



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CON MENCIÓN EN RECURSOS HUMANOS Y MARKETING

“TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL”

PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE MAGISTER EN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“ANÁLISIS DE LOS REQUISITOS EN LA OBTENCIÓN DE CLIENTES

PARA CRÉDITOS DE CONSUMO EN UNA INSTITUCIÓN

FINANCIERA”

AUTOR: CPA. RUBÉN DARIO VILLANUEVA ARAUJO

TUTOR: MAE. LUIS ALEMÁN HERRERA LOZANO

GUAYAQUIL – ECUADOR

JULIO 2016

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL		
TÍTULO “Análisis de los requisitos en la obtención de clientes para créditos de consumo en una Institución Financiera”		
AUTOR: Rubén Darío Villanueva Araujo	REVISOR: Ing. Javier Burgos MAE	
INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil	FACULTAD: Ciencias Administrativas	
CARRERA: MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
FECHA DE PUBLICACIÓN: Septiembre 2016	Nº DE PÁGS.:	
ÁREA TEMÁTICA:		
PALABRAS CLAVES: Créditos de consumo, requisitos crediticios, requisitos discriminatorios		
<p>RESUMEN: Las Instituciones Financieras Bancarias Privadas otorgan créditos de consumo, los cuales sirven para satisfacer las necesidades y deseos de los clientes y/o tarjetahabientes, a través de la adquisición de bienes o servicios, para prestar este servicio se requiere que el solicitante cumpla con la entrega de información, de carácter cualitativo y cuantitativo, los cuales están acorde a las normativas vigentes emitidos por los entes de control. Algunos requerimientos que exige se los considera de carácter discriminatorio, de acuerdo a lo estipulado en el Art. 11 de la Constitución de la República de Ecuador, estos requisitos pueden estigmatizar a los ecuatorianos y las ecuatorianas. Esta investigación es de carácter cualitativa y la fuente de información es documental, por lo tanto es eminentemente exploratoria, descriptiva y cuasi experimental.</p>		
Nº DE REGISTRO(en base de datos):	Nº DE CLASIFICACIÓN:	
Nº		
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR:	Teléfono:	E-mail:
CONTACTO DE LA INSTITUCIÓN	Nombre:	
	Teléfono:	

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del estudiante Rubén Darío Villanueva Araujo, del Programa de Maestría en Administración de Empresas con mención en Recursos Humanos y Marketing, nombrado por el Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas CERTIFICO: que el trabajo de titulación especial titulado “Análisis de los requisitos en la obtención de clientes para créditos de consumo en una Institución Financiera”, en opción al grado académico de Magíster en Administración de Empresas, cumple con los requisitos académicos, científicos y formales que establece el Reglamento aprobado para tal efecto.

Atentamente

MAE. Luis Alemán Herrera Lozano
TUTOR

Guayaquil, 1 de Agosto de 2016

DEDICATORIA

A mi madre Norma,

A mi amada esposa Daniela

y A mi preciosa hija Camilita.

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme dado la vida y por haberme dado a mi madre, también porque cada día bendice mi vida con la hermosa oportunidad de estar y disfrutar a lado de las personas que sé que me estiman y aman, y a las que sé que amo en mi vida, gracias a Dios por permitirme amar a mi madre, y gracias a ella por permitirme conocer de Dios y de su infinito amor.

A mi madre le agradezco toda su dedicación y paciencia que me tiene y por ser la promotora de mis sueños, a mi esposa y a mi hija por ser ese motor que me impulsa a seguir adelante. Gracias por acompañarme cada larga y agotadora noche de estudio y por cada una de sus palabras.

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de este trabajo de titulación especial, me corresponden exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL”

RUBEN DARIO VILLANUEVA ARAUJO

ABREVIATURAS

IFBP =	Institución Financiera Bancaria Privada
JB =	Junta Bancaria
SBS =	Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador

Tabla de contenido

Resumen.....	1
Abstract.....	2
Introducción.....	3
Delimitación del problema.....	4
Formulación del problema.....	7
Justificación.....	7
Objeto de Estudio.....	13
Campo de Investigación.....	13
Objetivo General.....	13
Objetivos Específicos.....	13
La novedad científica.....	13
Capítulo 1.....	15
MARCO TEÓRICO.....	15
1.1 Teorías generales.....	15
1.2 Teorías sustantivas.....	16
1.3 Referentes empíricos.....	24
Capítulo 2.....	30
MARCO METODOLÓGICO.....	30
2.1 Metodología:.....	30
2.2 Métodos:.....	30
2.3 Premisas o Hipótesis.....	31
2.4 Universo y muestra.....	31
2.5 CDIU Operacionalidad de las variables.....	32
Categoría.....	32
Dimensiones.....	32
2.6 Gestión de datos.....	34
2.7 Criterios éticos de la investigación.....	34
Capítulo 3.....	35
RESULTADOS.....	35
3.1 Antecedentes de la unidad de análisis o población.....	35
3.2 Diagnostico o estudio de campo:.....	35
ENTREVISTA.....	35
Jefes De Crédito De Las Instituciones Financieras en Guayaquil.....	35
Capítulo 4.....	38

DISCUSIÓN	38
4.1 Contratación empírica:.....	39
4.2 Limitaciones:.....	39
4.3 Líneas de investigación:	40
4.4 Aspectos relevantes	40
Capítulo 5.....	41
PROPUESTA.....	41
Conclusiones y recomendaciones	44
Bibliografía	46
Referencias bibliográficas.....	50
Anexos	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 CDIU del estudio de caso	32
--	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Árbol de problemas.....	5
----------------------------------	---

Resumen

El presente trabajo es un estudio de las formalidades que realizan las Instituciones Financieras para otorgar créditos de consumo, los cuales sirven para adquisición de bienes o servicios.

Las Instituciones Financieras deben actuar de acuerdo a las disposiciones emitidas por los entes de control, mediante la emisión de políticas y estudios del diferente crédito que la ley y el reglamento lo indica, debido a ello numerosas personas no pueden optar por un crédito de consumo, al no cumplir las formalidades que son impuestas por las Instituciones Financieras.

El proyecto estudio como las personas se sienten discriminadas al no ser objetos de créditos y propone estrategias para que las personas accedan a dichos créditos. Creando sublíneas de créditos consumo mínimo de acuerdo a la capacidad económica de las personas.

Palabras clave: Créditos de consumo, requisitos crediticios, requisitos discriminatorios.

Abstract

This work is a study of the formalities carried out by the Financial Institutions to grant consumer loans, which are used to purchase goods or services.

Financial institutions must act in accordance with the provisions issued by the control entities , by issuing policies and studies of different credit that law and regulation indicates Because of this many people are not eligible for credit consumption, not comply with the formalities are imposed by the Financial Institutions.

The study project as people feel discriminated against by not being objects of credits and proposes strategies for people to access these credits. Creating credit sublines minimum consumption according to the economic capacity of people.

Keywords: Consumer loans, credit requirements, discriminatory requirements.

