



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

**SEDE GUAYAQUIL**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ANÁLISIS DEL ACCESO AL CRÉDITO DE CONSUMO DE LA BANCA PRIVADA EN LA  
CIUDAD DE GUAYAQUIL**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del  
Título de Licenciada en Administración de Empresas**

**Autor: Andrea Estefanía Morocho Almeida**

**Tutor: Econ. Karina Roxana Vallejo León**

**Guayaquil – Ecuador**

**2024**

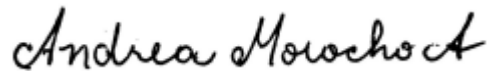
## CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Andrea Estefanía Morocho Almeida con documento de identificación N° 0929117380 manifiesto que:

Soy autor y responsable del siguiente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Guayaquil, 22 de marzo del año 2024

Atentamente,



---

Andrea Estefanía Morocho Almeida

0929117380


**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN A LA  
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Andrea Estefanía Morocho Almeida con documento de identificación N° 0929117380, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Artículo Académico: "Análisis del acceso al crédito de consumo de la banca privada en la ciudad de Guayaquil", el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada de Administración de Empresas en la Universidad Politécnica Salesiana facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 22 de marzo del año 2024

Atentamente,



---

Andrea Estefanía Morocho Almeida

0929117380

## CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Karina Roxana Vallejo León con documento de identificación N° 0917770778, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: ANÁLISIS DEL ACCESO AL CRÉDITO DE CONSUMO DE LA BANCA PRIVADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, realizado por Andrea Estefanía Morocho Almeida con documento de identificación N° 0929117380, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Artículo Académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 22 de marzo del año 2024

Atentamente,



---

Econ. Karina Roxana Vallejo León Mgtr.

0917770778

# Análisis del acceso al crédito de consumo de la banca privada en la ciudad de Guayaquil

## *Analysis of access to consumer credit from private banks in the city of Guayaquil*

Econ. Karina Vallejo León

[kvallejos@est.ups.edu.ec](mailto:kvallejos@est.ups.edu.ec)

Andrea Morocho Almeida

[amorchoa2@est.ups.edu.ec](mailto:amorchoa2@est.ups.edu.ec)

### Resumen

---

La presente investigación analiza el acceso al crédito de consumo en la banca privada de Guayaquil, dada su importancia en el sostenimiento de la actividad económica y en la mejora de la calidad de vida de sus habitantes buscando entender cómo las variadas ofertas bancarias y las condiciones socioeconómicas de los consumidores influyen en la disponibilidad y elección del crédito de consumo, un pilar para la inclusión financiera y el desarrollo económico. Los objetivos son analizar la oferta de productos de crédito, evaluar los factores determinantes en la elección de los consumidores por un banco, y formular recomendaciones para ampliar el acceso y la toma de decisiones informadas sobre estos productos financieros.

Metodológicamente, se adoptó un enfoque cualitativo, recurriendo a encuestas aplicadas a 150 consumidores y entrevistas con expertos de tres entidades bancarias de manera tal que permite una evaluación del acceso al crédito de consumo desde ambas perspectivas.

Los resultados muestran una diversidad de productos ofrecidos, pero también revelan barreras significativas para ciertos sectores de la población debido a requisitos restrictivos, falta de información clara y limitaciones en el historial crediticio. Un aspecto relevante es que en lo que refiere a los factores de elección estos están relacionados mucho más con las recomendaciones de familiares, amigos y la tasa de interés que se oferta. Se concluye que es necesario apostar por estrategias inclusivas que promuevan una oferta de crédito más accesible, la importancia de la educación financiera.

### Abstract

---

This research analyzes access to consumer credit in private banking in Guayaquil, given its importance in sustaining economic activity and improving the quality of life of its inhabitants. It is crucial to understand how the varied banking offers and the socioeconomic conditions of consumers influence the availability and choice of consumer credit, a pillar for financial inclusion and economic development. The objectives focused on analyzing the supply of credit products, assessing the determinants of consumers' choice of a bank, and formulating recommendations to increase access and informed decision-making on these financial products.

Methodologically, a qualitative approach was adopted, using surveys applied to 150 consumers and interviews with experts from three main banking entities, in such a way as to allow for an evaluation of consumer credit access from both perspectives.

The results reveal a diversity of offered products but also significant barriers for certain population sectors due to restrictive requirements, lack of clear information, and limitations in credit history. A relevant aspect is that concerning choice factors, they are much more related to recommendations from family, friends, and the offered interest rate. It is concluded that there is a need to invest in inclusive strategies that promote a more accessible credit offer and the importance of financial education.

### Palabras clave

---

Crédito de consumo, Inclusión financiera, Accesibilidad, Comportamiento del consumidor, Banca privada.

### Keywords

---

Consumer credit, financial inclusion, Accessibility, Consumer behavior, Private banking.

## 1. Introducción

La economía de América Latina y el Caribe ha enfrentado un periodo de crecimiento económico limitado, impactando negativamente tanto al Producto Interno Bruto (PIB) como a la generación de empleo en la región (CEPAL, 2023). Las políticas monetarias restrictivas en economías desarrolladas estrechan el espacio fiscal y monetario, impactando el costo del financiamiento y el acceso al crédito de consumo, lo que afecta a individuos y PYMES, además de desafíos como la falta de acceso al crédito, escasez de personal especializado y conocimiento financiero adecuado para la planificación (Espinoza-Rosero, 2020).

Guayaquil, como un centro económico urbano central del Ecuador, se encuentra en el punto de intersección de estas influencias macro y microeconómicas, donde el crédito de consumo se erige como un mecanismo vital para el mantenimiento de la actividad económica y la calidad de vida de sus habitantes en tiempos de restricción financiera, lo que ha sido demostrado al ser un factor fundamental en la reactivación económica tras la pandemia (Gallo & Navarro, 2023).

El acceso al crédito de consumo en Guayaquil enfrenta desafíos marcados por la diversidad de la oferta bancaria y las variadas necesidades y capacidades de los consumidores, factores como tasas de interés, competencia entre bancos y educación financiera en la decisión de los consumidores al elegir un crédito (Alcivar et al., 2019).

Sin embargo, en un entorno financiero que evoluciona rápidamente, se hace necesario reevaluar estos factores en el contexto actual, considerando también el impacto de la tecnología y las políticas regulatorias.

En Ecuador, se clasifican los créditos de consumo en ordinarios, para la compra de vehículos, por ejemplo, y prioritarios, para gastos personales como el uso de tarjetas de crédito. Hay que señalar que la mayoría de los créditos de consumo están concentrados en la banca privada, seguidos por cooperativas y en menor medida, la banca pública y mutualistas. Para dimensionar su impacto en la economía hay que mencionar que entre 2016 y 2022 la tendencia del saldo total de créditos de consumo muestra un crecimiento anual promedio considerable, a pesar de una ligera contracción en 2020, un año marcado por desafíos económicos globales a causa de la pandemia, sin embargo, el año 2021 registró un incremento excepcional, y el repunte tras la disminución del 2020, se tiene entonces una resiliente recuperación del sector (Sanchez, 2022).

Se ve entonces que el acceso al crédito es fundamental para el desarrollo económico personal y empresarial, el centro es la generación y distribución de los ingresos para la prosperidad económica (Lievano & Ramírez, 2020). Sin embargo, en Ecuador, y otros países en vías de desarrollo, este acceso es limitado. Mientras que, en economías de altos ingresos, una mayoría accede a créditos a través de instituciones financieras formales, en Ecuador, una proporción significativa recurre a familiares, amigos u otros medios no formales por las pocas garantías que poseen y demostrar capacidad de pago (Arregui et al., 2020).

En Ecuador, el crédito es clave para impulsar el crecimiento económico y mejorar la calidad de vida de las personas. Cuando las personas y las empresas tienen acceso a crédito, pueden invertir, expandirse y consumir. Sin embargo, las barreras que impiden el acceso a los servicios financieros, incluido el crédito hacen que estos beneficios no lleguen a más personas en el país. Por ejemplo, un pequeño empresario ecuatoriano que desea expandir su negocio podría tener dificultades para acceder a un crédito bancario debido a estos obstáculos, optando por pedir prestado a conocidos o recurrir a prestamistas informales. Por ello es que es tan importante hacer investigación que permita llegar a una inclusión financiera en Ecuador. La idea es asegurarse de que todos, sin importar su situación económica o geográfica, puedan acceder a los servicios financieros que necesitan para mejorar sus vidas.

**Tabla 1 Tabla Comparativa de Créditos de Consumo de Tres Bancos**

Banco	Producto	Características	Plazo máximo (en meses)	Monto máximo	Tasa de interés (anual)	Requisitos
Banco Guayaquil	Multicrédito	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proceso 100% en línea.</li> <li>Si se contrata el préstamo antes de las 20h00 se acreditará el dinero inmediatamente.</li> <li>El cliente decide el día del pago.</li> <li>Se puede pagar desde la App o con débito automático.</li> </ul>	60	\$60.000,00	15,60%	<ul style="list-style-type: none"> <li>3 últimos roles de pago y al menos 1 año de estabilidad.</li> <li>Tener mínimo 22 años y máximo 70 cuando pague la última cuota.</li> <li>Cédula de identidad del cónyuge.</li> <li>Planilla de servicios básicos.</li> </ul>
Banco Pichincha	Crédito Multipropósito	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se puede realizar pagos parciales o totales por adelantado sin recargos.</li> <li>Las cuotas mensuales se debitan automáticamente de la cuenta.</li> <li>Crédito 100% en línea.</li> <li>Es necesario ser cliente.</li> <li>Cuenta con una cobertura de seguro de desgravamen.</li> </ul>	60	\$40.000,00	15,60%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tener una cuenta de ahorro o corriente activa.</li> <li>Tener actualizado tu correo electrónico y/o celular.</li> <li>No es necesario adjuntar papeles u otro tipo de documentos ya que al momento de aceptar los términos y condiciones del producto el cliente acepta el crédito.</li> </ul>
Banco Bolivariano	Credimax Efectivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sin garante.</li> <li>Facilidades de pago con amortizaciones mensuales de capital e interés.</li> <li>No necesita ser cliente para acceder al crédito.</li> <li>El cliente escoge el día de pago.</li> </ul>	60	\$35.000,00	15,50%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Copia a color de cédula de identidad. Certificado de trabajo y roles de pago de los 3 últimos meses.</li> <li>Copia de planilla servicios básicos, internet o televisión por cable.</li> <li>Soporte de otros ingresos. Certificado bancario original de cuenta de ahorros y/o corriente.</li> </ul>

*Nota. La información presentada en esta tabla se ha obtenido de las páginas web oficiales de los bancos mencionados y está disponible públicamente en sus respectivos sitios web.*

Teniendo en cuenta este contexto, la presente investigación busca profundizar en la comprensión del acceso al crédito de consumo en la banca privada de Guayaquil, analizando cómo la banca privada en Guayaquil facilita el acceso al crédito de consumo, identificando tanto las oportunidades disponibles como las barreras existentes que enfrentan los consumidores.

En los sistemas financieros de los países en desarrollo, la banca privada es fundamental en la acumulación de capital, el impulso de la producción, el fomento de la capacidad exportadora y, por ende, el desarrollo económico en su conjunto. Los sistemas financieros enfrentan el desafío de enfrentar y buscar soluciones para; la aglomeración, distribución y monitoreo del capital. En este contexto, se identifican tres características esenciales que definen el impacto del sistema financiero: el nivel de intermediación financiera, la eficiencia de dicha intermediación y su composición. Sin embargo, la actividad bancaria conlleva inherentes riesgos de liquidez y crédito, fundamentados en la naturaleza de la creación de dinero a través del crédito y la contabilidad de partida doble. La gestión eficiente de estos riesgos es vital, no solo para la estabilidad de la banca privada sino para la del sistema financiero en su conjunto, dada la posibilidad de que los problemas de una institución puedan convertirse en crisis sistémicas (Paredes et al., 2020, pp. 52–54).

El crédito desempeña un papel crucial en la economía de cualquier país, actuando como un canal fundamental para la transmisión de la política monetaria y un factor determinante en la formulación de políticas gubernamentales. Su influencia en el Producto Interno Bruto (PIB) per cápita demuestra la interdependencia entre la oferta monetaria y el mercado del crédito, lo que a su vez afecta la actividad y el crecimiento económicos. Además, sirve como un mecanismo adicional de transmisión.

Por ello el crédito se ha convertido en un componente esencial en el establecimiento de políticas en cualquier gobierno. La expansión del acceso al crédito puede fomentar la inversión productiva sin necesidad de ajustar las tasas de interés. De esta forma el Banco Central puede estimular el crecimiento económico mediante políticas favorables al crédito, fomentando proyectos e inversiones productivas y el consumo e inversión de los agentes económicos. Además, el crédito influye en variables económicas importantes como la inflación (Pereira, 2010).

