

EVALUACIÓN DE LA APERTURA Y ACCESIBILIDAD DE LAS CASAS DE VALORES ECUATORIANAS PARA EL PEQUEÑO INVERSIONISTA MEDIANTE UN MODELO DE DIAGNÓSTICO FINANCIERO-DIGITAL

PROBLEMA

Aunque la normativa permite que cualquier persona participe en el mercado bursátil en la práctica el pequeño inversionista percibe el acceso como complejo y reservado a grandes capitales.

El 39% de las casas de valores activas no responde o no entrega información útil ante consultas de nuevos clientes: **4 de cada 10 puertas institucionales permanecen cerradas.**

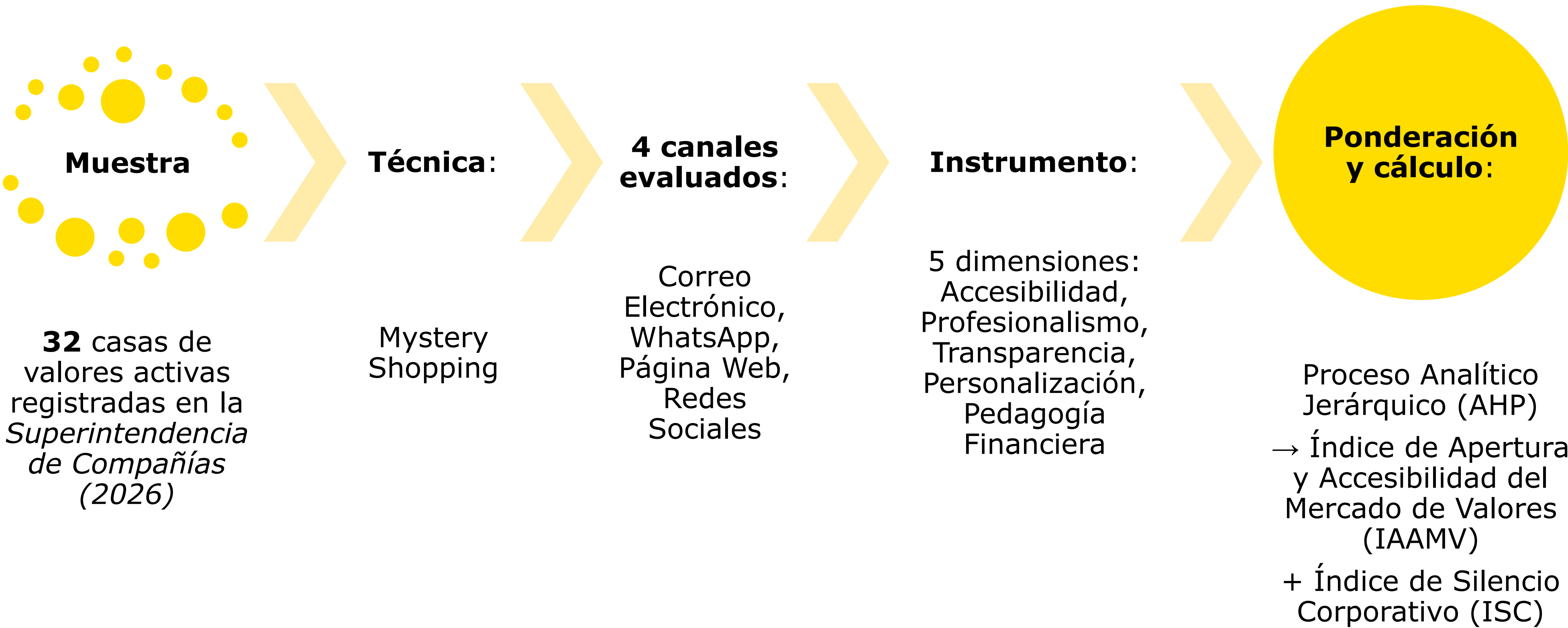


OBJETIVO GENERAL

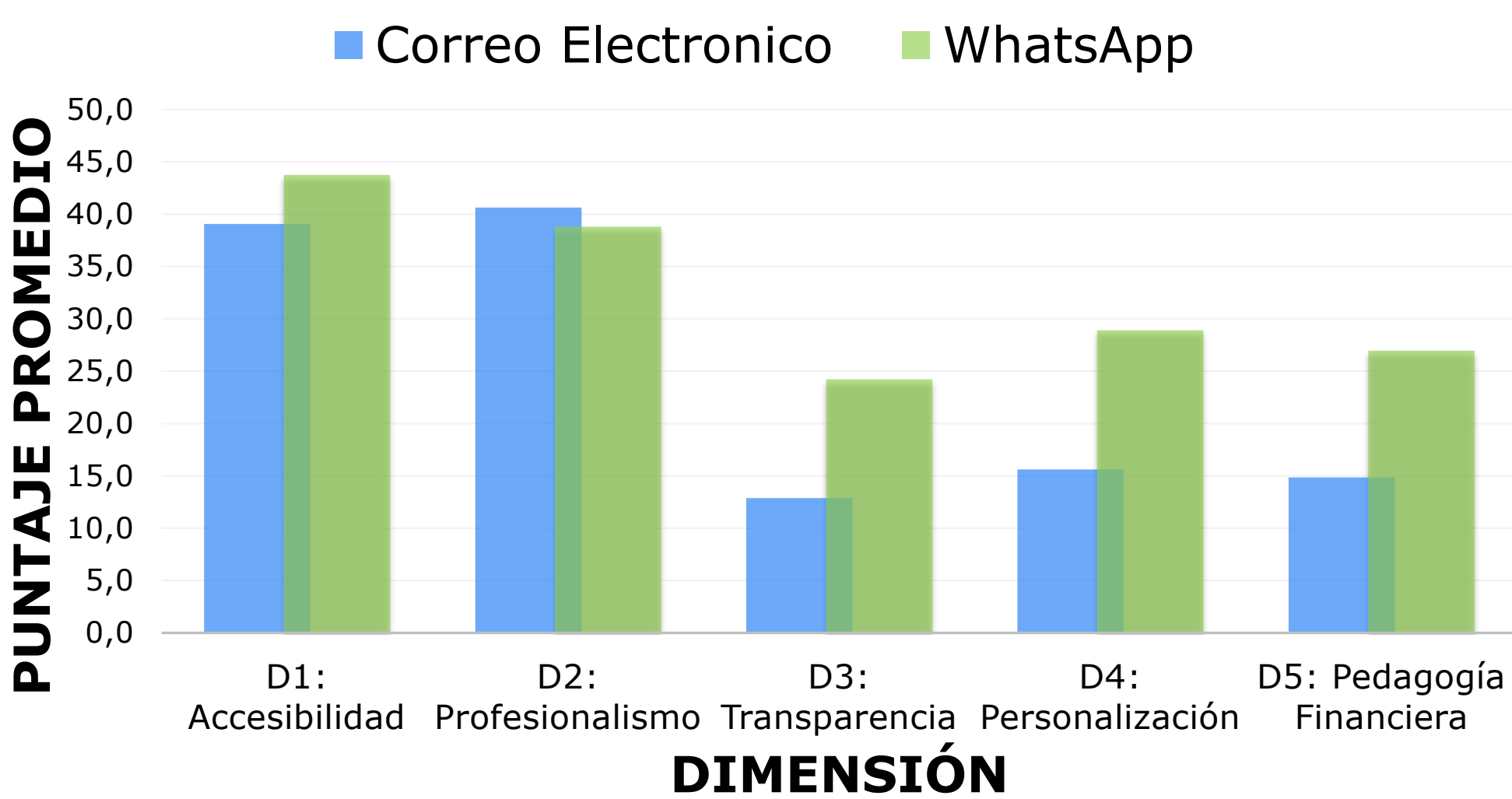


Evaluar el nivel de apertura, accesibilidad y orientación hacia el pequeño inversionista de las casas de valores ecuatorianas, analizando sus barreras de acceso, procesos de vinculación y estrategias de inclusión financiera en el mercado bursátil nacional.