Introducción

El Comité de Basilea, es el seudónimo con el que se conoce al Comité de Supervisión Bancaria de Basilea, cuyas siglas en inglés BCBC (Basel Commimittee on Banking Supervision), un ente no gubernamental creado en el 1974 después de una dificultad financiera donde estuvieron involucrados dos potencias mundiales (Alemania y Estados Unidos). Este Comité lo conforman los siguientes países: Alemania, Bélgica, Canadá, España, Estados Unidos, Francia, Italia, Japón, Luxemburgo, Países Bajos, Reino Unido, Suecia y Suiza, representados por la máxima autoridad del Banco Central de cada país, a este grupo se los conoce como G10. La tarea principal del Comité es fortalecer la gestión de los bancos internacionales a través de la emisión de estándares de calidad en las siguientes temáticas: Gobierno Corporativo, Manejo de Riesgos (crédito, tasas de interés, operativos), Liquidez, Control Interno.

El Comité de Basilea, en el año 1998 emitió un documento el cual lo denominó como “Acuerdo de Capital de Basilea” o “Basilea I”, este instructivo fue utilizado no solamente por las Instituciones Financieras de los países que conforman el Comité o G10, sino por bancos de otros países, que realicen transacciones internacionales. Como resultado de la utilización de Basilea I, a través del tiempo se realizó observaciones, las cuales fueron formuladas entre los actores del sector financiero internacional. En el año 2004 el Comité presentó un “Nuevo Acuerdo de Capital” o “Basilea II”.

Ecuador, con la finalidad de fortalecer sus procesos operativos en el sector financiero, acogió los estándares de calidad propuestos por el Comité de Basilea, a través de la emisión de normativas; es decir, leyes, reglamentos, resoluciones, circulares, bajo la tutela de los organismos de control como la Junta Bancaria (JB) y la Superintendencia de Bancos y

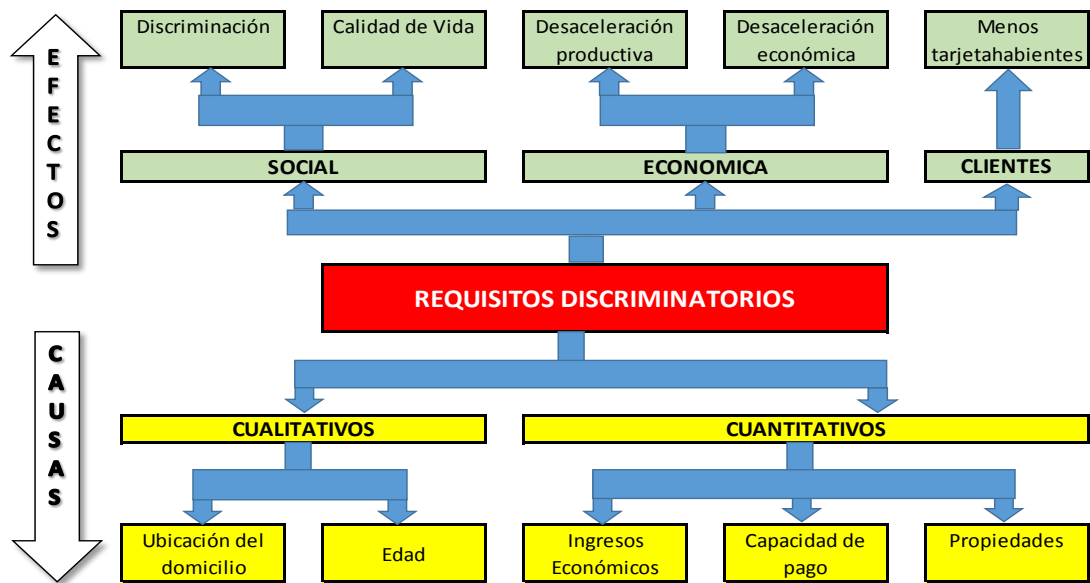
Seguros del Ecuador (SBS), estas normativas se han ido actualizando a través del tiempo con la finalidad de tener un control más efectivo.

La principal actividad a la que se dedican las Instituciones Financieras Bancarias Privadas (IFBP) es la intermediación financiera; es decir, captación (pasivos) y colocación (activos) de recursos económicos, por tal motivo debe dar fiel cumplimiento a las disposiciones emitidas de los entes de control, mediante la emisión de políticas y procedimientos en los diferentes tipos de créditos que la Ley y reglamento les permite.

Delimitación del problema

Existen varias fuentes de financiamiento tanto en el mercado financiero y no financiero, el más solicitado o recurrente es el servicio que presta las IFBP del país. Una de las principales actividades que se dedican las IFBP es la intermediación financiera; es decir, la captación y colocación de dinero, esta actividad es la parte neurálgica de este negocio, debido a que se trabaja con dinero de los clientes e inversionistas que posee la entidad. Esto obliga a las IFBP sean más exigentes con los requerimientos de información tanto cualitativa y cuantitativa de sus clientes, con la finalidad de tener una cartera sana, no incrementar la provisión de los activos de riesgo y su posterior castigo. La recuperación del capital más intereses se la realiza a través de un juicio, lo que conlleva erogaciones en costas judiciales, estos valores; es decir, capital, intereses, mora y costas judiciales se recupera a través de la venta o enajenación de la garantía real, lo que en un momento determinado origina un impacto financiero, adicionalmente se distorsiona significativamente el giro del negocio. Lo que repercute que las IFBP, dentro de sus políticas incluyan requerimientos discriminatorios, que van en contra a lo estipulado en la Constitución de la República del Ecuador, aprobada por la Asamblea Nacional en Montecristi. Lo que podría ocasionar uno o varios litigios de clientes que se sientan afectados.

Figura 1: Árbol de problemas



Elaborado por: RUBEN DARIO VILLANUEVA ARAUJO

Causas

Información Cualitativa: Algunas IFBP consideran como limitante lo siguiente:

- Ubicación del domicilio del cliente y/o tarjetahabiente, debido a que lo relacionan con su nivel de vida, también se las denomina como “zonas vetadas” y no por la estructura física del bien inmueble
- Edad, porque no pertenece a la población económicamente activa; es decir, es muy joven o pertenece a la tercera edad.

Información Cuantitativa: Estas causas se refieren específicamente a la económica; es

decir:

- Ingresos económicos: en la evaluación del cliente y/o tarjetahabiente si genera un ingreso mínimo mensual, según los análisis de la IFBP, este debe ser superior a USD\$800,00 (ochocientos dólares de Estados Unidos de Norteamérica).

- Capacidad de pago, después de evaluar el ingreso mínimo mensual, se deducen todos los gastos, tanto alimentación, educación, etc., esto se realiza para determinar el valor que pueda cancelar por el préstamo que se va a otorgar.
- Propiedades, todos los bienes muebles e inmuebles que posea el cliente y/o tarjetahabiente, los cuales en un momento determinado servirán como garantías reales, esta debe superar el 140% de acuerdo a las políticas del IFBP.

Efectos:

Social, los requisitos que las IFBP en algunos casos afectan la parte social y cultural de los clientes y/o tarjetahabientes, este segmento de crédito está enfocado a cubrir sus necesidades para mejorar su calidad y estatus de vida, pero por no cumplir estos requisitos son tratados con indiferencia, citó como ejemplo una actividad de alta rotación, entre las que podemos citar obreros de la construcción, dependientes de almacenes, guardias de seguridad, choferes, jornaleros. La Constitución de la República del Ecuador, desaprueba este tipo de acciones en contra las personas, esto podría ocasionar uno o varios litigios a IFBP de clientes que se sientan afectados por este trato, adicionalmente denunciarlos ante la Comisión de los Derechos Humanos.