Entre 2010 y 2020 se reveló una relación directa, aunque no significativa, entre los créditos de

consumo y el crecimiento económico del país, medido a través del Producto Interno Bruto (PIB). El principal factor para esto es el comportamiento de los consumidores, influenciado por una amalgama de factores socioeconómicos, culturales y políticos. Las fluctuaciones en la confianza desencadenadas por episodios de inestabilidad política o crisis económicas pueden alterar la demanda. Asimismo, las políticas crediticias de las instituciones financieras y las regulaciones gubernamentales sobre el crédito juegan un papel crucial, al definir las condiciones de acceso y las tasas de interés aplicables al crédito de consumo (Cajamarca Nugra et al., 2024).

Esto muestra que en Ecuador los bancos privados, particularmente seis entidades dominantes, comandan la mayor proporción del mercado crediticio ecuatoriano, evidenciando una centralización del servicio crediticio en el país. Si bien el crédito de consumo posee un innegable potencial para influir en la dinámica económica, su contribución ha sido menos pronunciada de lo que cabría esperar.

En este sentido se dice que Las políticas crediticias en Ecuador, son diseñadas para regular el sector financiero y apoyar el desarrollo económico. Estas incluyen mecanismos de supervisión y condiciones de acceso al crédito que varían entre los distintos tipos de instituciones financieras. Estas políticas buscan equilibrar la operatividad y gestión bancaria, promoviendo la estabilidad financiera a pesar de crisis económicas externas. Se enfocan en mejorar el financiamiento a sectores productivos y en ajustar las tasas de interés para facilitar el acceso al crédito (Delgado-Zambrano et al., 2023, pp. 1877–1880)

Para dimensionar la importancia del sistema y su estado actual, se señala que, en el tercer trimestre de 2023, el sector bancario de Ecuador mostró una disminución en la concesión de créditos, con una caída del 5,1% en el monto otorgado y una reducción significativa del 61% en el número de clientes atendidos. Se observa entonces una desaceleración en el otorgamiento de créditos, influenciada por factores de incertidumbre económica y normativas como los techos a las tasas de interés que restringen la adaptabilidad del crédito a estos desafíos (Asobanca & Aval, 2023).

Después de la crisis sanitaria los bancos centrales han estado apostando por políticas monetarias expansivas, lo cual ha incrementado la liquidez en los mercados financieros, preparando el terreno para una reactivación económica en los años posteriores a 2020. Sin embargo, este camino hacia la recuperación ha enfrentado múltiples desafíos, tales como un crecimiento económico lento, inflación, y una serie de factores geopolíticos y sociales que han complicado el panorama (CEPAL, 2022, p. 37). Así vemos que los distintos mercados financieros en Latinoamérica enfrentan retos en lo que refiere al acceso a créditos.

Mientras que en Ecuador se observa una tendencia hacia la especialización y una concentración moderada de mercado, el contexto peruano muestra un dominio de los grandes bancos en el ámbito de los créditos de consumo. Bancos como el Banco de Crédito del Perú, Interbank, Scotiabank y el Banco Continental han acumulado un total de S/. 2,243,127,079.00 soles en créditos de consumo entre 2017 y 2021 (Superintendencia de banca, 2022). Esta concentración se refleja también en la distribución porcentual del mercado, donde el Banco de Crédito captó el 32% del total de los créditos de consumo en 2021, seguido de Interbank con el 29%, Scotiabank con el 22% y el Banco Continental con el 18%. Estos porcentajes muestran que estos cuatro bancos mantienen una participación de mercado consistente y dominante a lo largo del período 2017-2021.

En Perú, los créditos de consumo son promovidos principalmente por bancos comerciales, cajas municipales y cajas rurales, y se destinan a la financiación de bienes de consumo duradero como automóviles y electrodomésticos (Carmen Lino, 2023). En el caso de este país los clientes optan por un banco sobre otro basándose en cómo este responde a sus necesidades y expectativas, especialmente en términos de experiencia digital.

La seguridad, la simplicidad del diseño y la rapidez son factores decisivos que mejoran la UX y, por ende, la satisfacción del cliente. Además, el crecimiento de la bancarización en Perú resalta la importancia de la inclusión financiera facilitada por la digitalización. En este contexto, los bancos que priorizan la mejora continua de su oferta digital, enfocándose en la UX y la empatía hacia las necesidades del cliente, se posicionan favorablemente en la elección del consumidor (Mendoza & Sanchez, 2020).

En Colombia el acceso limitado al crédito formal, exacerbado por garantías reales inalcanzables, costos elevados, capacidad de pago restringida, y la percepción de desconfianza en el sistema financiero, empuja a las Mipyme hacia el mercado de crédito informal. Aunque este ofrece soluciones inmediatas, viene acompañado de riesgos financieros, sociales y de seguridad significativos, como tasas de interés exorbitantes y métodos de cobro agresivos. Se habla aquí de los créditos gota a gota, un tipo de financiamiento informal caracterizado por su accesibilidad y condiciones de pago flexibles, pero también por sus altas tasas de interés (Lievano & Ramírez, 2020, pp. 222–223).



Los colombianos eligen un banco sobre otro basándose en una combinación de factores, incluyendo las tasas de interés ofrecidas, la sensibilidad de estas tasas a sus situaciones personales como ingresos y edad, y la flexibilidad en las condiciones del crédito. Las diferencias en la elasticidad de la demanda de créditos de consumo entre los bancos también pueden ser influenciadas por variables exógenas como la inflación, el desempleo, y la situación económica general, así como por el poder de mercado de cada banco (Mora & Bejarano, 2021).

En Chile, el mercado de préstamos de consumo se caracteriza por una alta digitalización, con un 90% de las transacciones de crédito de consumo realizadas electrónicamente en 2018. Son 14 bancos los que compiten supervisados por el regulador nacional, con tres grandes bancos dominando el 60% del mercado. Los productos ofrecidos incluyen préstamos a plazo, líneas de crédito rotativas y tarjetas de crédito. La solicitud de préstamos requiere comprobar ingresos y empleo, evaluándose cinco criterios principales para su aprobación: el monto y plazo del préstamo solicitado, los ingresos y situación laboral del solicitante, y sus deudas impagas y préstamos activos en el sistema bancario (Montoya et al., 2020).

En Chile el crédito de consumo ha evolucionado para incorporar a la población en una sociedad de consumo, a pesar de la prevalencia de ingresos bajos entre la mayoría. Esta integración se ha facilitado significativamente a través de un acceso extendido al crédito, transformando el endeudamiento en una expectativa común y normalizada para los ciudadanos. Se distingue claramente entre el crédito como un instrumento útil y la deuda como una carga a menudo inevitable pero manejable. Esta percepción ha llevado a la desmoralización de la deuda, donde estar endeudado se ha convertido en una condición casi rutinaria, despojada de sus connotaciones negativas tradicionales (Marambio-Tapia, 2023).

Los consumidores chilenos, a través de sus prácticas y evaluaciones morales y sociales, han aprendido a navegar en este mar de deudas de manera que les permite seguir participando en la sociedad de consumo, a pesar de las precarias condiciones económicas. El rango de montos de préstamo varía desde USD 850 hasta USD 13.700, con una tasa de aprobación promedio del 76%. Sin embargo, esta tasa disminuye drásticamente para solicitantes jóvenes no clientes del banco, con solo un 39% de aprobación para aquellos entre 25 y 35 años (Montoya et al., 2020). A pesar de esto en el país existe un problema de discriminación en el otorgamiento de créditos de consumo tanto a minorías como a mujeres.

En promedio, en Chile, las minorías étnicas y las mujeres enfrentan mayores dificultades para acceder al crédito de consumo en comparación con el resto de la población. Esta discriminación no solo se manifiesta de manera general, sino que también varía según distintas variables como el género, el ingreso, el nivel educacional y el acceso a otros instrumentos financieros. Solo el 43% de las solicitudes provienen de mujeres, y aunque se distribuyen de manera uniforme entre los bancos, las condiciones de préstamo difieren: los hombres solicitan en promedio préstamos un 50% mayores que las mujeres, y las tasas de interés para ellas son, en promedio, un 15% más altas (Montoya et al., 2020).

En Ecuador, las PYMES a menudo consideran el financiamiento de instituciones financieras como bancos o cooperativas de ahorro y crédito como una opción viable. Sin embargo, debido a los requisitos exigentes, costos elevados y garantías requeridas por estas instituciones, el acceso al crédito se vuelve inalcanzable para muchas PYMES, llevándolas a optar por financiamiento propio. Las limitaciones incluyen la informalidad, escasa información financiera, falta de activos para garantías y costos elevados de financiamiento a corto plazo (Espinoza-Rosero, 2020).

Ahora se presentarán algunos conceptos y nociones importantes alrededor del tema del crédito de consumo en la banca privada.

En el contexto del crédito de consumo, la teoría económica sugiere que, mientras la visión neoclásica ve limitado el papel de la banca en mercados perfectos, considerándola principalmente como distribuidora de información, Keynes argumenta que los mercados imperfectos necesitan de la intervención de instituciones crediticias para dinamizar la economía. Por lo tanto, se reconoce el rol activo de la banca en influir en la oferta de dinero y, por ende, en la accesibilidad del crédito de consumo, destacando la importancia de las instituciones financieras en ajustar la demanda y oferta monetaria para fomentar la inversión y el consumo (Paredes & Brenta, 2022).

La banca privada, al ofrecer una diversidad de productos crediticios, desempeña un papel crucial en este escenario, adaptando sus servicios a las necesidades de una población con crecientes expectativas de crecimiento y mejoramiento de su calidad de vida. Este dinamismo del sector bancario refleja una respuesta directa a la demanda del mercado y plantea un campo fértil para la investigación sobre cómo las políticas de crédito pueden ser optimizadas para beneficio mutuo de bancos y consumidores (Macías et al., 2020).

El crédito, definido formalmente como la posibilidad de utilizar bienes, mercancías o dinero por un

periodo acordado con la obligación de restituirlos, juega un papel crucial en la economía. Aunque existen interacciones crediticias fuera de los mercados mercantiles, como el don y la recompra de deudas personales, es en el ámbito del comercio de mercancías donde el crédito alcanza su pleno desarrollo (Manigat-Pierre, 2020) En este contexto, la confianza entre vendedor y comprador, transformados en acreedor y deudor, es fundamental. Siendo así el crédito al consumo aborda la capacidad de compra de los consumidores. Diferente del crédito comercial, el crédito al consumo no se basa en el reflujo de un capital incrementado, sino en los ingresos futuros de los trabajadores (Manigat-Pierre, 2020).

El crédito de consumo es definido por la Superintendencia de Bancos como aquellos a los que acceden personas naturales que tengan por destino la adquisición de bienes de consumo o pago de servicios; que generalmente se amortizan en función de un sistema de cuotas periódicas y cuya fuente de pago es el ingreso neto mensual promedio del deudor, entendiéndose por éste el promedio de los ingresos brutos mensuales del núcleo familiar menos los gastos familiares estimados mensuales. (Superintendencia de Bancos Ec, 2024)

Tal como lo estipula la normativa ecuatoriana, se bifurca en dos vertientes principales: ordinario y prioritario. La primera categoría incluye los créditos concedidos a individuos con fines específicos, como la adquisición de vehículos que utilizan combustibles fósiles, mientras que la segunda comprende aquellos créditos destinados a la compra de bienes y servicios de carácter personal o gastos que no se enmarcan en actividades productivas o comerciales, como los efectuados a través de tarjetas de crédito (Ocaña-Mazón, 2019, pp. 4–5) (Asqui-Valladares, 2021). Estos créditos abarcan una variedad de formas, como préstamos personales, créditos mediante tarjetas de crédito y otras modalidades de financiamiento no empresarial.

Los préstamos personales suelen emplearse para adquisiciones puntuales con términos y condiciones de pago definidos, mientras que las tarjetas de crédito ofrecen una flexibilidad continua con distintas condiciones como límites de crédito, intereses y beneficios adicionales. La financiación se ha convertido en un elemento esencial debido a los altos costos, introduciendo nuevas formas de crédito que implican la intervención de terceros financiadores. La cartera de crédito al consumo, que incluye también créditos para vivienda, comercial y microempresa, es fundamental en el análisis del comportamiento de consumo y su influencia en la economía personal y familiar (Contreras, 2020, pp. 131–133). Esto es relevante mencionarlo ya que en países como argentina vemos que en la Banca de la Nación se hace esta diferenciación dentro de los créditos personales que ofrecen.