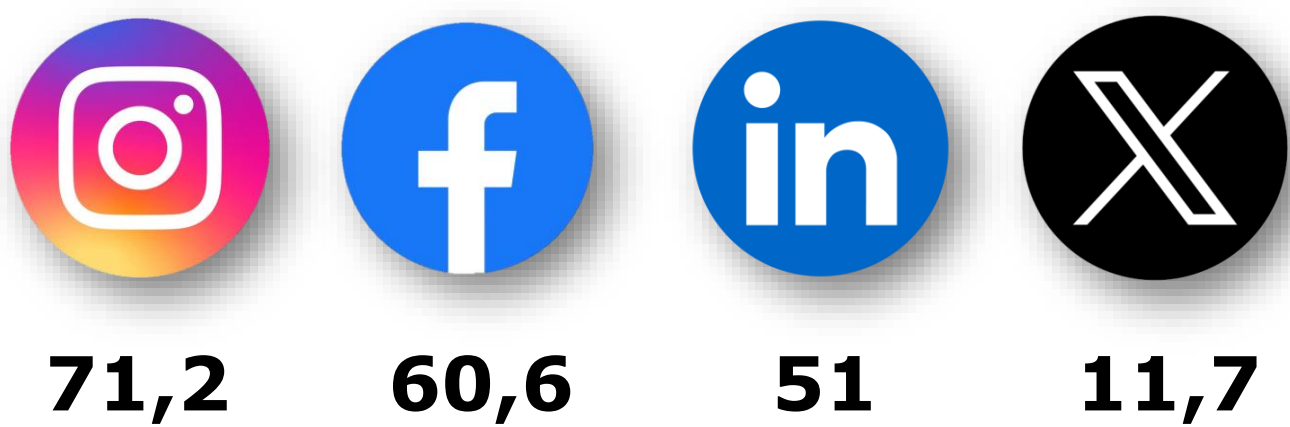
PROPUESTA



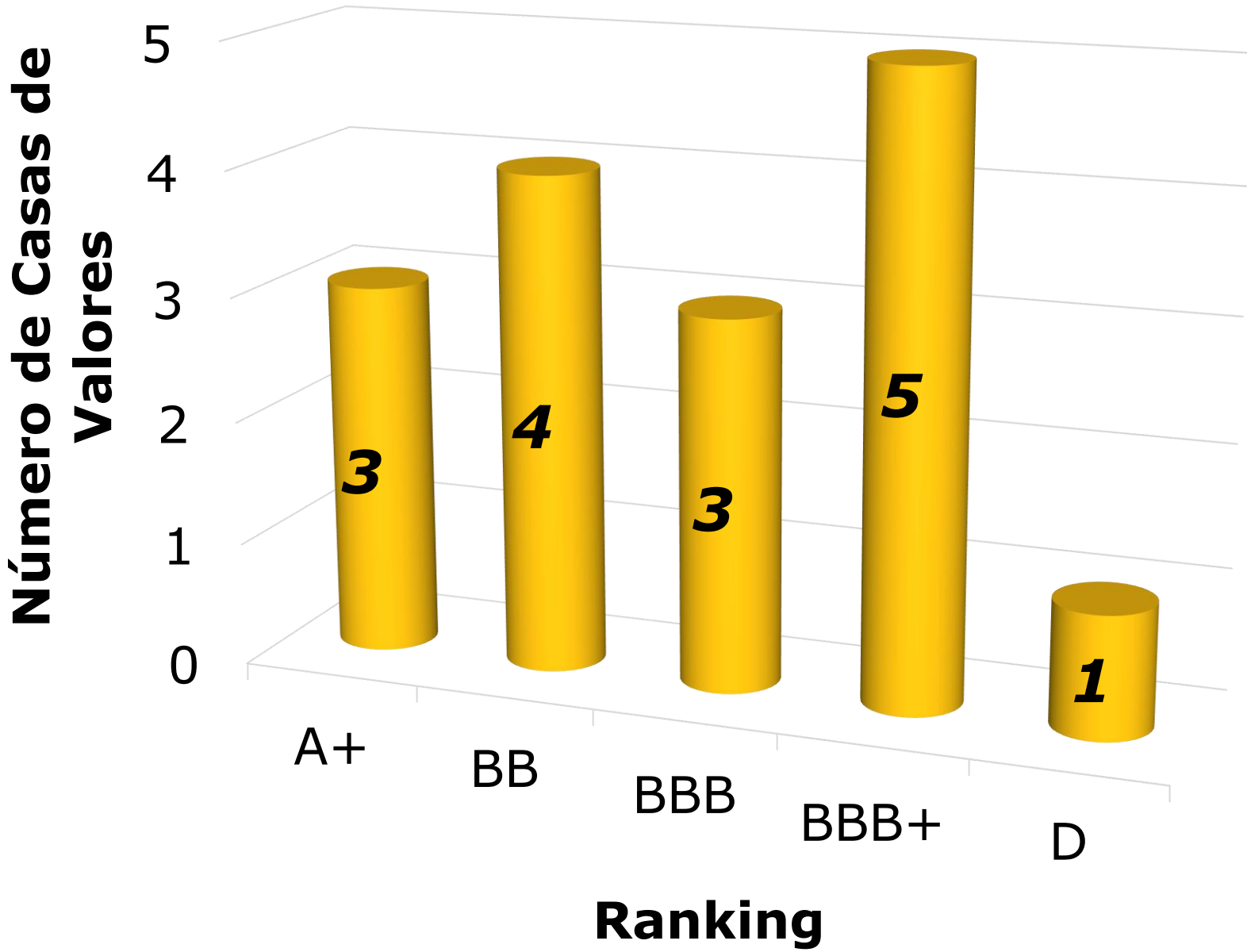
RESULTADOS



Puntaje promedio de actividad por Red Social, solo tomando a las **cuentas activas**.



➡ **WhatsApp supera a correo electrónico** en la mayoría de las dimensiones, especialmente en transparencia, personalización y pedagogía financiera, mientras que en accesibilidad y profesionalismo ambos canales rinden de forma similar.



⬇ De las 16 casas que generaron IAAMV, la mayoría se ubica en las categorías intermedias como BBB+ y BB, solo 3 alcanzan la calificación A+ y una sola cae en D.

CONCLUSIONES

- ✓ **La presencia digital no garantiza acceso:** la mitad de las casas de valores no respondió a ningún contacto.
- ✓ **La calidad de respuesta es dispar:** entre quienes respondieron, el IAAMV promedio fue de apenas 47.2/100.
- ✓ **Solo 3 de 32 casas logran accesibilidad integral:** responden con calidad por ambos canales activos.
- ✓ **Las barreras son operativas e informativas, no tecnológicas:** la infraestructura digital existe, pero esto no necesariamente atención efectiva.
- ✓ **El Índice de Silencio Corporativo confirma la exclusión:** el 78.1% no respondió por correo y el 62.5% no respondió por WhatsApp, mostrando que ningún canal activo garantiza atención por sí solo.
- ✓ **La red social no sustituye al canal de atención directa:** el 88% de las casas tiene presencia en al menos una red, pero esto no se traduce en mayor probabilidad de responder al contacto directo del inversionista.