Económica, la falta de circulante en el mercado genera una desaceleración tanto productiva como económica por cuanto las personas no tienen para adquirir los bienes o servicios que necesitan, esto afecta significativamente al sector productivo y comercial del país.

Clientes, la contracción del segmento de consumo por los requisitos existentes repercute significativamente en la economía del país y la pérdida en la participación del mercado objetivo

Formulación del problema

¿Determinar si los requisitos que solicitan las IFBP para otorgar créditos de consumo son discriminatorios?

Justificación

La SBS a través de la Subdirección de Estadísticas presentó en su página web "Calificación de la Cartera de Créditos y Contingentes, y sus Provisiones", donde se incluye todas las colocaciones de dinero (préstamos) en el año 2015 en el mercado financiero tanto por segmento de crédito y consolidado y por IFBP. Las IFBP colocaron (prestaron) USD\$ 264.869 millones de dólares de Estados Unidos de Norteamérica, de los cuales USD\$ 76.714 millones de dólares, son préstamos de consumo que representa aproximadamente el 30% de los créditos otorgados.

De acuerdo a la normativa vigente, emitida por la SBS, todos los créditos otorgados o colocaciones son denominados "Activos de Riesgo", por tal motivo se los evalúa trimestralmente; es decir de enero a marzo, abril a junio, julio a septiembre y octubre a diciembre de cada año. La evaluación se la conoce como "Calificación de Activos de Riesgo", la cual se realiza considerando la morosidad y el comportamiento de pago de los clientes y/o tarjetahabientes, garantías reales (si las tuviera), como consecuencia de esta evaluación se asigna una provisión para cada préstamo otorgado por la IFBP.

En la operacionalización de la Calificación de Activos de Riesgo, según la cantidad de los días de atraso en el pago se los va clasificando, lo que se llama "Categoría". Esta Categoría varía de acuerdo al tipo de préstamo que otorga la IFBP a sus clientes, para el caso de los créditos de consumo, las categorías según los días de morosidad es la siguiente:

Tabla 1.- Días de morosidad

<u>Categoría</u>	<u>Días</u>
A-1	0
A-2	1 - 8
A-3	9 - 15
B-1	16 - 30
B-2	31 - 45
C-1	46 - 70
C-2	71 – 90
D	91 - 120
E	+ 120

Nota: Tomado del Capítulo II “calificación de Activos de Riesgo y constitución de provisiones”; Título IX “De los activos y de los límites de crédito”, Libro I, de la codificación de Resoluciones de la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador y Junta Bancaria.

Elaborado por: RUBEN DARIO VILLANUEVA ARAUJO

La última Calificación de Activos de Riesgo del año 2015 (octubre a diciembre), el crédito de consumo está concentrado en la categoría estándar (incluye las categorías A1 + A2 + A3 + B1 + B2 cuya morosidad va desde 0 hasta 45 días) USD\$ 72.660 millones de dólares de Estados Unidos de Norteamérica, que representa 95%, esto nos indica que este tipo de crédito es sano.

Ilustración 2.

**MONTOS CALIFICADOS, ESTRUCTURA E INDICE DE RIESGO
SISTEMA DE BANCOS PRIVADOS
TOTAL CARTERA**
(En miles de dólares)

ENTIDAD	2015												TOTAL	%
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC		
AMAZONAS	100.449,41	99.532,25	99.139,49	99.849,96	101.414,00	103.207,47	104.340,44	104.502,45	103.437,05	103.437,05	98.436,16	94.394,62	1.212.140,34	0,46%
AUSTRO	951.681,28	955.450,05	973.906,90	976.083,48	971.435,32	965.036,50	957.931,75	947.275,72	938.510,66	929.278,74	924.674,49	915.463,82	11.406.728,71	4,31%
BANCODESARROLLO	101.132,46	99.308,83	119.939,36	100.765,17	102.627,91	104.549,77	108.353,28	110.225,95	109.114,24	0,00	110.214,93	111.796,50	1.178.028,40	0,44%
BOLIVARIANO	1.663.465,17	1.678.357,97	1.677.561,59	1.694.396,81	1.677.411,63	1.678.686,19	1.681.716,02	1.651.165,02	1.655.242,13	1.640.185,47	1.568.631,34	1.561.322,69	19.828.142,03	7,49%
CAPITAL	105.293,68	105.611,22	106.445,23	105.061,12	101.816,66	97.733,94	93.701,71	90.315,00	84.322,68	40,65	77.955,50	74.656,32	1.042.953,72	0,39%
CITIBANK	519.674,99	548.255,42	558.466,67	588.267,41	550.305,81	534.542,78	499.123,98	490.164,70	557.618,37	563.051,03	565.255,64	560.046,99	6.534.773,80	2,47%
COFIEC	5.065,36	5.011,67	7.770,99	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	17.848,02	0,01%
COMERCIAL DE MANABI	28.618,18	28.883,94	27.864,55	28.008,53	27.443,08	27.394,07	27.912,49	27.966,43	28.650,72	28.208,74	27.532,95	27.243,11	335.726,79	0,13%
COOPNACIONAL	23.837,79	23.807,05	23.935,74	24.325,55	24.423,66	24.229,11	24.062,76	23.749,92	23.671,41	5,96	23.303,42	22.790,91	262.143,26	0,10%
DELBANK	18.421,41	18.919,14	19.322,84	19.544,12	19.605,29	19.147,81	18.922,52	19.485,94	19.491,53	61,98	19.744,11	19.318,30	211.984,98	0,08%
D-MIRO	78.021,77	80.752,81	83.201,70	85.963,44	88.868,79	91.651,80	93.123,07	95.615,11	96.676,67	0,00	98.104,15	98.589,58	990.568,88	0,37%
FINCA	39.875,38	39.012,61	38.716,36	38.286,38	37.665,49	36.502,32	35.812,09	35.314,40	35.173,81	0,00	35.838,29	35.605,99	407.803,14	0,15%
GENERAL RUMIÑAHUI	420.529,30	425.174,57	428.456,82	431.973,00	426.172,80	424.382,09	414.372,27	406.727,55	403.874,17	399.815,72	390.593,61	377.707,71	4.949.779,63	1,87%
GUAYAQUIL	2.436.827,26	2.452.894,52	2.498.763,39	2.556.288,14	2.533.033,14	2.490.285,71	2.467.194,95	2.449.673,62	2.409.954,08	2.335.667,80	2.297.332,11	2.286.068,27	29.213.982,99	11,03%
INTERNACIONAL	1.958.388,52	1.974.755,74	1.941.576,75	1.995.376,87	1.983.800,04	2.075.891,91	2.051.429,22	2.046.021,25	2.084.661,95	2.070.718,47	2.076.549,98	2.067.384,71	24.326.555,41	9,18%
LITORAL	13.216,10	13.554,65	13.796,83	13.515,69	13.145,13	13.098,92	12.847,90	13.069,17	13.062,33	13.351,79	13.696,18	13.170,22	159.524,91	0,06%
LOJA	313.540,69	318.016,16	321.106,21	319.952,96	319.743,93	313.226,94	307.030,70	300.681,42	303.509,41	291.926,12	285.232,23	276.829,81	3.670.796,58	1,39%
MACHALA	393.271,07	393.300,96	397.665,02	406.070,93	408.156,94	403.671,00	399.938,96	390.424,25	380.115,87	360.404,59	359.031,86	354.229,26	4.646.280,71	1,75%
PACIFICO	2.845.047,29	3.038.317,24	2.741.651,90	2.694.490,08	2.697.062,50	3.039.440,07	3.107.820,98	3.148.923,98	3.143.025,65	1.082.889,83	3.121.891,82	3.069.574,77	33.730.136,11	12,73%
PICHINCHA	7.337.965,37	7.433.246,36	7.433.246,36	7.360.980,39	7.224.542,83	7.213.123,06	7.164.601,69	7.101.454,08	6.825.801,58	6.217.954,43	6.967.370,89	6.591.246,00	84.871.533,05	32,04%
PROCREDIT	357.901,57	350.920,67	346.936,10	344.388,38	341.424,84	336.653,56	335.187,22	331.491,88	326.927,70	488,68	312.215,55	303.083,31	3.687.619,47	1,39%
PRODUBANCO	2.397.084,26	2.450.007,08	2.378.356,54	2.371.104,61	2.380.049,40	2.367.169,67	2.343.421,06	2.225.044,51	2.249.609,81	312.171,93	2.219.088,86	2.183.758,27	25.876.865,99	9,77%
PROMERICA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
SOLIDARIO	625.160,89	620.053,97	614.866,26	609.233,29	306.130,20	616.672,65	602.216,19	591.010,23	587.409,50	7.088,98	572.381,34	556.143,45	6.308.366,93	2,38%
SUDAMERICANO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
TERRITORIAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.720,77	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.720,77	0,00%
UNIBANCO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
TOTAL	22.734.450,01	23.153.125,71	22.852.674,51	22.863.926,30	22.336.279,41	22.976.297,34	22.852.782,01	22.600.302,58	22.379.861,31	16.353.974,19	22.165.075,42	21.600.424,61	264.869.173,39	100,00%