El crédito de consumo no solo es un mecanismo de financiamiento personal sino también es un impulsor indirecto de los sectores productivos, al facilitar la adquisición de bienes que estos sectores producen, alimentando así la economía del país. A la vez permite dimensionar la gama de productos financieros que los bancos ofrecen a los consumidores y la influencia que estos pueden tener en la actividad económica general al impulsar el consumo de bienes y servicios (Uzcátegui-Sánchez et al., 2017)

En Ecuador, el crédito de consumo, que comprende préstamos otorgados a individuos para la adquisición de bienes y servicios no vinculados a actividades productivas, como tarjetas de crédito y préstamos personales, juega un rol significativo. Según el reporte de la Superintendencia de Bancos del Ecuador de septiembre de 2019, este tipo de crédito representó un 36.13% del total de créditos otorgados por el sistema financiero privado, destacando su importancia en la economía nacional. Sin embargo, también se observa que este segmento contribuye notablemente a la morosidad en el sistema financiero (Paredes-Loza, 2019).

Para hablar del acceso al crédito se debe hablar también de la demanda de crédito que existe. La participación en el mercado crediticio es crucial tanto para los individuos como para el desarrollo económico de un país. La interacción en este mercado se divide en dos componentes esenciales: la demanda, que representa la necesidad de acceder a servicios financieros, y la oferta, que es la disponibilidad de dichos servicios.

De acuerdo con el texto de Guachamín et al. la población adulta puede la relación de la población adulta con el crédito se divide en tres grupos: aquellos que usan créditos, quienes podrían, pero eligen no usarlos, y los excluidos o sin acceso. Además, en economías en desarrollo, la limitación al crédito formal, causada por información imperfecta, lleva a la gente hacia opciones informales que, aunque accesibles, implican altos costos y riesgos de sobreendeudamiento. Este análisis subraya la importancia de mejorar el acceso y las condiciones del crédito formal para promover una inclusión financiera efectiva. (Guachamín et al., 2021).

Ahora, en relación con las PYMES, que también requieren acceder a financiamiento que otorgan las instituciones financieras como bancos o cooperativas de ahorro y crédito como una opción encuentran

obstáculos. Debido a los requisitos exigentes, costos elevados y garantías requeridas por estas instituciones, el acceso al crédito es inalcanzable para muchas PYMES, llevándolas a optar por financiamiento propio. Las limitaciones incluyen la informalidad, escasa información financiera, falta de activos para garantías y costos elevados de financiamiento a corto plazo (Espinoza-Rosero, 2020).

El determinar con precisión la capacidad de pago de un solicitante es un aspecto muy importante para los bancos, y determinará en gran medida la capacidad que tiene una persona de acceder a un crédito. Determinarlo es necesario para asegurar la viabilidad financiera de las instituciones que otorgan estos créditos, pero también para proteger la economía doméstica de los consumidores. Se ha identificado una notable ausencia de métodos objetivos para evaluar la solvencia de los solicitantes de crédito.

La práctica actual de otorgar crédito se ve influenciada por factores subjetivos como las percepciones de los oficiales de crédito, políticas internas, y relaciones personales, lo que puede aumentar el riesgo de morosidad. Castillo y Martínez proponen utilizar el Análisis Discriminante para objetivar este proceso evaluando a los solicitantes con preguntas específicas y predecir su comportamiento de pago, aumentando la precisión y reduciendo la discrecionalidad en la evaluación crediticia (Castillo & Martínez, 2009).

Un mecanismo como este no solo optimiza la gestión del riesgo crediticio, proporcionando una evaluación cuantitativa del riesgo de incumplimiento, sino que también promueve una mayor equidad y eficiencia en la asignación de créditos. Este último punto es especialmente relevante para fomentar la inclusión financiera, permitiendo que un mayor número de individuos acceda a financiamiento bajo condiciones justas y transparentes. También se contribuye a la estabilidad del sistema financiero.

Teniendo en cuenta lo anterior se evidencia que residentes urbanos con seguridad social y vivienda propia acceden mejor a créditos de consumo por ser vistos por bancos como de bajo riesgo y alta solvencia. La educación financiera, vital para el ahorro y gestión de deudas, reduce el sobreendeudamiento. Contrariamente, bajos ingresos, falta de educación formal, y empleo informal limitan el acceso crediticio, llevando a financiamiento informal con peores términos. La propiedad y estado civil mejoran la accesibilidad crediticia por aumentar garantías e ingresos familiares (Guachamín & Socasi, 2023). Se busca reducir estas brechas a través de la inclusión financiera.

La inclusión financiera se refiere al trabajo de los estados en conjunto con el sistema financiero para ofrecer a individuos la oportunidad de integrarse al sistema financiero formal. Esta integración permite realizar inversiones, aunque sean modestas, en áreas vitales como la salud, la educación y la iniciativa empresarial familiar, allanando el camino hacia la superación de la pobreza. Además, facilita a las personas la adquisición de habilidades para manejar eficazmente sus finanzas, lo que resulta crucial para enfrentar adversidades económicas, incluidas las emergencias inesperadas como las crisis sanitarias globales (Banco Central del Ecuador, 2012).

Según el Banco Mundial, la adopción de servicios financieros digitales, incluyendo el uso de dinero móvil y aplicaciones de tecnología financiera, juega un rol determinante en mitigar brechas estructurales, tales como la desigualdad de género, evidenciando cómo en contextos como Kenia, el dinero móvil ha empoderado económicamente a mujeres jefas de hogar, reduciendo significativamente la pobreza extrema (Banco Mundial, 2022).

Esta inclusión se encuentra intrínsecamente ligada al bienestar financiero, apoyándose en cuatro pilares fundamentales: el acceso y uso de servicios financieros, la educación financiera y la protección al consumidor. Este enfoque exige que las instituciones financieras sean solventes y estén equipadas para facilitar transacciones, otorgar créditos y ofrecer mecanismos de ahorro eficientes. En este sentido, se erige como esencial para el desarrollo sostenible, permitiendo a la población participar en la economía formal, impulsando el crecimiento económico y la equidad social. Es así que el crédito de consumo resulta vital para la inclusión financiera, impulsando el desarrollo económico al facilitar a los consumidores el acceso a bienes y servicios. (Arregui et al., 2020).

En la actualidad, la competitividad del mercado y las expectativas crecientes de los consumidores han posicionado la fidelización y retención del cliente como estrategias esenciales para el crecimiento y la sostenibilidad empresarial. La digitalización y los cambios en los hábitos de consumo han hecho indispensable una comprensión profunda de estos conceptos, adaptándose a un entorno donde la rapidez de la información y la interacción social son fundamentales.

La definición de cliente se ha expandido para abarcar tanto las transacciones físicas como digitales, reconociendo cualquier interacción de compra como parte del espectro de análisis. Igualmente, la empresa se concibe como una entidad que busca optimizar la combinación de recursos para maximizar sus beneficios, enfocándose en la creación de valor para sus clientes. Es importante analizar el proceso

de compra, para comprender cada etapa desde el de la elección. Así, desde el reconocimiento de la necesidad hasta el proceso que sucede después de la adquisición del servicio son etapas de interés. Es en las fases finales donde la empresa puede actuar decisivamente para influir en la fidelización y retención del cliente, mediante la satisfacción de sus expectativas y la resolución efectiva de problemas (Pierrend Hernández, 2020).

La fidelización se centra en construir relaciones duraderas que generen un sentimiento positivo hacia la empresa, motivando la adhesión continua y un posible aumento en el volumen de compra. Esto se logra asegurando la satisfacción del cliente a través de la calidad del producto o servicio y una experiencia de compra positiva. En contraste, la retención busca transformar la insatisfacción en lealtad, aplicando estrategias que no solo solucionen problemas específicos, sino que también mejoren la percepción general del cliente hacia la empresa.

Para alcanzar este objetivo general, la investigación se ha propuesto los siguientes objetivos específicos: En primer lugar, se busca a) analizar la oferta de productos de crédito de consumo proporcionados por la banca privada en Guayaquil. Con una revisión detallada de los diferentes tipos de productos disponibles, sus características, condiciones, y requisitos para su obtención. En segundo lugar, la investigación se enfoca en b) evaluar los factores que influyen en la elección de los clientes al seleccionar un banco para adquirir un crédito de consumo. Para entender las motivaciones, percepciones, y criterios que los consumidores de Guayaquil consideran al momento de decidir un crédito. c) Proponer recomendaciones para mejorar el acceso al crédito de consumo y la toma de decisiones informadas por parte de los clientes. Dirigidas tanto a las instituciones financieras como a los reguladores y formuladores de políticas.

## **2. Materiales y Método**

Para toda investigación se requiere seguir una serie sistemática de pasos que garanticen la consecución de los objetivos que se proponen en la investigación, a través de instrumentos y procesos de análisis que permitirán llegar a resultados comprobables y replicables (García Dihigo, 2016) Siguiendo lo propuesto por Arias Gonzalez (2020) esta investigación es del tipo documental y de campo, al hacer uso de la revisión de fuentes y bibliográficas y al realizarse en el mismo lugar y tiempo en donde se desarrolla el fenómeno. De esta manera este trabajo tiene un alcance descriptivo puesto que "Estos estudios tienen como principal función especificar las propiedades, características, perfiles, de grupos, comunidades, objeto o cualquier fenómeno" (Arias Gonzalez, 2020, p.70)

La presente investigación adopta un enfoque metodológico mixto, combinando aspectos cuantitativos y cualitativos, orientado a la comprensión de las percepciones, motivaciones y experiencias de los clientes de la banca privada en Guayaquil en relación con el acceso al crédito de consumo.

Según Arroyo Morales, (2020) podría decirse que este trabajo es un estudio evaluativo en tanto:

Tienen por finalidad describir, explicar y ofrecer juicios valorativos para la toma de decisiones sobre instituciones, sistemas, proyectos, programas o componentes de estos, productos, rendimientos, etc. En la actualidad las evaluaciones se desarrollan desde enfoques cuantitativos, cualitativos y desde triangulaciones de ambos enfoques (p.233)

Se explorarán los factores subjetivos y contextuales que inciden en la elección de los consumidores al optar por un banco en particular para solicitar créditos de consumo.

Siendo así, las variables principales de esta investigación son el acceso al crédito de consumo y los obstáculos de acceder al crédito de consumo en la ciudad de Guayaquil. Por ello son las siguientes dimensiones de estudio que guían el análisis; Oferta de productos de crédito de consumo, factores de elección del banco, barreras para el acceso al crédito, educación financiera, innovación tecnológica y el comportamiento del consumidor. Todas estas dimensiones se abordan al momento de desarrollar las herramientas de recolección de información.

Siendo así, se utilizarán herramientas para la recolección de información, un cuestionario tipo encuesta por un lado para recolectar información cualitativa, y por otro lado una entrevista semiestructurada a experto:

Esta técnica se trasunta en un formato que aplicado a la muestra de informantes sirve a los propósitos de recolección de datos a través del instrumento denominado "cuestionario". El cuestionario comprende un conjunto o batería de preguntas sobre cada uno de los indicadores presentes en las hipótesis o en los objetivos según sea el caso. (Arroyo Morales, 2020, p.260)

Para lograr esto se aplicará una encuesta a 150 consumidores de servicios financieros en la ciudad de Guayaquil, escogidos de manera aleatoria. A la vez se realizan tres entrevistas a expertos de las entidades bancarias. Esto junto a la revisión documental, que siguiendo lo señalado por Arnau Sabatés, L., & Sala Roca, J. (2020) consistió en filtrar documentos de información primaria, teórica y estadística en base a su relevancia directa con el tema de investigación. Esto a través de palabras clave y por medio de gestores documentales como Google Scholar con el fin de garantizar la fiabilidad de los datos y el criterio de exclusión de haber sido publicados hace 5 años o menos. Esta revisión simple ayudará a analizar los resultados de la encuesta, junto con la evaluación de la oferta de productos crediticios, en tres bancos seleccionados para el estudio (Banco Guayaquil, Banco Pichincha y Banco Bolivariano). De esta manera se establecerá la relación existente entre estos factores.

Hay que señalar que si bien existe una limitante en lo que refiere a la aleatoriedad de la muestra se buscó tener en cuenta las respuestas de caracterización con el fin de establecer parámetros que guíen el análisis de la manera menos sesgada posible. Además, no se pretende con este estudio dar un acercamiento pormenorizado, se considera que deben hacerse estudios que abarquen de manera mucho más integral la diversidad dentro de la ciudad de Guayaquil. Teniendo esto en cuenta se presentan los resultados.

