Después de la elaboración de los gráficos y cuadros para el análisis, se verificó si los métodos citados previamente para el análisis eran los correctos, debido a que los resultados obtenidos son medibles en base numérica el enfoque cualitativo si es apropiado para este tipo de análisis.

12. Presentación de resultados

Se comparó la información obtenida en las encuestas y en las entrevistas para obtener datos relevantes que permitan mejorar el actual servicio que se brinda a los tenedores de títulos de valores. Una de las principales falencias es la escasa publicidad existente acerca del tema, las encuestas y las entrevistas mostraron que muy pocas personas reciben publicidad sobre el servicio y no poseen mucho conocimiento sobre la desmaterialización o sobre el proceso. No obstante, la mayoría de las personas estaban de acuerdo en que deberían hacer algo para cambiar esta situación y brindar más información; mostrándose abiertos al uso de canales electrónicos como la difusión de e-mail, soporte en línea y otros recursos de promoción adicionales.

Otro punto que se identificó fue que aún existe una gran cantidad de títulos por desmaterializar. Una parte de los propietarios de títulos de valor conocen cuáles son las ventajas del servicio; sin embargo, estos beneficios no representan suficiente valor o tienen otras razones que impiden adquirir el servicio como es la falta de dinero o el poco interés por digitalizar sus papeles físicos. Para el porcentaje de personas que valoran los beneficios de la desmaterialización, una gran parte concluyó que la principal razón de adquirir el servicio es la seguridad de los papeles comerciales, poder visualizar su información en todo momento y la facilidad con la que pueden negociar con sus títulos.

En general, los encuestados y entrevistados están de acuerdo en que es importante promover de manera eficaz la publicidad del servicio y de esta manera crear confianza y fortalecer los beneficios presentes en la desmaterialización. A la larga, esto atraerá a nuevos inversores ya que estos servicios no son muy populares en el país porque el mercado bursátil de Ecuador no está muy desarrollado y el público en general desconoce de los múltiples servicios que este sector ofrece. Para optimizar la publicidad del servicio y poder llegar a más usuarios finales se usará a la comunicación integrada de marketing, explicada en el marco teórico del capítulo II, como estrategia de promoción del servicio de desmaterialización ya que este es uno de los métodos más usados y con mayor eficiencia en la actualidad para maximizar la rentabilidad y aumentar las ventas porque permite la integración de diversos métodos de promoción de marca para publicitar un producto o servicio.

13. Conclusión

- La inversión en publicidad es una de las mejores decisiones que pueden tomarse para incrementar las ganancias obtenidas por el servicio de Desmaterialización.
- A pesar de la dura crisis que aún se siente en la actualidad, el momento para fomentar las inversiones en el sector bursátil puede ser oportuno. Lo reflejan las estadísticas de crecimiento en este sector que publican organismos de gran relevancia en el país.
- Con una buena implementación de la estrategia de comunicación de integración de marketing no solo se conseguirá un crecimiento importante para el DECEVALE, sino que esto también provocará un impacto en el desarrollo del sector bursátil del país.
- El presente trabajo cubre todos los objetivos específicos planteados inicialmente. Se puede apreciar el enfoque de cada uno de ellos a lo largo del documento.

14. Recomendación

- La empresa debe dar la relevancia necesaria a la estrategia publicitaria para la obtención de los objetivos planteados.
- El mensaje para ser óptimo debe ser claro y preciso, de esta manera se resolverán las inquietudes que tiene el público meta y que quedó en evidencia luego de las encuestas y las entrevistas.
- Velar por que el presupuesto planteado sea utilizado de acuerdo a las estrategias aquí sugeridas.
- Asegurar un correcto control de los logros obtenidos en cada etapa de la CIM para detectar si las metas planteadas han sido alcanzadas.
- La empresa debe adaptarse a los constantes cambios de las tendencias tecnológicas. De esta manera asegura que llegará de manera más eficiente al público meta.
- Se recomienda realizar un análisis similar para otros servicios ofrecidos por DECEVALE para potencializar la calidad de cada uno de ellos y promocionar los beneficios a los clientes de manera óptima. El objetivo final es maximizar ganancias.

15. BIBLIOGRAFÍA

Ley de Mercado de Valores (2014). Recuperado de: [http://www.bolsadequito.info/uploads/normativa/normativa-del-mercado-de-valores/ley-de-mercado-de-valores/141024195748-](http://www.bolsadequito.info/uploads/normativa/normativa-del-mercado-de-valores/ley-de-mercado-de-valores/141024195748-4df8d7eda00bdc4ba0e84cd4b59cbe50_leyMercadoValores.pdf)

[4df8d7eda00bdc4ba0e84cd4b59cbe50_leyMercadoValores.pdf](http://www.bolsadequito.info/uploads/normativa/normativa-del-mercado-de-valores/ley-de-mercado-de-valores/141024195748-4df8d7eda00bdc4ba0e84cd4b59cbe50_leyMercadoValores.pdf)

Aguilar, J. (2014). La Desmaterialización De Títulos En El Mercado De Valores Ecuatoriano. (Tesis de pregrado, Universidad Católica de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador). Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1779/1/T-UCSG-PRE-ECO-MD-ADM-2.pdf>

Desmaterialización de Acciones. (2017). Recuperado de: https://www.cedeval.com/desmat_acc.php

Valderrama, D. (2012). Ventajas de la Desmaterialización de los Títulos Valores para el Caso Colombiano Universidad (Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica de Bolívar, Cartagena, Colombia). Recuperado de: <http://biblioteca.unitecnologica.edu.co/notas/tesis/0062896.pdf>

Kotler P., Armstrong G., (2012). Marketing Versión para Latinoamérica. México, México: Pearson Educación de México.

Ferrer O. & Hartline M. (2012) Estrategia de Marketing. México, México: Cengage Learning de México.

Thompson, I. (2010). El punto de partida para adentrarnos en el conocimiento de la Promoción es conocer la respuesta de una pregunta básica pero fundamental: ¿Qué es Promoción? Recuperado de:

Arriaga L., Avalos M., & De la Torre M., (2012) MARKETING MIX: LA FORTALEZA DE LAS GRANDES EMPRESAS. Recuperado de:

Caridad M., Castellano M. & Hernández M. (2015) Marketing experiencial para la promoción del proceso educativo a nivel de pregrado: un estudio de dos universidades privadas Recuperado de:

Kotler P. & Keller K. (2014). Dirección de Marketing. México, México: Pearson Educación de México.

Reglamento general de las bolsas de valores de Quito y Guayaquil (2006). Recuperado de:

EKOS (2011). La creación de la marca. Recuperado de:

Bolsa de Valores (2012) Diccionario de Economía y Finanzas de la Bolsa de Valores de Guayaquil. Recuperado de: <http://noticiasbvg.com/wp-content/uploads/2015/08/diccionario.pdf>

Bolsa de Valores de Guayaquil (2017) Casa de Valores. Recuperado de: <https://www.bolsadevaloresguayaquil.com/casadevalores.asp>

Villagómez G. (2011). Ventaja de la desmaterialización de acciones de las Compañías que están inscritas en el mercado d valores y en el registro de la Bolsa de Valores del Ecuador. Recuperado de: <http://200.24.220.94/bitstream/33000/347/4/UDLA-EC-TAB-2011-x17.pdf>