Nota: Los datos del Banco del Pichincha a Marzo del 2015 son replica del mes de febrero del mismo año, por una fallo en la información en el mes en cuestion.

Elaborado por: RUBEN DARIO VILLANUEVA ARAUJO

Ilustración 3

MONTOS CALIFICADOS, ESTRUCTURA E INDICE DE RIESGO

SISTEMA DE BANCOS PRIVADOS

CARTERA CONSUMO

(En miles de dólares)

ENTIDAD	2015													
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL	%
AMAZONAS	68.920,06	68.528,50	67.752,01	67.924,53	68.620,59	69.327,62	70.521,68	71.450,02	71.143,37	68.325,25	66.564,81	63.292,46	822.370,91	1,07%
AUSTRO	559.572,42	556.901,09	556.742,49	551.367,96	550.354,13	545.852,79	542.570,43	539.360,60	535.513,26	530.432,50	525.952,19	518.544,46	6.513.164,33	8,49%
BANCODESARROLLO	23.415,46	23.111,23	23.594,65	24.016,14	24.709,40	25.672,79	26.915,27	27.646,17	27.404,00	0,00	26.420,51	26.193,77	279.099,38	0,36%
BOLIVARIANO	270.126,75	270.197,62	279.343,13	285.026,75	284.559,76	286.290,34	285.875,03	285.906,42	285.737,07	285.450,60	285.199,85	283.209,15	3.386.922,47	4,41%
CAPITAL	78.038,52	76.716,83	74.504,11	72.247,70	69.471,06	66.544,91	63.507,63	60.982,09	56.315,97	0,00	51.614,94	49.121,20	719.064,96	0,94%
CITIBANK	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
COFIEC	61,29	58,20	55,93	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	175,42	0,00%
COMERCIAL DE MANABI	6.250,75	6.189,19	6.224,28	6.552,26	6.733,21	6.823,49	7.325,96	7.706,13	7.911,24	7.956,19	7.709,28	7.450,67	84.832,65	0,11%
COOPNACIONAL	404,45	385,24	359,09	346,05	365,43	354,90	341,43	343,97	364,67	0,00	326,62	310,24	3.902,11	0,01%
DELBANK	5.936,97	6.138,02	6.290,96	6.176,08	6.170,40	5.983,76	5.957,45	6.017,02	5.996,22	0,00	6.099,71	5.987,04	66.753,63	0,09%
D-MIRO	56,25	55,56	42,27	41,59	41,34	24,57	24,46	23,21	10,97	0,00	9,12	3,91	333,25	0,00%
FINCA	7,58	6,96	12,02	11,56	8,93	8,67	8,40	8,12	7,83	0,00	6,53	6,38	92,99	0,00%
GENERAL RUMIÑAHUI	281.831,05	285.999,22	288.049,21	290.834,00	287.029,69	284.798,61	280.738,74	277.749,44	271.765,91	268.060,11	262.491,34	253.063,46	3.332.410,78	4,34%
GUAYAQUIL	947.056,01	938.389,76	925.011,52	917.406,41	908.582,71	899.803,14	889.904,77	887.030,95	880.362,55	875.834,44	873.054,47	863.487,34	10.805.924,06	14,09%
INTERNACIONAL	249.652,41	247.363,22	245.598,10	245.441,01	246.301,18	248.133,85	254.527,27	262.722,45	267.033,63	269.418,66	266.697,79	257.625,36	3.060.514,92	3,99%
LITORAL	9.933,20	10.287,75	10.577,37	10.388,75	10.122,25	10.152,50	10.132,77	10.475,52	10.603,44	10.878,10	11.168,11	10.821,73	125.541,48	0,16%
LOJA	112.208,62	112.292,49	113.039,86	112.780,75	113.073,42	110.715,56	108.401,85	106.505,18	104.580,98	102.453,83	100.026,76	96.577,73	1.292.657,01	1,69%
MACHALA	166.542,45	167.793,42	168.869,91	169.766,88	169.287,40	168.293,08	167.520,02	164.024,04	158.532,37	154.418,09	150.271,80	144.908,31	1.950.227,78	2,54%
PACIFICO	1.106.553,53	1.102.255,58	1.111.833,29	1.082.421,03	1.066.712,41	1.059.918,37	1.062.792,07	1.077.326,30	1.105.444,69	0,00	1.106.013,24	1.086.772,88	11.968.043,39	15,60%
PICHINCHA	2.321.433,57	2.324.505,08	2.324.505,08	2.294.373,23	2.278.087,02	2.258.472,20	2.232.507,65	2.205.659,08	1.853.145,35	929,34	2.070.076,35	2.007.533,85	24.171.227,80	31,51%
PROREDIT	1.313,66	1.162,95	1.112,91	1.030,95	961,18	969,28	991,13	1.693,00	2.889,47	0,00	3.848,13	3.931,62	19.904,26	0,03%
PRODUBANCO	473.304,53	472.314,90	474.516,20	474.471,83	482.121,80	485.637,79	484.271,14	482.862,01	481.208,86	12.573,62	471.946,35	456.328,54	5.251.557,59	6,85%
PROMERICA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
SOLIDARIO	277.536,57	273.257,23	269.638,08	264.457,85	268.560,64	268.415,12	256.865,80	251.242,88	252.429,43	0,00	243.012,70	234.381,34	2.859.797,64	3,73%
SUDAMERICANO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
TERRITORIAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
UNIBANCO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
TOTAL	6.960.156,10	6.943.910,07	6.947.672,47	6.877.083,33	6.841.873,93	6.802.193,35	6.751.700,94	6.726.734,60	6.378.401,29	2.586.730,73	6.528.510,57	6.369.551,41	76.714.518,81	100,00%