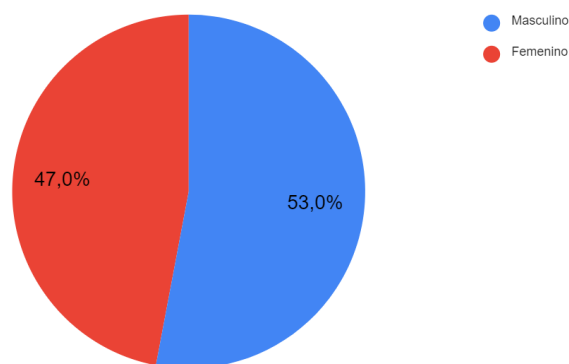
### 3. Resultados y discusión

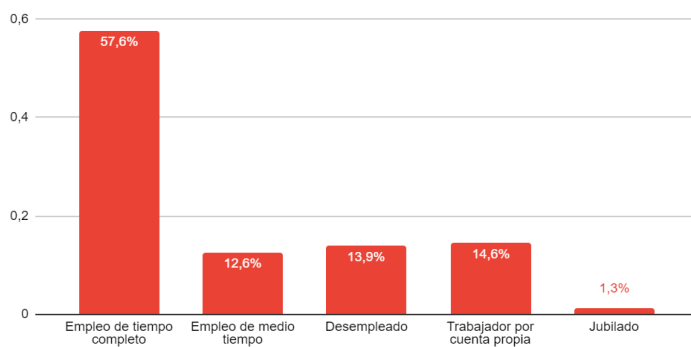
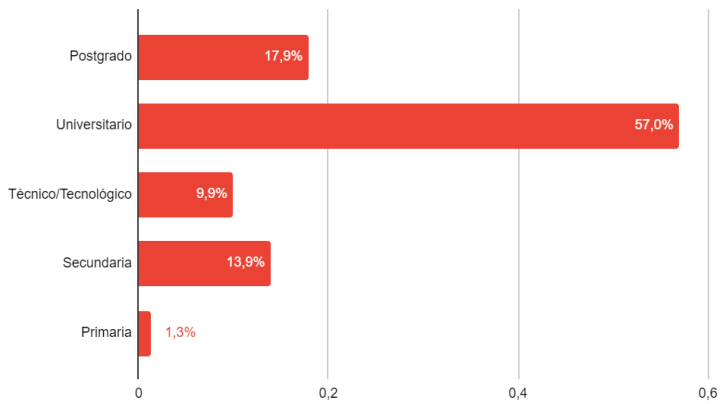
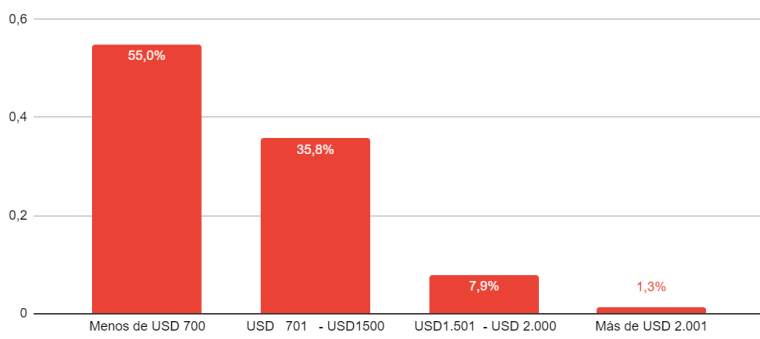
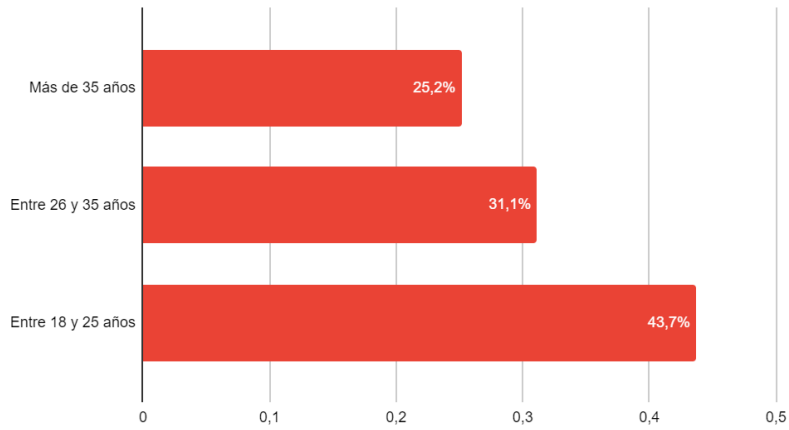
#### Caracterización socioeconómica de la muestra

Se aplicó una encuesta a 150 personas de Guayaquil dentro de las que tenemos que la mayoría tiene una edad de entre 18 y 25 años. De los cuales en cuanto al género la proporción de encuestados es equilibrada, aunque existió una mayor cantidad de encuestados de género masculino. La mayoría de los participantes en la encuesta tienen un nivel de educación universitario, representando el 57.0% del total, lo que indica que más de la mitad de los encuestados poseen una formación superior. Mientras que gran parte de la muestra cuenta con ingresos bajos a medios, con 55.0% ganando menos de USD 700 mensuales y un 35.8% situado entre USD 701 y USD 1500.

Así mismo se muestra un mayor número de empleados a tiempo completo, que constituyen el 57.6% del total. La mayoría cuenta con una fuente de ingreso estable. También es importante decir que 14.6% de los encuestados son trabajadores por cuenta propia, emprendedores o profesionales independientes en busca de crédito, posiblemente para invertir en sus negocios o cubrir necesidades personales. Los desempleados y los empleados a medio tiempo representan, respectivamente, el 13.9% y 12.6% de la muestra.

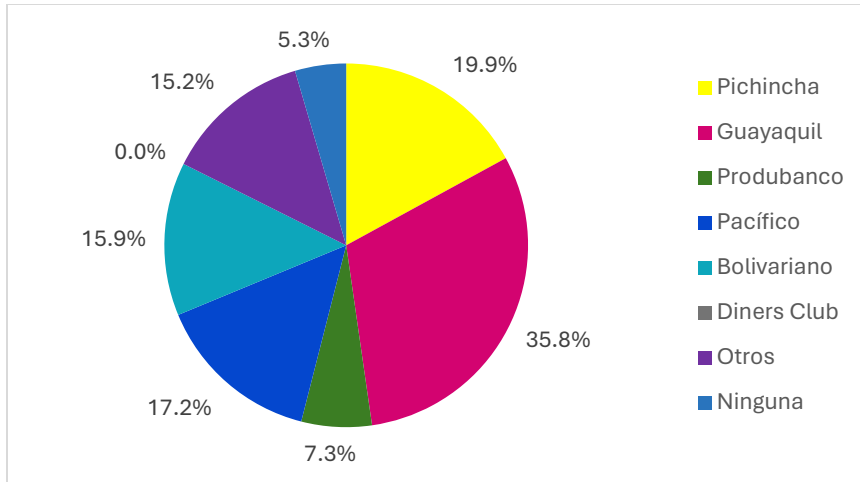
#### Caracterización de la muestra





### Análisis de los resultados

**Gráfico 1** ¿De qué institución financiera ha recibido usted un préstamo de consumo?

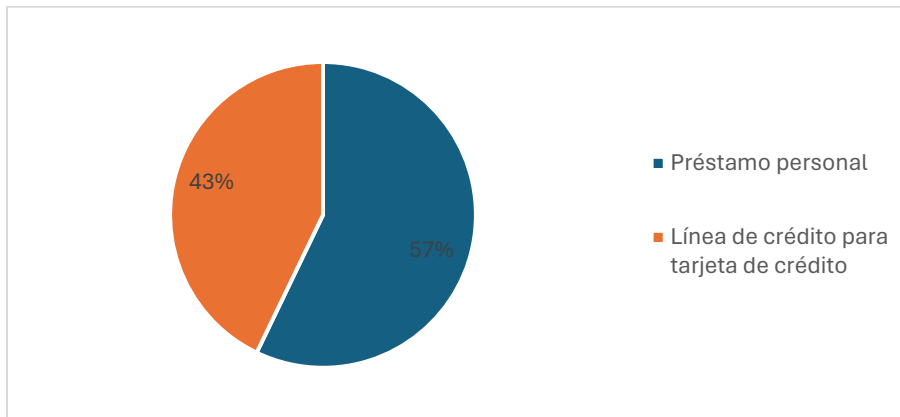


Fuente: Elaboración propia del investigador (2024)

Podemos señalar en primer lugar que la banca privada de Guayaquil es un sector competitivo y diversificado. Sin embargo, dentro de la muestra, los encuestados han recibido créditos de consumo en mayor medida del Banco Guayaquil que podemos decir lidera las preferencias con un 35.8%.

Le sigue Banco Pichincha con un 19.9% y el Banco del Pacífico y el Banco Bolivariano que obtienen, respectivamente, el 17.2% y 15.9% de las respuestas. Produbanco, con un 7.3%, y otros bancos mencionados por el 15.2% de los encuestados. También cabe señalar que un 5.3% de los encuestados indica no haber recibido préstamos de ninguna institución, lo que podría señalar barreras de acceso al crédito.

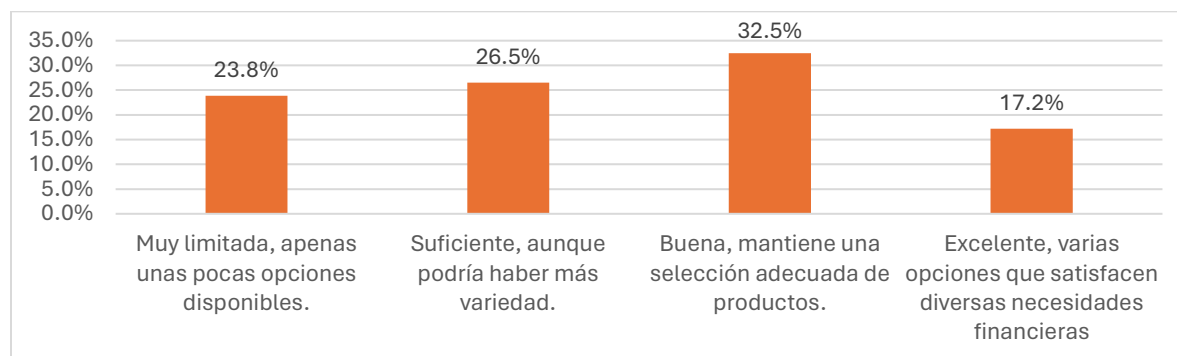
**Gráfico 2** ¿Cuáles de los siguientes productos de crédito de consumo ha solicitado en la banca privada?



Fuente: Elaboración propia del investigador (2024)

Dentro de los encuestados, que, si han realizado préstamos de consumo en las instituciones financieras, los préstamos personales son el producto más popular, con un 57.1% de las respuestas, equivalentes al 64% del total de encuestados. La línea de crédito para tarjetas de crédito sigue en preferencia, con un 42.9% de las menciones, lo que representa el 48% del total de participantes en la encuesta. Esto nos muestra una pequeña preferencia por préstamos personales y que en general la oferta de productos de crédito de la banca privada está alineada con las necesidades de financiamiento a corto plazo y de inversiones personales.

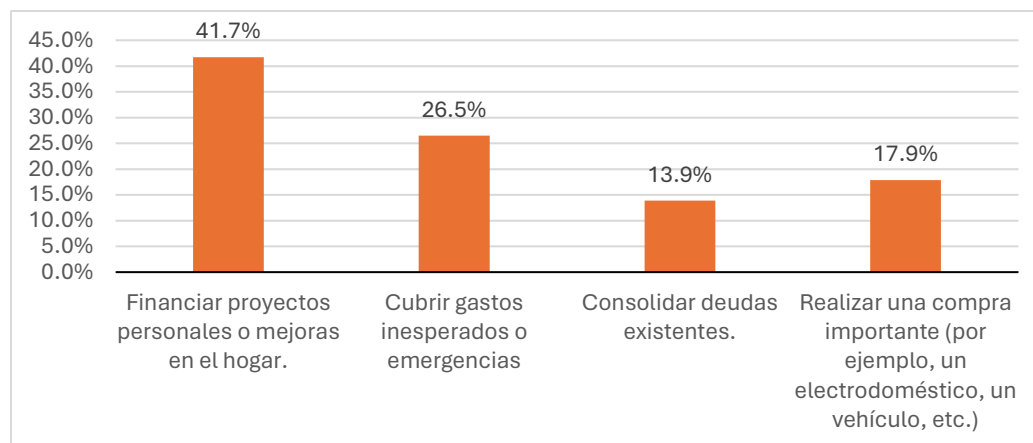
**Gráfico 3** ¿Cómo calificaría la variedad de opciones de crédito de consumo ofrecidas por su banco?



Fuente: Elaboración propia del investigador (2024)

Se observa que la opinión más común entre los encuestados es que la selección de productos es "Buena", con un 32.5% afirmando que se mantiene una selección adecuada de productos. Sin embargo, un 23.8% de los participantes percibe la oferta como "Muy limitada", señalando que hay pocas opciones disponibles. Cabe destacar que un 26.5% considera la variedad de productos como "Suficiente", aunque reconocen que podría haber más opciones. Finalmente, un 17.2% califica la variedad como "Excelente", indicando que hay varias opciones que satisfacen diversas necesidades financieras. Aunque una porción significativa de los consumidores está satisfecha con la variedad de productos de crédito de consumo, hay un segmento no menor que identifica un espacio para mejorar la diversidad de la oferta.

**Gráfico 4** ¿Cuál fue su principal motivación para solicitar un crédito de consumo?



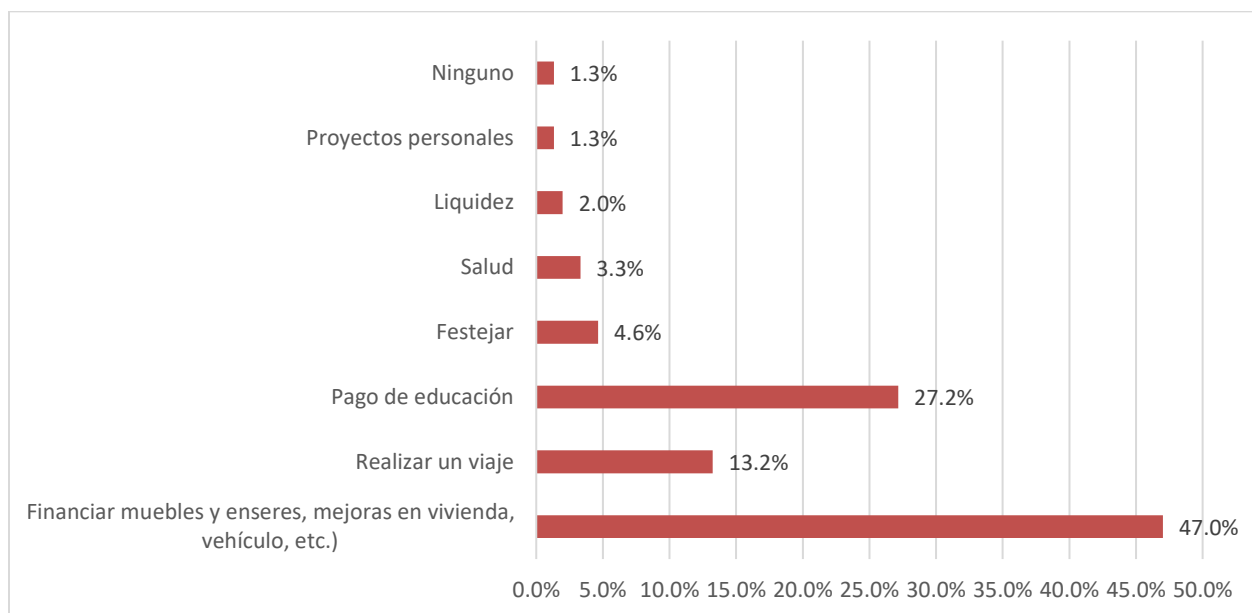
Fuente: Elaboración propia del investigador (2024)

La razón más común entre los encuestados para pedir créditos de consumo es financiar proyectos personales o mejoras en el hogar, con un 41.7%. Mientras que aquellos que lo hacen para cubrir gastos inesperados o emergencias son un 26.5%. Realizar una compra importante, como un electrodoméstico o vehículo, constituye el 17.9% de los participantes.

En tanto algunos usuarios señalan usar un crédito para pagar deudas pre-existentes se presenta como la razón para un 13.9% de los encuestados, reflejando un uso estratégico del crédito de consumo. Un dato no menor para que las instituciones lo tengan en cuenta.



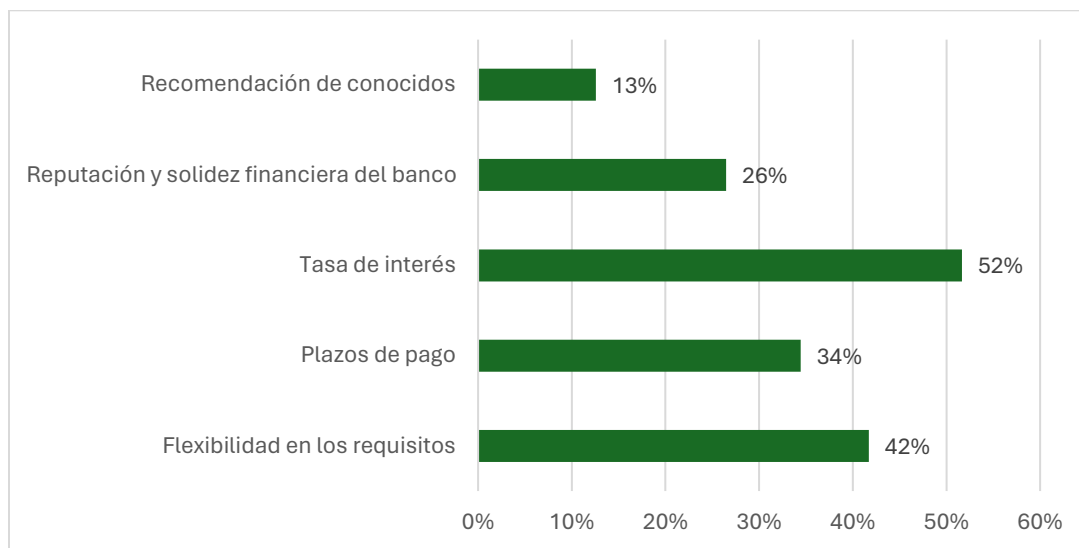
**Gráfico 2** Acceder al crédito de consumo le ha permitido.



Fuente: Elaboración propia del investigador (2024)

La mayoría de los encuestados, 47%, utilizó los fondos para financiar muebles, mejoras del hogar o vehículos. La educación fue el segundo propósito más común, con un 27.2%. Los viajes ocuparon un 13.2%, mientras que otras necesidades como salud y liquidez representaron un porcentaje menor.

**Gráfico 6** ¿Cuál de los siguientes factores considera al seleccionar un banco para obtener un crédito de consumo?

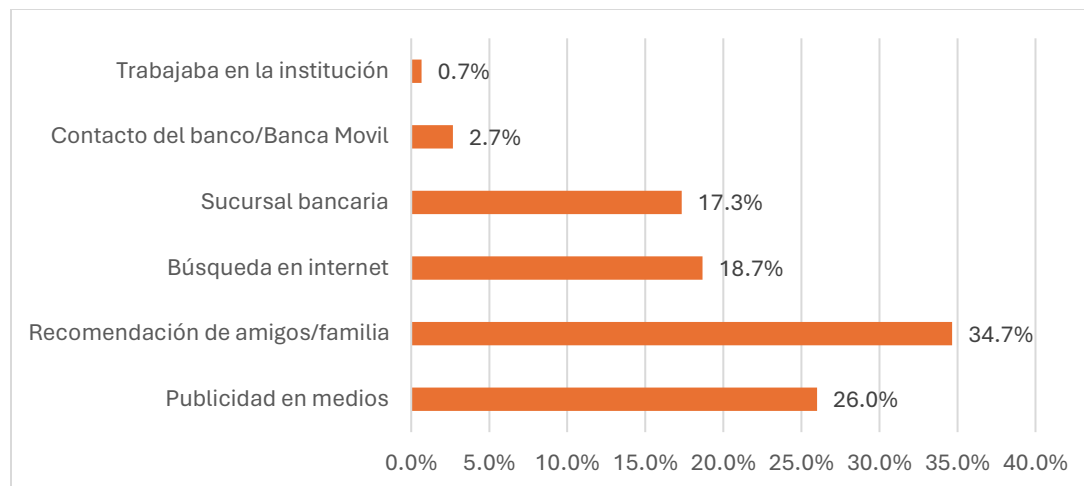


Fuente: Elaboración propia del investigador (2024)

Los resultados de la encuesta indican que la tasa de interés es el factor más considerado por los encuestados al seleccionar un banco para un crédito de consumo, con un 52% de las respuestas. La flexibilidad en los requisitos es el segundo factor más importante, con un 42%. Los plazos de pago se sitúan en tercer lugar, representando el 34% de las respuestas. La reputación y solidez financiera del banco son importantes para el 26% de los encuestados, mientras que las recomendaciones de conocidos

son el factor menos considerado, con un 13%. Esto demuestra la importancia de las condiciones económicas del crédito sobre otros aspectos como la conveniencia o la percepción de la marca.

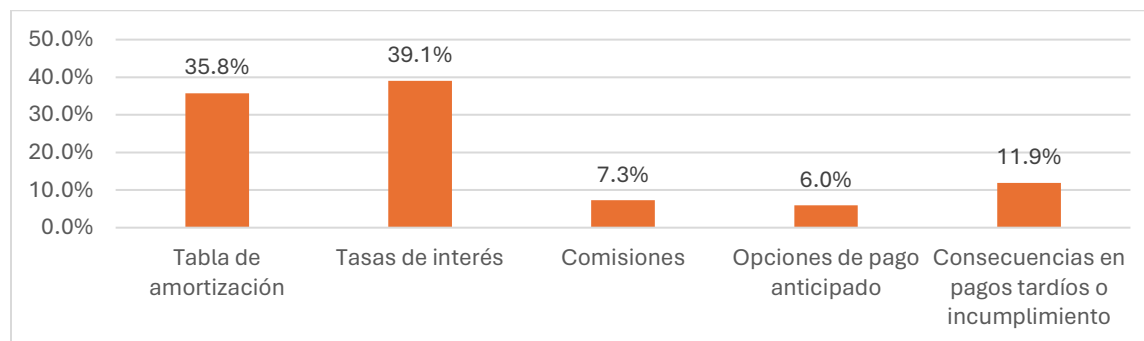
**Gráfico 7** ¿A través de qué canales se enteró inicialmente de la oferta de crédito de consumo?



Fuente: Elaboración propia del investigador (2024)

Los resultados de la encuesta muestran que la recomendación de amigos o familiares es la forma más común por la que los encuestados se enteraron de la oferta de crédito de consumo, con un 34.7%. Esto indica que el marketing boca a boca es una estrategia efectiva para el crédito de consumo. La publicidad en medios es el segundo canal más frecuente, con un 26.0%. La búsqueda en internet y el contacto directo en la sucursal bancaria son otros métodos a través de los cuales los encuestados encontraron información sobre créditos, con un 18.7% y un 17.3%. El contacto a través del banco o la banca móvil y el trabajar en la institución financiera representan los porcentajes más bajos, con un 2.7% y un 0.7% respectivamente.

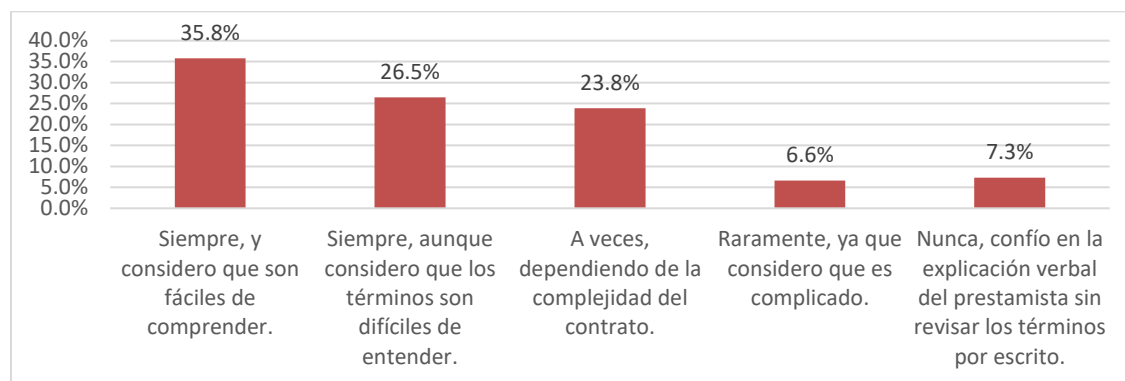
**Gráfico 8** Al momento de recibir el crédito de consumo obtuvo información sobre



Fuente: Elaboración propia del investigador (2024)

La información más recibida por los encuestados al momento de adquirir un crédito de consumo se refiere a las tasas de interés, con un 39.1%. La tabla de amortización es el segundo tipo de información más proporcionado, con un 35.8%. Las consecuencias de pagos tardíos o incumplimiento se comunican en un 11.9% de los casos. Las comisiones y las opciones de pago anticipado son los tipos de información menos recibidos, con un 7.3% y un 6.0% respectivamente.