Elaborado por: RUBEN DARIO VILLANUEVA ARAUJO

Ilustración 4

MONTOS CALIFICADOS, ESTRUCTURA E INDICE DE RIESGO

SISTEMA DE BANCOS PRIVADOS

CARTERA ESTANDAR (A1+A2+A3+B1+B2)

(En miles de dólares)

ENTIDAD	2015												TOTAL	%
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC		
AMAZONAS	65.612,53	65.199,60	64.373,61	64.226,40	64.835,88	65.695,96	67.069,49	67.697,19	67.414,11	65.095,70	62.931,09	59.842,95	779.994,53	1,07%
AUSTRO	527.008,97	519.538,63	519.820,14	517.988,74	517.167,66	512.532,24	507.992,26	502.030,05	501.879,42	495.976,61	489.158,27	483.092,55	6.094.185,54	8,39%
BANCODESARROLLO	22.957,31	22.613,68	23.077,78	23.502,19	24.198,40	25.158,82	26.405,98	27.117,50	26.865,81	0,00	25.750,56	25.497,61	273.145,65	0,38%
BOLIVARIANO	255.934,65	255.260,43	261.874,08	268.240,71	268.037,22	267.802,58	268.143,84	266.919,66	268.347,46	268.003,16	263.807,88	265.085,85	3.177.457,51	4,37%
CAPITAL	74.833,34	73.277,15	71.129,01	68.695,07	65.491,11	62.638,11	59.636,62	56.925,95	52.474,97	0,00	46.936,19	44.137,14	676.174,65	0,93%
CITIBANK	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
COFIEC	39,73	28,07	25,80	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	93,60	0,00%
COMERCIAL DE MANABI	5.962,62	5.892,41	5.933,78	6.264,53	6.373,86	6.516,86	7.018,80	7.447,15	7.625,82	7.688,04	7.324,43	7.077,33	81.125,64	0,11%
COOPNACIONAL	402,24	383,16	357,08	344,47	362,02	351,83	338,28	340,75	363,00	0,00	324,95	308,63	3.876,40	0,01%
DELBANK	5.771,40	5.981,74	6.128,72	6.022,67	5.946,52	5.799,91	5.742,63	5.790,24	5.763,98	0,00	5.859,42	5.749,64	64.556,87	0,09%
D-MIRO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
FINCA	7,58	6,96	12,02	11,56	8,93	8,67	8,40	8,12	7,83	0,00	6,53	6,38	92,99	0,00%
GENERAL RUMIÑAHUI	276.926,14	280.056,26	283.647,90	285.795,92	281.316,48	279.075,73	274.374,42	271.121,44	264.958,20	260.703,46	254.086,66	247.201,85	3.259.264,47	4,49%
GUAYAQUIL	896.083,50	885.191,80	868.421,80	859.926,07	849.158,67	839.752,56	831.002,00	826.348,75	821.669,79	817.669,13	815.612,43	808.689,37	10.119.525,88	13,93%
INTERNACIONAL	236.631,23	232.735,69	232.263,55	232.503,97	230.806,00	233.795,73	239.260,00	246.558,20	252.179,25	252.087,53	248.311,79	240.401,60	2.877.534,52	3,96%
LITORAL	9.577,19	9.904,10	10.201,74	9.964,13	9.657,54	9.564,91	9.610,07	9.964,06	10.033,38	10.458,44	10.757,94	10.414,25	120.107,76	0,17%
LOJA	108.687,12	108.492,98	108.578,73	107.667,65	107.594,91	105.921,99	103.417,78	102.253,74	100.042,21	97.848,87	94.951,85	92.532,34	1.237.990,16	1,70%
MACHALA	161.612,14	162.287,25	163.461,52	164.190,66	163.468,28	162.275,51	161.525,73	148.304,74	143.238,99	138.764,54	134.298,99	130.188,79	1.833.617,14	2,52%
PACIFICO	1.072.076,47	1.069.654,86	1.078.249,92	1.050.452,06	1.032.700,07	1.022.486,87	1.019.548,89	1.032.122,46	1.057.984,75	0,00	1.051.224,30	1.032.429,94	11.518.930,59	15,85%
PICHINCHA	2.213.195,11	2.212.801,52	2.212.801,52	2.181.996,59	2.163.238,56	2.139.471,65	2.110.197,88	2.079.204,17	1.749.524,76	0,00	1.975.499,42	1.927.837,65	22.965.768,84	31,61%
PROCREDIT	1.185,05	1.041,22	1.004,35	924,92	845,18	847,18	869,64	1.564,91	2.764,59	0,00	3.724,73	3.794,97	18.566,75	0,03%
PRODUBANCO	443.626,36	440.726,23	442.220,45	443.413,51	450.528,22	452.551,90	451.862,76	449.080,93	448.367,54	0,00	435.735,86	425.946,77	4.884.060,54	6,72%
PROMERICA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
SOLIDARIO	260.742,92	256.457,79	253.233,14	248.492,30	253.079,91	252.662,86	240.298,75	233.773,15	233.828,75	0,00	224.643,17	216.848,43	2.674.061,17	3,68%
SUDAMERICANO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
TERRITORIAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
UNIBANCO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
TOTAL ESTANDAR	6.638.873,61	6.607.531,54	6.606.816,64	6.540.624,14	6.494.815,42	6.444.911,88	6.384.324,21	6.334.573,19	6.015.334,62	2.414.295,47	6.150.946,44	6.027.084,04	72.660.131,20	100,00%

Elaborado por: RUBEN DARIO VILLANUEVA ARAUJO

Objeto de Estudio

Fuentes de Financiamiento.

Campo de Investigación

Instituciones Financieras Bancarias Privadas

Objetivo General

Analizar los requisitos que solicitan las Instituciones Financieras Bancarias Privadas “IFBP” para otorgar créditos de consumo, en algunos casos discriminatorios.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar las falencias en el otorgamiento del crédito de las IFBP, para otorgar créditos de consumo.
- Analizar las políticas de crédito que exigen las IFBP, para otorgar créditos de consumo.
- Elaborar las estrategias crediticias, que permitan mejorar la selección y otorgamiento del crédito.

La novedad científica

La elaboración de una guía práctica para establecer mecanismos de flexibilización (sustitución y/o eliminación) de los requisitos que las IFBP solicitan para otorgar los créditos de consumo y establecer indicadores mínimos de cumplimiento, este documento busca incrementar la participación en el mercado.

Los mecanismos de flexibilización recaen en la aprobación de modelos sicométricos por parte de los entes de control, que permiten evaluar no solamente la información

cuantitativa (capacidad de pago) en el que normativamente se revisa el historial de pago, adicionalmente se examina información cualitativa, como la voluntad de pago mediante cuestionarios elaborados para valorar si el cliente y/o tarjetahabiente tiene el propósito de honrar sus deudas de acuerdo al plazo estipulado los documentos que soportan legalmente esta transacción financiera.

Estos mecanismos de flexibilización, ya fueron puestos en práctica en varios países del continente africano, en Centro América, en América del Sur el país que lo implementó y que ha obtenido motivadores logros, es Perú.