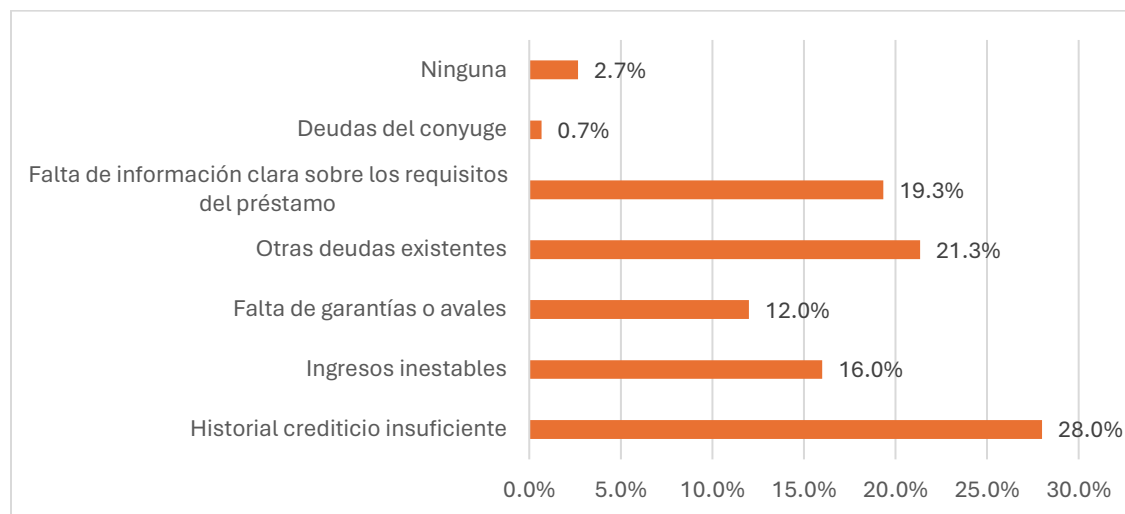
**Gráfico 9** ¿Suele leer y comprender los términos y condiciones del crédito antes de firmarlo?



Fuente: Elaboración propia del investigador (2024)

El 35.8% de la muestra indica que siempre lee y comprende los términos y condiciones del crédito, considerándolos fáciles de entender. Un 26.5% también siempre los lee, pero los encuentra difíciles de entender. El 23.8% lo hace a veces, basándose en la complejidad del contrato. Solo un 6.6% raramente revisa los términos, encontrándolos complicados, y un 7.3% nunca los revisa, confiando en la explicación verbal del prestamista.

**Gráfico 10** ¿Qué obstáculos o dificultades ha experimentado al intentar obtener un crédito de consumo?



Fuente: Elaboración propia del investigador (2024)

Se identificó el historial crediticio insuficiente como el principal obstáculo al intentar obtener un crédito de consumo, con un 28.0% señalándolo. Las otras deudas existentes también representan una barrera significativa, con un 21.3% de las respuestas. La falta de información clara sobre los requisitos del préstamo es otro problema para el 19.3% de los participantes. Los ingresos inestables y la falta de garantías o avales son mencionados por el 16.0% y el 12.0% de los encuestados, respectivamente. Muy pocos encuestados indicaron las deudas del cónyuge como un impedimento (0.7%), y solo un 2.7% afirmó no enfrentar ningún obstáculo.

La encuesta revela una creciente demanda por parte de los consumidores de información proveniente de diversas fuentes antes de tomar decisiones, lo que refleja un nivel de exigencia en alza. Aquellas instituciones financieras capaces de adaptarse a estas tendencias estarán en una posición más favorable para prosperar y facilitar el acceso al crédito de consumo. Sin embargo, se identifican varios puntos problemáticos que podrían obstaculizar el acceso de las personas a este tipo de préstamos.

Ya que mientras hay un acceso relativamente bueno al crédito de consumo en términos de productos disponibles y la información inicial sobre estos, persisten áreas de mejora en cuanto a las condiciones económicas del crédito, la transparencia de la información, y el soporte para aquellos con historiales crediticios limitados o deudas previas. Entonces, mejorar el acceso a estos créditos depende de la educación financiera, la transparencia en la comunicación de los productos, y la adaptabilidad de los productos a las diversas capacidades económicas de los consumidores. A continuación, una tabla resumen de los principales resultados. Hay que tener en cuenta que debido a la caracterización de la muestra estos datos se encuentran sesgados por ser mayormente de personas con educación universitaria, jóvenes, con ingresos medios a bajos y mayormente con trabajo estable.

**Tabla 2 Resumen de los resultados de la encuesta aplicada a 150 personas de la ciudad de Guayaquil**

Aspecto Evaluado	Resultados Clave	Porcentaje	Observaciones
<b>Preferencia de Institución Financiera</b>	Banco Guayaquil lidera	36%	La banca privada muestra competitividad
	Préstamos personales	57%	Indica preferencia por financiamiento a corto plazo
	Mayormente "Buena" o "Suficiente"	32.5% / 26.5%	Espacio para diversificar oferta
<b>Motivación Principal para Créditos</b>	Financiar proyectos personales	42%	Refleja uso estratégico del crédito
	Mayormente para muebles y mejoras del hogar	47%	Indica prioridades de financiamiento
	Tasa de interés	52%	La economía del crédito es crucial
<b>Canal de Información sobre Crédito</b>	Recomendación de amigos/familiares	35%	Importancia del boca a boca
	Tasas de interés y tabla de amortización		Necesidad de mayor transparencia
<b>Comprensión de Términos y Condiciones</b>	Mayoría lee y comprende	36%	Aunque un segmento encuentra dificultad
			Barrera significativa para acceso

Fuente: Elaboración propia del investigador (2024)

La mayoría de los encuestados muestra una clara preferencia por la banca privada, destacando la importancia de la tasa de interés y la flexibilidad en los requisitos como factores decisivos al elegir un banco. Además, la encuesta revela una necesidad significativa de educación financiera y de productos de crédito adaptados a las necesidades de emprendedores y profesionales independientes.

Las instituciones financieras tienen una oportunidad única para desarrollar productos de crédito específicamente diseñados para jóvenes adultos, que consideren sus necesidades económicas y capacidades de pago. Implementar programas de educación financiera en colaboración con universidades y plataformas en línea podría aumentar la comprensión sobre los productos financieros y mejorar la gestión

del crédito.

La encuesta subraya la necesidad de productos de crédito más flexibles y con tasas de interés competitivas. Esto es particularmente relevante para aquellos con ingresos bajos a medios, quienes constituyen la mayoría de los encuestados. Asimismo, es crucial desarrollar estrategias que superen las principales barreras identificadas para el acceso al crédito, como el historial crediticio insuficiente y otras deudas existentes.

Adicionalmente, aunque la mayoría de los encuestados está satisfecha con la variedad de productos disponibles, existe un segmento significativo que demanda más opciones. Las estrategias de marketing efectivas deberían aprovechar el boca a boca, destacado como el canal principal a través del cual los encuestados se enteraron de las ofertas de crédito, complementándolo con una presencia más fuerte en medios y en internet.

Finalmente, garantizar que la información sobre los créditos de consumo sea clara y accesible es fundamental. A pesar de que muchos encuestados revisan y comprenden los términos y condiciones, una proporción de estos aún encuentra dificultades en entenderlos completamente. Abordar este aspecto mejoraría significativamente la experiencia de los consumidores y facilita una toma de decisiones más informada. Teniendo en cuenta el sector de la población estudiada se hace necesario para las instituciones promover un acceso más inclusivo y equitativo al crédito de consumo, especialmente dirigido a las necesidades de los jóvenes adultos, emprendedores y aquellos en segmentos de ingresos bajos a medios.

## **Análisis de las entrevistas**

### **Entrevista a experto del Banco Guayaquil**

Según el entrevistado ha habido una evolución significativa en los productos financieros en Guayaquil, especialmente en el último año, destacando un aumento en las campañas de créditos de consumo y las tasas ofertadas en certificados de depósito. Este crecimiento, estimado en un 37% post pandemia, es resultado de los esfuerzos de la banca por reactivar la economía a través de la oferta crediticia. Además, se resalta la importancia de la percepción de seguridad que el cliente tiene del banco, las tasas de interés ofertadas, la flexibilidad en los plazos de pago, y la posibilidad de realizar abonos o pre-cancelaciones del crédito. En particular, menciona que en el Banco Guayaquil el crédito de libre destino es el más solicitado, debido a su flexibilidad y a los menores requisitos comparados con otros tipos de crédito específicamente en lo que refiere al nivel de ingresos que se solicita.

Adicionalmente se menciona la transformación digital, y como esta fue central en la mejora del acceso al crédito, sugiriendo la necesidad de plataformas digitales más inclusivas que permitan a los usuarios acceder al crédito de manera más directa y con menos barreras. Y en los últimos años la inteligencia artificial y los sistemas de precalificación automática basados en datos, podrían permitir una evaluación más rápida y eficiente de los solicitantes de crédito.

### **Entrevista a experto del Banco Bolivariano**

La entrevista sostiene que ha existido un crecimiento constante en la oferta de crédito, con especial énfasis en el microcrédito, seguido por los créditos de consumo, en atención de las necesidades financieras de pequeños empresarios y consumidores individuales. La elección de banco, según el entrevistado, parece estar menos influenciada por las preferencias personales y más por la disponibilidad de crédito. Esto sugiere que la decisión del consumidor se basa primordialmente en la capacidad del banco para ofrecer un crédito que se ajuste a sus necesidades y condiciones.

Se señala una desconexión entre los consumidores y la comprensión de los riesgos y la seguridad en los servicios de crédito de consumo. Esto implica que la decisión de solicitar un crédito suele estar basada en la necesidad inmediata más que en una evaluación detallada de las condiciones financieras.

Las declaraciones sobre los requisitos restrictivos para acceder a créditos de consumo resaltan las barreras que enfrentan los sectores menos atendidos en Guayaquil. Aunque se menciona el microcrédito como una opción, las altas tasas representan una limitante significativa. Respecto ello se nos dice que “es muy difícil que los sectores menos atendidos de Guayaquil puedan acceder un crédito, tal vez a un microcrédito con una tasa muy diferenciada del crédito de consumo” (Entrevistado 2, 2024). Los bancos finalmente utilizan herramientas como la precalificación basada en el comportamiento de pago y

los niveles de endeudamiento para la mejora del acceso a créditos de consumo.

#### **Entrevista a experto del Banco Pichincha**

Se coincide con los dos expertos anteriores, señalando la facilidad y accesibilidad de los productos de crédito de consumo en los últimos años. En especial en relación con la posibilidad de acceder a créditos importantes a través de la banca móvil, web, o contacto directo con oficiales de cuenta. El sector bancario se ha adaptado a las necesidades de una clientela más conectada y demandante de servicios rápidos y eficientes.

El crédito multipropósito se señala como el más relevante, especialmente entre pequeños comerciantes en la informalidad, destacando factores como montos accesibles, ausencia de garantes y documentos físicos, y plazos y mensualidades ajustadas.

Se menciona la agresividad comercial y la proactividad de los bancos como factores determinantes en la elección de un banco para solicitar créditos de consumo. La existencia de una cuenta activa, el plazo del crédito, y el monto ofrecido, son aspectos cruciales que influyen en esta decisión.

La percepción de los consumidores sobre el riesgo y la seguridad en los servicios de crédito de consumo ha evolucionado positivamente, incluso frente al aumento del riesgo país. Los consumidores tienen confianza en la utilidad de estos productos para el crecimiento de negocios, un punto importante para tu objetivo de comprender cómo las percepciones de seguridad y riesgo impactan en la decisión de solicitar créditos.

Para este entrevistado el crédito no formal es abordado como un área de interés para la banca privada, especialmente en el contexto de la crisis económica. Las instituciones financieras buscan integrar a los comerciantes informales al sistema bancario formal, lo cual es un indicador de las estrategias de mercado dirigidas a expandir la base de clientes y mejorar el acceso al crédito.

La digitalización bancaria y el manejo de datos son las áreas clave para innovar y mejorar el acceso al crédito. En esta nueva era el conocimiento detallado de los clientes permitirá crear ofertas de valor más ajustadas.

A continuación, se detalla en una tabla los principales resultados del análisis de la aplicación de estas entrevistas teniendo en cuenta las dimensiones del estudio.

#### ***Tabla 3 Sistematización de las respuestas a las entrevistas semiestructuradas aplicadas a 3 expertos de 3 instituciones financieras***

Dimensiones de Estudio	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3
<b>Oferta de Productos de Crédito de Consumo</b>	- Importante evolución en el último año.	- Créditos de libre destino son los más solicitados por su flexibilidad.	- Ajuste de los productos de crédito a las capacidades crediticias de los clientes.
	- Incremento de las campañas de créditos de consumo y tasas ofertadas en certificados de depósito.	- Se enfatiza la importancia de las condiciones ofrecidas por los bancos como factor clave en su elección.	- Oferta de créditos desde \$10k hasta \$40k sin garante ni firma física, destacando la digitalización en el proceso.
	- Crecimiento aproximado del 37% en post pandemia.	-	-
<b>Factores de Elección del Banco</b>	- La seguridad que el cliente siente con el banco.	- Seguridad con el banco.	- Agresividad comercial y proactividad en la colocación de créditos.
	- Las tasas de interés ofertadas y la flexibilidad de los plazos.	- Tasas de interés y flexibilidad de plazos.	- Preferencia por ofertas de la banca principal, plazos largos y montos mayores en el crédito.
	- La posibilidad de hacer abonos o pre cancelar el crédito.	- Posibilidad de realizar abonos o pre cancelaciones.	-
<b>Barreras para el Acceso al Crédito</b>	- Aumento de la tasa de morosidad post pandemia.	- No se mencionan explícitamente barreras, pero se puede inferir la percepción de riesgo y la seguridad como factores relevantes.	- Requisitos muy cerrados que limitan el acceso en sectores menos atendidos.
	- Seguridad social y extorsiones impactando la decisión de tomar créditos.		- Necesidad de cumplir con criterios estrictos dificulta el acceso a créditos para ciertos sectores.
<b>Educación Financiera</b>	- No mencionada directamente, pero la evolución de la percepción sobre el riesgo y la seguridad sugiere una relevancia implícita.	- La necesidad de mejorar la percepción del riesgo y la seguridad indica la importancia de la educación financiera.	- Importancia de educar a los clientes sobre las bases financieras antes de dar acceso al crédito.
			- La educación financiera es vista como un primer paso esencial antes de la inclusión crediticia.
<b>Innovación Tecnológica</b>	- Campañas aprobadas de crédito por medio de plataformas digitales.	- La transformación digital interna y externa mejora el acceso a los créditos.	- Revolución digital minimizando el uso de papel y fomentando la custodia digital.
	- La necesidad de implementar canales digitales más accesibles y el uso de inteligencia artificial para la precalificación.	- Mención a la digitalización en el proceso de aprobación y desembolso de créditos.	- Manejo de datos como estrategia crucial para el desarrollo de ofertas personalizadas.
<b>Comportamiento del Consumidor</b>	- Aumento en la demanda de créditos de consumo post pandemia como parte de la reactivación económica.	- Preferencia por créditos de libre destino debido a la menor cantidad de requisitos y mayor flexibilidad.	- Reacción positiva ante productos de consumo a pesar de altas tasas debido a la utilidad para el crecimiento de negocios.
	- Decisión de no seguir tomando créditos influenciada por la seguridad y las extorsiones.	- Influencia de la percepción de seguridad y las condiciones del crédito en la elección del consumidor.	- La decisión de elegir entre diferentes ofertas bancarias basada en la agresividad comercial y las condiciones ofrecidas.
	-	-	- Necesidad de educación financiera previa para una inclusión crediticia responsable y beneficiosa.

Con base en el análisis de las entrevistas realizadas se llega a las siguientes recomendaciones en lo que refiere al acceso al crédito de consumo en la ciudad de Guayaquil.

En primer lugar, se subraya la urgencia de profundizar en la digitalización de los servicios bancarios. Esto abarca desde la simplificación de los procesos de solicitud de créditos mediante plataformas digitales hasta la incorporación de la inteligencia artificial para optimizar la precalificación y evaluación crediticia de los clientes. Además, se destaca la importancia de implementar programas de educación financiera dirigidos por las instituciones bancarias. Si los consumidores conocen cómo manejar eficazmente los productos crediticios, se contribuiría a reducir el riesgo de endeudamiento insostenible.

Otra recomendación enfatiza la necesidad de estrategias que fomenten la inclusión financiera, la inclusión crediticia, de manera que se encuentren mecanismos que permitan a gente de más diversos sectores y específicamente en el sector informal de la economía, el crédito para sus pequeños negocios. Esto se menciona con mayor fuerza en la entrevista con el experto del Banco Bolivariano, donde se habla especialmente para de las dificultades de la banca privada frente a aquellos sectores tradicionalmente marginados del sistema bancario debido a estrictos requisitos de elegibilidad. Si bien una opción es adaptar los productos crediticios a las necesidades específicas de estos grupos pudiendo abrir nuevas vías de crecimiento económico y bienestar, esto no necesariamente es parte de los intereses a corto o mediano plazo de las instituciones financieras privadas.

En el mismo sentido, es crucial que los bancos ofrezcan condiciones de crédito más flexibles y adaptadas a la realidad económica de los clientes, como plazos de pago extendidos y la posibilidad de realizar pagos anticipados sin penalizaciones. Esto, acompañado de esfuerzos por mejorar la percepción de seguridad y confianza hacia el sector bancario, podría contrarrestar las preocupaciones sobre riesgos y fomentar una mayor aceptación de los productos financieros ofrecidos. Finalmente, se señala la relevancia de desarrollar estrategias de marketing y comunicación efectivas que clarifiquen las ventajas y características de los productos crediticios, desmintiendo las percepciones negativas.

### **Discusión**

Los hallazgos de este estudio evidencian la diversificación y competitividad de la banca privada en Guayaquil, un centro económico vital en Ecuador. Este panorama refleja la importancia del sector financiero en la reactivación económica postpandemia, resaltada por Gallo y Navarro (2023), y la necesidad de adaptarse a las condiciones actuales que enfrentan los consumidores, en línea con las observaciones de Espinoza-Rosero (2020).

La transformación digital emerge como un elemento crucial en la mejora del acceso al crédito, tal como sugieren las entrevistas realizadas. Esta tendencia, apoyada por la legislación reciente en Ecuador para promover la inclusión financiera, coincide con la visión de Delgado-Zambrano et al. (2023), quienes enfatizan la importancia de la regulación y la supervisión para facilitar el acceso al crédito y promover la estabilidad financiera. Además, los esfuerzos por integrar tecnologías como la inteligencia artificial en la evaluación crediticia apuntan hacia una mayor eficiencia y accesibilidad, siguiendo las directrices de políticas favorables al crédito identificadas por Pereira (2010). Se observa además que los expertos señalan la importancia de la evaluación crediticia que va en la línea por lo expuesto por Castillo y Martínez (2009).

A pesar de los avances tecnológicos y legislativos, los resultados también subrayan desafíos significativos en términos de inclusión financiera. Esto es especialmente en el caso de los obstáculos que enfrentan los consumidores al acceder a medios formales de crédito en línea con los resultados de la encuesta y como destaca Arregui et al. (2020). Tanto en las encuestas donde un 16% de encuestas señalan no tener ingresos lo suficientemente estables para acceder a créditos y en las entrevistas donde se señala las dificultades de brindar opciones viables para ciertos grupos poblacionales como aquellos que trabajan en la informalidad, coinciden con esta postura. Estas barreras, vinculadas a la falta de garantías y la capacidad de pago, subrayan la necesidad de estrategias dirigidas a mejorar la inclusión financiera, tal como sugiere la investigación de Guachamín et al. (2021).

La investigación también revela una conciencia creciente entre los consumidores sobre la importancia de las tasas de interés y las condiciones de crédito en su elección de instituciones financieras, lo que refleja



un cambio en las dinámicas de decisión del consumidor identificado por Alcivar et al. (2019). Este cambio apunta a una mayor demanda de transparencia y condiciones de crédito favorables, lo que coincide con la observación de Paredes et al. (2020) sobre los riesgos inherentes al sector financiero y la necesidad de gestionarlos eficazmente para asegurar la estabilidad del sistema financiero.

#### **4. Conclusiones**

Para concluir, la presente investigación sobre el acceso al crédito de consumo en la banca privada de Guayaquil ha revelado una serie de dinámicas y factores clave que modelan tanto la oferta como la demanda de estos productos financieros. Al analizar la oferta de créditos de consumo, se ha encontrado diversidad y adaptabilidad en los productos financieros disponibles, evidenciando un sector financiero que, aunque competitivo, aún presenta áreas de mejora significativas para alcanzar una inclusión financiera plena.

La evaluación de los criterios y motivaciones que guían la elección de los consumidores al seleccionar un banco para acceder a créditos de consumo ha puesto de manifiesto la complejidad de las decisiones financieras. Las preferencias no se basan únicamente en las características del producto, como las tasas de interés o los plazos de pago, sino también en aspectos menos tangibles como la confianza en la institución y la percepción de seguridad y flexibilidad.

Por otro lado, el estudio ha identificado barreras significativas que limitan el acceso efectivo al crédito, incluyendo la rigidez de los requisitos, la falta de claridad en la información proporcionada a los consumidores, y los desafíos relacionados con la educación financiera. Estos hallazgos resaltan la necesidad de adoptar medidas concretas para mejorar el acceso al crédito, tales como la simplificación de procesos, el incremento de la transparencia en la comunicación de los productos, y el fomento de iniciativas de educación financiera que empoderen a los consumidores para tomar decisiones informadas.

Finalmente, las recomendaciones formuladas buscan abordar estas barreras y desafíos, proponiendo estrategias orientadas a ampliar la inclusión financiera y mejorar la experiencia de crédito para los consumidores en Guayaquil. Se destaca la importancia de la innovación digital como vehículo para democratizar el acceso al crédito y se enfatiza en la necesidad de políticas internas dentro de los propios bancos que favorezcan un marco regulatorio que promueva la equidad, la competencia y la protección del consumidor. Esto en base a lo resaltado por los entrevistados.

En conclusión, este estudio no solo ha desgranado los mecanismos a través de los cuales la banca privada en Guayaquil facilita o restringe el acceso al crédito de consumo, sino que también, a través de los resultados se han delineado puntos importantes para tener en cuenta cuando se plantea un sistema financiero más inclusivo, marcando pautas claras para su consecución. Se espera que las recomendaciones propuestas sirvan como catalizador para futuras acciones que permitan a más ciudadanos de Guayaquil y, por extensión, del Ecuador, beneficiarse del acceso a servicios financieros que respalden sus proyectos personales y contribuyan al bienestar económico general.

## Referencias

- Alcivar, J., Almeida, S., & Casal, C. (2019). LA INNOVACIÓN Y SU VINCULACIÓN CON LA EDUCACIÓN FINANCIERA FAMILIAR: USO EFICIENTE DEL CRÉDITO DE CONSUMO EN EL CANTÓN DAULE. *Revista Científica Aristas*, 1(2), 64–78.
- Arregui, R., Guerrero, R., & Ponce, K. (2020). *INCLUSIÓN FINANCIERA Y DESARROLLO Situación actual, Retos y desafíos de la banca*.
- Asobanca, & Aval. (2023). *Radiografía del crédito en Ecuador*.
- Asqui-Valladares, M. (2021). Análisis del crédito de consumo en instituciones financieras para establecer programas educativos financieros a usuarios. *FIPCAEC*, 6(2), 199–221. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i3.394>
- Banco Central del Ecuador. (2012). *Inclusión Financiera Aproximaciones teóricas y prácticas Alliance for Financial Inclusion*. [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
- Banco Mundial. (2022). *Inclusión financiera*. <https://www.bancomundial.org/es/topic/financialeconomicinclusion/overview>
- Cajamarca Nugra, R., García Bacuilima, J., Pérez-Torres, A., & Tobar Pesántez, L. (2024). Relación entre el volumen de crédito bancario y el crecimiento económico en el Ecuador: 2010 al 2020. *Revista Publicando*, 11(41), 25–43. <https://doi.org/10.51528/rp.vol11.id2404>
- Carmen Lino, L. (2023). *Factores determinantes del crédito de consumo según el tipo de entidad financiera en el Perú* [Tesis]. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
- Castillo, N., & Martínez, M. (2009). *METODOLOGÍA PARA LA EVALUACIÓN DE LA CAPACIDAD DE PAGO DE UN SUJETO DE CRÉDITO DE CONSUMO*.
- CEPAL. (2022). *Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe*. [www.cepal.org/apps](http://www.cepal.org/apps)
- CEPAL. (2023). *Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe 2023*. [www.issuu.com/publicacionescepal/stacks](http://www.issuu.com/publicacionescepal/stacks)
- Contreras, L. (2020). Morosidad de la cartera de crédito al consumo y su incidencia en la rentabilidad y liquidez del Banco Mercantil, Banco Universal. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 5(9), 121–149.
- Delgado-Zambrano, C. M., Jaramillo-Macias, D. A., Andrade-Versa, S. A., & Basurto-Intriago, D. M. (2023). El Impacto de las Políticas Crediticias en el Ecuador. *MQRInvestigar*, 7(2), 1865–1881. <https://doi.org/10.56048/mqr20225.7.2.2023.1865-1881>
- Espinoza-Rosero, G. (2020). El Crédito Bancario y las Pymes en Ecuador. *YACHANA REVISTA CIENTÍFICA*, 9(2), 77–90.
- Gallo, A., & Navarro, E. (2023). *Análisis de la evolución del crédito de consumo en Ecuador y su incidencia en el ingreso y reactivación de la economía* [Proyecto Integrador]. Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Guachamín, M., Díaz, A., & Guevara, C. (2021). Demanda de crédito durante la cuarentena derivada del COVID-19 en Ecuador. *Revista Cuestiones Económicas*, 31(2), 106–133. <https://doi.org/10.47550/rce/31.2.4>
- Guachamín, M., & Socasi, C. (2023). Características sociodemográficas y financieras de los trabajadores informales que acceden a crédito de consumo, microcrédito e informales en tiempos de COVID-19. *Revista Cuestiones Económicas*, 33(1), 101–131. <https://doi.org/10.47550/RCE/33.1.4>
- Lievano, J. A. B., & Ramírez, S. M. P. (2020). FACTORES DETERMINANTES PARA EL ACCESO DE LAS MIPYME AL CRÉDITO GOTA A GOTA. *Revista Republicana*, 2020(28), 217–236. <https://doi.org/10.21017/Rev.Repub.2020.v28.a84>
- Macias, F. S., Zambrano, E., & Garabiza, B. (2020). Los créditos de la Banca Privada y su impacto en la producción del sector manufacturero del Ecuador, periodo 2015-2018. En *ISSN* (Vol. 41).