Capítulo 1

MARCO TEÓRICO

Para el desenvolvimiento de este estudio de caso, se hará alusión a teorías y conceptos que sirven de base teórica y conceptual a la problemática presentada logrando que los objetivos planteados en el trabajo de investigación se encuentren fundamentados tanto en los requisitos para otorgar los créditos de consumo por parte de las IFBP y su participación en el mercado objetivo.

1.1 Teorías generales

Para este análisis es muy importante definir lo que es voluntad de pago: “se define como la percepción del beneficio obtenido por su uso y puede diferir del precio si la misma es más alta que el costo de adquisición. (Kats, 2015)

Para la calificación de los créditos existen algunos estudios que determinan que los credit scoring son un método estadístico automatizado consistente en la estimación de la probabilidad de impago de una compañía basándose en la experiencia crediticia de empresas con indicadores similares (Reyes, 2007)

La definición de morosos, según los acuerdos de Basilea es “cartera en incumplimiento de capital y/o intereses que se encuentran con acciones de cobranzas o no, que ha dejado de generar ingresos por intereses, y con riesgos potenciales en su recuperación” (Brachfield, 2013)

En este estudio es importante la comprensión de la test sicométricos que no es otra cosa que el conjunto de procedimientos de medición del comportamiento humano, incluyendo a los denominados test psicológicos. Que comprende la fundamentación teórica de las

operaciones de medida y la estadística aplicada a la construcción y análisis sicométrico de los instrumentos de medición, que se construyen para medir constructos que no se pueden observarse directamente.

Entre las ventajas de los estudios sicométricos se citan lo siguiente:

- Objetividad en los análisis
- Nuevos desarrollos metodológicos
- Mayor precisión
- Procedimiento más sencillo que la observación

Por lo que se define que es test de medición del comportamiento de un individuo, a partir del cual pueden inferirse otros comportamientos relevantes (tornimbeni, 2008)

1.2 Teorías sustantivas

El tema de investigación es muy interesante desde el punto de vista financiero, considerando que es una de las fuentes de financiamiento, que existe en el mercado no bursátil, lo que ocasiona que sea el más concurrido por los clientes. Los requisitos de información tanto cualitativos y cuantitativos que se exige a los posibles beneficiarios obligan a la constante evaluación de las mismas.

EL CLIENTE

El cliente es la parte más representativa de la empresa, es decir que dependerá de la presencia del cliente para que ella exista.

Según (Escudero Serrano, M. J., 2012) Cliente es una persona que nos atrae sus necesidades y deseos; es alguien a quién debemos satisfacer y complacer; pues, se merece el trato más cordial y atento que le podamos brindar. Pág. 84

Es preciso mencionar que cliente es el individuo u organización que adquiere conscientemente productos de una determinada compañía, el motivo por el cual nace es básicamente por una necesidad sea de atracción o deseo y/o sensación de que algo hace falta.

Por alguna razón existen empresas en que creen que el cliente es algo muy simple, sin embargo, se considera que el cliente es una de las piezas fundamentales por las cuales se creó la idea para la ejecución de un proyecto.

Gracias al cliente se planifica, se organiza, se dirige y se controlan todas las acciones en la empresa, dicho en otras palabras el cliente es la razón de ser de la empresa, motivo por el cual nunca dejará de ser fundamental para ella.

Hay que reconocer que sin clientes no hay empresa, ya que es la fuente de ingresos dentro de ella, solo es cuestión de imaginarse que si no hay clientes no habrá sueldo, beneficios, comisiones o utilidades. Aquí se encuentra la verdadera razón por la cual se deben valorar a todos los clientes ya que si no lo hace, el cliente simplemente buscará la competencia, de otro modo lo lamentará de por vida.

NECESIDADES DE LOS CLIENTES

“Se define como la sensación de una carencia por parte de una persona.” (Maqueda Lafuente, 2013)

Es así que el ser humano tiene necesidades limitadas que van desde las básicas tales como de vivienda, de salud, de vestimenta, necesidad alimenticia, de servicios básicos, así como también necesidades que van desde las económicas, sociales, culturales, tecnológicas hasta necesidades de transmitir sentimientos.

CLASES DE CLIENTES

Existen dos clases: internos y externos

- ✓ **Externo:** personas, organizaciones, grupos y sectores de la comunidad en general, a quienes hay que servir con productos y servicios; para satisfacer sus necesidades con calidad y eficiencia.
- ✓ **Internos:** Son personas, grupos, áreas o departamentos internos vinculados directamente con la gestión de la organización. No por pertenecer a la institución, dejan de requerir la prestación de un servicio por parte de las demás personas que integran la empresa.

CLIENTES POTENCIALES

(Sánchez, P., 2010) “Son todas las personas, empresas u organizaciones que se encuentran atraídos en adquirir un producto o un servicio.” Pág. 39

Se considera clientes potenciales a los que no realizan compras en la actualidad ya que en un futuro pueden realizar dicha compra, a razón de poseer factor económico, el poder de compra y la autoridad para comprar. Este tipo de clientes podría dar lugar a un determinado volumen de ventas en un futuro (a corto, mediano o largo plazo) y por tanto, se los puede considerar como la fuente de ingresos futuros.

COMUNICACIÓN AL CLIENTE

Según (VINUEZA, Rómulo. , 2007), la empresa debe informar a los encargados de atender al cliente sobre una vía de comunicación eficaz referente a:

- ✓ Información sobre los productos
- ✓ Precios
- ✓ Consultas
- ✓ Pedidos
- ✓ Quejas. Pág. 35

BRINDAR UN TRATO ESPECIAL AL CLIENTE

(Sánchez, P., 2010) Brindar un trato afectuoso al cliente es de cierta forma consentirlo, y es que existe la ventaja que al cliente si le gusta que lo halaguen, por tanto, se puede otorgar descuentos especiales, conceder recompensas por realizar compras de forma consecutiva, se debe ser muy serviciales en la atención como por ejemplo y enviarle un mail con mucho agrado o un pequeño detalle por su cumpleaños. Pág. 39

Claro está que las recompensas se deberían obsequiar de vez en cuando, así evitaremos que los clientes se acostumbren. Éstas deben de verse visibles para que los clientes los valoren y cambiar las recompensas por ser cliente constante.

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

La satisfacción del cliente se logra, cuando al entregar un determinado producto o servicio cumpla con los requerimientos solicitados por el cliente.

Define (Kotler & Armstrong,, 2013) La satisfacción del cliente como "El nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas" Pág. 31

Es el cruce de emociones y sensaciones que perciben los clientes tras recibir un producto o servicio vs expectativas superadas respecto al mismo.

SERVICIO AL CLIENTE

Según (Encarnación, M., 2013) es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de mercadeo. Se trata de una herramienta que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales y estas son desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado a través de una calidad de trato, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas. También podemos decir que son las relaciones que se establecen entre el personal de la empresa y los clientes con las cuales trata directamente. Pág. 78

Esta frase destaca que el servicio al cliente es una gama de actividades que en conjunto originan una relación, y en ella se incluirá todo lo que abarcaban las cinco definiciones del principio, y algo más. La única objeción a esta definición sería la de ser demasiado amplia, porque también incluirá los aspectos de ventas, relaciones públicas y publicidad, que son independientes por derecho propio y que incluso a veces pueden entrar en conflicto con el servicio al cliente.

CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE

La calidad al servicio al cliente según (Encarnación, M., 2013) se clasifica en:

- **Servicio al cliente.** Es un conjunto de estrategias diseñadas por una empresa para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes

- **Calidad de servicio** Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.
- **Condiciones del servicio.** Las condiciones para brindar un servicio de calidad son: “confianza, simplicidad, cuidado, signos verbales”, el verdadero servicio es la comunicación, un mal servicio ocurre cuando lo recibido es inferior a lo esperado. Pág. 84

CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE

(Encarnación, M., 2013) “La calidad de atención al cliente es un proceso para la satisfacción total de los requerimientos y necesidades de los mismos. Los clientes constituyen el elemento vital de cualquier organización” Pág. 89

Sin embargo, son pocas las empresas que consiguen adaptarse a las necesidades de sus clientes ya sea en cuanto a calidad, eficiencia o servicio personal. Es por ello que los directivos deben iniciar el proceso de mejorar la calidad del servicio que ofrecen a sus clientes, ya que no es cuestión de elección; la imagen de la empresa depende de ello.

Para mantener la imagen de la empresa, es necesario entre otras cosas mejorar continuamente el lugar de trabajo, enfocándolo hacia la calidad y la mejora continua

EL CRÉDITO.

El origen etimológico de la palabra crédito nos remonta al latín *credĭtum*, que significa “cosa confiada”. Por lo tanto, la noción de crédito aparece vinculada con tener confianza.

El crédito de acuerdo a la concepción tradicional, se define como el derecho que tiene el deudor de recibir del acreedor alguna cosa, en la medida que haya confiabilidad con el compromiso de pago o devolución.

Desde el punto de vista legal, el crédito según la ley, el comercio y la economía es “el derecho que una persona llamada acreedor tiene para obligar a otra; deudor a pagar”

CRÉDITO DE CONSUMO.

(Elizondo, A., 2004) Los esquemas de calificación para los créditos son herramientas utilizadas por los analistas de crédito de los bancos, las agencias calificadoras y las autoridades regulatorias para determinar cualitativa o cuantitativamente la probabilidad de que un acreditado incumpla con sus obligaciones. (pág. 22).

A partir del año 2000 y con la adopción del dólar como moneda nacional en el Ecuador, la oferta de tarjetas de crédito y créditos de consumo (préstamos), por parte de las instituciones financieras privadas, se disparó; la emisión de tarjetas de crédito en el país llegó a límites jamás imaginados, la colocación de tarjetas no discriminó edad, para captar clientes, era suficiente contar con un trabajo estable por tres meses y la voluntad de querer endeudarse, la idiosincrasia del ecuatoriano lo hacía sentir superior a los demás por manejar una tarjeta de crédito, forma de pensar de las que se valieron los emisores de tarjetas de crédito para alcanzar un mayor posicionamiento en el mercado. (MAURICIO JAVIER LÓPEZ RONQUILLO, 2016)

Pero, ¿Qué es un crédito de consumo? es el dinero otorgado por una Institución Financiera a un solicitante (cliente), con el fin de que éste satisfaga sus necesidades inmediatas de efectivo, para cubrir necesidades del tipo personal, como: deudas, viajes, adquisición de bienes y servicios, etc.; para lo cual el cliente deberá ser calificado por la institución financiera para conocer su comportamiento y capacidad de pago.

Esta calificación del cliente, depende de un cálculo sencillo, que el mismo deberá declarar en el formulario de solicitud de crédito y serán cotejados, con sus certificados laborales, declaraciones de impuestos, certificados de ingresos extras y gastos fijos que el solicitante tenga al momento de solicitar el crédito. Pág. 41 – 42.

CARACTERÍSTICAS DEL CRÉDITO DE CONSUMO.

Tal como se aclaró en párrafos anteriores, los créditos de consumo están destinados a satisfacer las necesidades personales del deudor, por lo general se trata de montos mínimos destinados a satisfacer necesidades inmediatas.

Entre sus principales características tenemos:

- Montos bajos
- Ofertados por todas las instituciones financieras
- Calificación del crédito en corto tiempo
- Permite satisfacer necesidades inmediatas
- Acceso a toda persona que mantenga estabilidad laboral. (MAURICIO JAVIER LÓPEZ RONQUILLO, 2016)

EVOLUCIÓN DE LOS CRÉDITOS DE CONSUMO

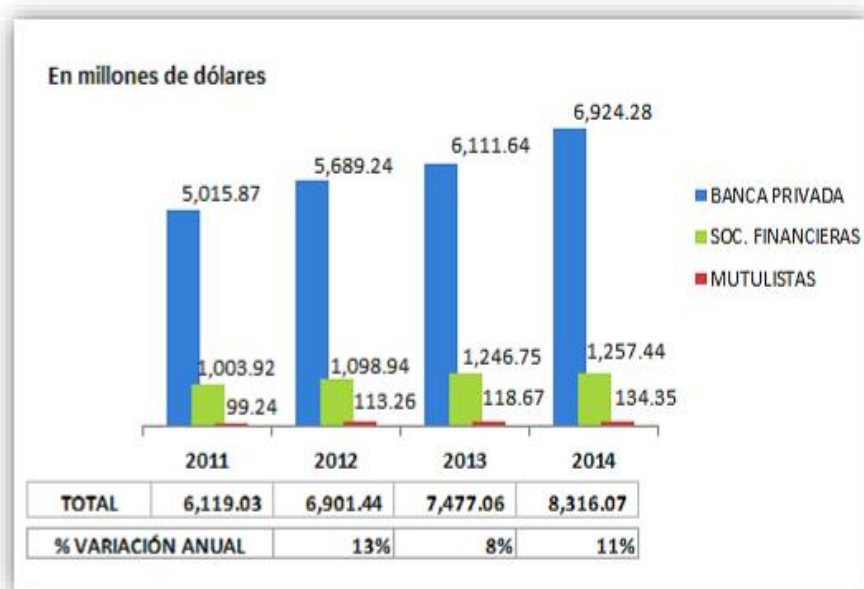
La necesidad del individuo por acceder a créditos que le permitan satisfacer sus necesidades inmediatas, no es nuevo, desde siempre el hombre ha necesitado cubrir estas necesidades.

Para el 2013, Marcos López, ex - director del Banco Central, señala que el crédito de consumo desde la dolarización se volvió un buen nicho de negocio, pues la gente que tiene trabajo fijo puede planificar con tranquilidad sus créditos y por ello se ha fortaleciendo.

En cuanto a los créditos de consumo, el Banco Central del Ecuador, y la Superintendencia de Bancos, reportan que los bancos, sociedades financieras y mutualistas entregaron al 31 diciembre del 2014, \$ 8.316, millones de dólares en este segmento, mientras que para los años 2011, 2012 y 2013, las cifras fluctuaron entre los 6 y 7 millones, es decir

con incrementos promedio anual del 12%. Este tipo de crédito ha tenido una expansión ligeramente mayor que la cartera total del sistema con un 11,31%, que pasó de \$ 17.352,2 millones a \$ 19.269 millones en el mismo periodo, señalan las cifras.