- Manigat-Pierre, M. (2020). El crédito al consumo: sus determinantes estructurales y su lugar en la gestión estatal de la fuerza de trabajo. *EL TRIMESTRE ECONÓMICO*, 87(347), 703–730. <https://doi.org/10.20430/ETE.V87I347.999>
- Marambio-Tapia, A. (2023). Mediaciones entre endeudamiento y consumo: construcción de consumidores financieros y domesticación del crédito en Chile. *Revista de Estudios Sociales*, 2023(85), 41–58. <https://doi.org/10.7440/res85.2023.03>
- Mendoza, R., & Sanchez, S. (2020). *Experiencia del Usuario: Factores que influyen en la satisfacción hacia los servicios de la banca digital en el Perú*.
- Montoya, A. M., Parrado, E., & Undurraga, R. (2020). *Discriminación de género en el mercado de créditos de consumo en Chile*. <http://www.socialscienceregistry>.
- Mora, J., & Bejarano, A. (2021). *Análisis de elasticidad precio de la demanda sobre los créditos de consumo en*.
- Ocaña-Mazón, E. (2019). *COMPORTAMIENTO DEL CRÉDITO DE CONSUMO DEL SISTEMA FINANCIERO NACIONAL*.
- Paredes, G. J., & Brenta, N. (2022). Tríadas para una disociación estructural : la banca privada en un país sin moneda propia (2000-2019). *Tramas y Redes*, 3, 197–222. <https://doi.org/10.54871/cl4c309a>
- Paredes, G. J., Brenta, N., Maridueña, Á., & Pareja, M. J. (2020). ECUADOR: LA PRUDENCIA FINANCIERA DE LA BANCA PRIVADA EN DOLARIZACIÓN ECUADOR: THE FINANCIAL PRUDENCE OF PRIVATE BANKING DURING THE DOLLARIZATION (2001-2019). *Revista Economía*, 72(115), 51–67.
- Paredes-Loza, M. (2019). *REPORTE COMPORTAMIENTO CREDITICIO SECTORIAL*.
- Pereira, I. (2010). *LA IMPORTANCIA DEL CRÉDITO PARA ALCANZAR UN CRECIMIENTO ECONÓMICO SOSTENIDO EN EL ECUADOR* [Tesis]. FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES.
- Pierrend Hernández, S. D. R. (2020). La Fidelización del Cliente y Retención del Cliente: Tendencia que se Exige Hoy en Día. *Gestión en el Tercer Milenio*, 23(45), 5–13. <https://doi.org/10.15381/gtm.v23i45.18935>
- Sanchez, A. M. (2022). *CRÉDITOS DE CONSUMO EN ECUADOR*.
- Superintendencia de banca, seguros y A. (2022). *EVOLUCIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO*.
- Superintendencia de Bancos Ec. (2024). *Glosario de Términos - Superintendencia de Bancos*. <https://www.superbancos.gob.ec/bancos/glosario-de-terminos/>
- Uzcátegui-Sánche, C., Camino-Mogro, S., & Moran-Cruz, J. (2017). Estructura de mercado del sistema bancario ecuatoriano: concentración y poder de mercado. *Revista Cumbres*, 3(2), 09–16.

## Anexos

### Anexo N° 1 Formato de la encuesta

**TEMA:** Análisis del acceso al crédito de consumo de la banca privada en la ciudad de Guayaquil

#### **ENCUESTA**

**Población:** Se realizarán 150 encuestas a personas que representen a los consumidores de servicios financieros en Guayaquil y que hayan accedido a créditos

1. **¿De qué institución financiera ha recibido usted un préstamo de consumo?** (Elija hasta dos opciones)
  - a) Pichincha
  - b) Guayaquil
  - c) Produbanco
  - d) Pacífico
  - e) Bolivariano
  - f) Diners Club
  - g) Otro banco (especificar)\_\_\_\_\_
  
2. **¿Cuáles de los siguientes productos de crédito de consumo ha solicitado en la banca privada?** (puede marcar más de una opción)
  - a) Préstamo personal
  - b) Línea de crédito para tarjeta de crédito
  
3. **¿Cómo calificaría la variedad de opciones de crédito de consumo ofrecidas por su banco?**
  - a) Muy limitada, apenas unas pocas opciones disponibles.
  - b) Suficiente, aunque podría haber más variedad.
  - c) Buena, mantiene una selección adecuada de productos.
  - d) Excelente, varias opciones que satisfacen diversas necesidades financieras
  
4. **¿Cuál fue su principal motivación para solicitar un crédito de consumo?**
  - a) Financiar proyectos personales o mejoras en el hogar.
  - b) Cubrir gastos inesperados o emergencias
  - c) Consolidar deudas existentes.
  - d) Realizar una compra importante (por ejemplo, un electrodoméstico, un vehículo, etc.)
  
5. **Acceder al crédito de consumo le ha permitido.**
  - a) Financiar muebles y enseres, mejoras en vivienda, vehículo, etc.)
  - b) Realizar un viaje
  - c) Pago de educación
  - d) Festejar
  - e) Otro\_\_\_\_\_
  
6. **¿Cuál de los siguientes factores considera al seleccionar un banco para obtener un crédito de consumo?** (Puede marcar más de una opción)
  - a) Flexibilidad en los requisitos
  - b) Plazos de pago
  - c) Tasa de interés
  - d) Reputación y solidez financiera del banco
  - e) Recomendación de conocidos
  
7. **¿A través de qué canales se enteró inicialmente de la oferta de crédito de consumo?**
  - a) Publicidad en medios
  - b) Recomendación de amigos/familia

- c) Búsqueda en internet
- d) Sucursal bancaria
- e) Otros: \_\_\_\_\_

**8. Al momento de recibir el crédito de consumo obtuvo información sobre:**

- a) Tabla de amortización
- b) Tasas de interés
- c) Comisiones
- d) Opciones de pago anticipado
- e) Consecuencias en pagos tardíos o incumplimiento

**9. ¿Suele leer y comprender los términos y condiciones del crédito antes de firmarlo?**

- a) Siempre, y considero que son fáciles de comprender.
- b) Siempre, aunque considero que los términos son difíciles de entender.
- c) A veces, dependiendo de la complejidad del contrato.
- d) Raramente, ya que considero que es complicado.
- e) Nunca, confío en la explicación verbal del prestamista sin revisar los términos por escrito.

**10. ¿Qué obstáculos o dificultades ha experimentado al intentar obtener un crédito de consumo?**

- a) Historial crediticio insuficiente
- b) Ingresos inestables
- c) Falta de garantías o avales
- d) Otras deudas existentes
- e) Falta de información clara sobre los requisitos del préstamo
- a) Otros: \_\_\_\_\_

**Datos generales**

**Edad:**

- a) Entre 18 y 25 años
- b) Entre 26 y 35 años
- c) Más de 35 años

**Género:**

- a) Masculino
- b) Femenino

**Nivel educativo:**

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Técnico/Tecnológico
- d) Universitario
- e) Postgrado

**Ingreso mensual aproximado:**

- a) Menos de USD 700
- b) USD 701 - USD1500
- c) USD 1.501 - USD 2.000
- d) Más de USD 2.001

**Ocupación:**

- a) Empleo de tiempo completo
- b) Empleo de medio tiempo
- c) Desempleado
- d) Trabajador por cuenta propia
- e) Jubilado

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Tema de Artículo Académico:** Análisis del acceso al crédito de consumo de la banca privada en la ciudad de Guayaquil.

**Autor(a):** MOROCHO ALMEIDA ANDREA ESTEFANIA

**Nombre del Instrumento de recolección de datos:** Encuestas dirigidas a personas que representen a los consumidores de servicios financieros en Guayaquil y que hayan accedido a créditos de consumo.

**Objetivo General:** Analizar el acceso al crédito de consumo de la banca privada en la ciudad de Guayaquil

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tenga el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrumento P= Pertinente NP = No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I = Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	P		O				A		
2	P		O				A		
3	P		O				A		
4	P		O				A		
5	P		O				A		
6	P		O				A		
7	P		O				A		
8	P		O				A		
9	P		O				A		
10	P		O				A		
<b>DATOS DEL EVALUADOR</b>	<b>Nombres: JORGE CUEVA ESTRADA</b> <b>Profesión: MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS</b> <b>Cargo: DOCENTE</b> <b>Fecha: 22/02/2024</b>						<b>Firma:</b> 		

**Observaciones Generales** \_\_\_\_\_

## **Anexo N°2 Formato de la entrevista**

**TEMA:** Análisis del acceso al crédito de consumo de la banca privada en la ciudad de Guayaquil

### **ENTREVISTA**

1. ¿Cuál ha sido la evolución de la oferta de productos de crédito de consumo en Guayaquil en los últimos años?
2. ¿Cuál es el tipo de crédito de consumo más relevante en Guayaquil y qué factores influyen?
3. ¿Cuáles considera Ud. son los factores determinantes para que los consumidores de Guayaquil seleccionen el banco y soliciten créditos de consumo?
4. ¿Cómo ha sido la evolución de la percepción de los consumidores sobre el riesgo y la seguridad en los servicios de crédito de consumo en los últimos años?
5. ¿Cuál es la importancia que tiene el crédito no formal para la banca privada? ¿Se tiene en cuenta al hacer análisis de mercado?
6. ¿Qué estrategias con relación a la tecnología, procesos de solicitud, evaluación crediticia, inteligencia artificial, considera Ud. que deban ser innovadas en la banca para mejorar el acceso al crédito de consumo en sectores menos atendidos en Guayaquil?
7. ¿Cuáles son las innovaciones implementadas en la banca que han mejorado el acceso a los créditos de consumo?
8. ¿Cuáles considera son los principales desafíos que enfrenta la banca formal en competencia con los créditos no formales y cómo pueden superarse?


**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Tema de Artículo Académico:** Análisis del acceso al crédito de consumo de la banca privada en la ciudad de Guayaquil

**Autor(a):** Morocho Almeida Andrea Estefanía

**Nombre del Instrumento de recolección de datos:** Entrevista a 3 bancos privados en Guayaquil.

**Objetivo General:** Analizar el acceso al crédito de consumo de la banca privada en la ciudad de Guayaquil

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tenga el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrumento P= Pertinente NP = No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I = Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	P		O						
2	P		O						
3	P		O						
4	P		O						
5	P		O						
6	P		O						
7	P		O						
8	P		O						
<b>DATOS DEL EVALUADOR</b>	<b>Nombres: JORGE CUEVA ESTRADA</b> <b>Profesión: MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS</b> <b>Cargo: DOCENTE</b> <b>Fecha: 22/04/2024</b>						<b>Firma:</b> 		

**Observaciones Generales**

---