Ilustración No 5: EVOLUCIÓN CRÉDITOS DE CONSUMO Periodo: del 31 dic. 2011 al 31 dic. 2014



Fuente: (Superintendencia de Bancos del Ecuador. (s.f.) , 2016)

Elaborado por: RUBEN DARIO VILLANUEVA ARAUJO

A través del tiempo, se establecieron diversos productos y formas para que los interesados en un crédito de consumo, puedan acceder con mayor facilidad a los mismos; entre las que se destacan como alternativa, las tarjetas de crédito:

1.3 Referentes empíricos

Riesgo: Es la posibilidad que ocurra un evento desfavorable cuyo impacto afecte a la consecución de los objetivos institucionales, medible también por la probabilidad de ocurrencia.

Riesgos de Crédito: Posibilidad de pérdida debido al incumplimiento del prestatario o de la contraparte en operaciones, directas, indirectas, o de derivados, que conlleva el no pago, el pago parcial o la falta de oportunidad en el pago de las obligaciones pactadas.

Sistema Financiero: Es aquel conjunto de instituciones, mercados y medios de un país determinado cuyo objetivo y finalidad principal es la de canalizar el ahorro de las personas.

La Junta Bancaria emitió la Resolución No. JB-2011-1897 en marzo 15 del 2011 resolvió efectuar cambios en el libro I “Normas generales para la aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero” de la Codificación de Resoluciones de la Superintendencia de Bancos y Seguros y de la Junta Bancaria:

Créditos de consumo

Son créditos otorgados a personas naturales destinados al pago de bienes, servicios o gastos no relacionados con una actividad productiva, 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 obtenidos de fuentes estables como: sueldos, salarios, honorarios, remesas y/o rentas promedios.

Generalmente se amortizan en función de un sistema de cuotas periódicas.

Todas las operaciones efectuadas a través del sistema de tarjetas de crédito a personas naturales, se considerarán créditos de consumo, siempre y cuando el destino del crédito sea el pago de bienes, servicios o gastos no relacionados con una actividad productiva.

En el proceso de administración de créditos de consumo se deberá dar especial importancia a la política que la institución del sistema financiero aplique para la selección de los sujetos de crédito, a la determinación de la capacidad de pago del deudor y a la estabilidad de la fuente de sus recursos, provenientes de sueldos, salarios, honorarios, remesas, rentas

promedios u otras fuentes de ingresos redituables, adecuadamente verificados por la institución del sistema financiero prestamista.

Cobertura de calificación de créditos de consumo.- La calificación cubrirá la totalidad de la cartera de créditos de consumo concedida por la institución del sistema financiero, según los criterios antes señalados y con base en los siguientes parámetros:

Tabla 2

<u>CATEGORÍAS</u>	<u>DÍAS DE MOROSIDAD</u>
A-1	0
A-2	1 - 8
A-3	9 - 15
B-1	16 - 30
B-2	31 - 45
C-1	46 - 70
C-2	71 - 90
D	91 - 120
E	+ 120

Elaborado por: RUBEN DARIO VILLANUEVA ARAUJO

Las Instituciones del sistema financiero que operen con créditos de consumo deberán incorporar en su tecnología crediticia los criterios señalados en el artículo 8 de este capítulo.

De acuerdo a la normativa vigente, los créditos de consumos, están segmentados en dos tipos de préstamos:

- **Créditos de consumo ordinarios:** Es el otorgado a personas naturales, cuya garantía sea de naturaleza prendaria o fiduciaria, con excepción de los créditos prendarios de joyas. Se incluye los anticipos de efectivo o consumos con tarjetas de crédito corporativas y de personas naturales, cuyo saldo adeudado sea superior a USD 5,000.00; con excepción de los efectuados en los establecimientos médicos y educativos, y

- **Créditos de consumo prioritarios:** Es el otorgado a personas naturales, destinado a la compra de bienes, servicios o gastos no relacionados con una actividad productiva, comercial y otras compras y gastos no incluidos en el segmento de consumo ordinario, incluidos los créditos prendarios de joyas. Incorpora los anticipos de efectivo o consumos con tarjetas de crédito corporativas y de personas naturales, cuyo saldo adeudado sea hasta USD 5,000.00 con excepción de los efectuados en los establecimientos educativos. Comprende los consumos efectuados en los establecimientos médicos cuyo saldo adeudado por este concepto sea superior a USD 5,000.00.

El objetivo de estos préstamos es satisfacer las necesidades y deseos de las personas en la adquisición de bienes (en algunos casos son bienes suntuarios) o servicios. Por lo comentado precedentemente este tipo de crédito tiene requisitos discriminatorios, de acuerdo a lo estipulado en la Constitución de la República del Ecuador: Título II, Derechos Capítulo primero, Principios de aplicación de los derechos,

Los Derechos de los ciudadanos y las ciudadanas ecuatorianos, ya sean de nacimiento o naturalización, son de carácter irrenunciables, los requisitos discriminatorios, que están en contra a lo estipulado en la Constitución de la República, son las siguientes:

- Ubicación geográfica del domicilio, ciertos sectores de la ciudad de Guayaquil no son consideradas como un factor positivo para la evaluación crediticia, estos sitios son donde residen los clientes y/o tarjetahabientes, también se las conoce como Zonas Vetadas.
- Edad del cliente y/o tarjetahabiente, para la evaluación crediticia consideran los años de vida, la cual oscila entre 21 años como mínimo y los de tercera edad; es decir, 70 años máximo.

- Personas bajo relación de dependencia en actividades laborales con rotación muy alta, como por ejemplo: Obreros de la construcción, dependientes de almacenes, guardias de seguridad, choferes, jornaleros.
- El resultado cuantitativo del ingreso de la información del cliente y/o tarjetahabiente, llamado scoring que se utiliza para analizar las solicitudes de crédito, está muy sesgado a la información cuantitativa, lo que ocasiona que muchos sean negados.

De acuerdo a las estadísticas emitidas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, ente de control, este tipo de crédito equivale aproximadamente el 30% del total de créditos otorgados en el año 2015 y su calificación de activos de riesgo muestra una cartera sana, debido a que el 95% está concentrado desde 0 hasta 45 días de morosidad. Solamente 3 de las instituciones financiera bancarias privadas que se consideran grandes acaparan aproximadamente el 50% de este mercado objetivo.

Metodología para determinar la capacidad de pago

Para la determinación de la capacidad de pago de los deudores existentes y de los potenciales clientes, como requisito previo para la aprobación, instrumentación y desembolso de las operaciones crediticias, las instituciones del sistema financiero deberán utilizar metodologías o sistemas internos tales como los previstos en el numeral 7.1 del artículo 7, del capítulo II “De la administración del riesgo de crédito” del título X “De la gestión y administración de riesgos”, del libro I de esta Codificación; y, otros procedimientos que fueren necesarios para la asignación de cupos y demás condiciones crediticias, en función del perfil de los clientes y la estrategia de negocio de la entidad.

Los sustentos de las metodologías o sistemas internos implementados por las entidades a los que hace referencia el inciso anterior, deberán ser evaluados por la Superintendencia de Bancos y Seguros.

Si las instituciones del sistema financiero no presentaren sus metodologías para ser evaluadas o si éstas no cumplieren con los requisitos que establezca la Superintendencia de Bancos y Seguros, deberán considerar como límite máximo de exposición en sus operaciones de financiamiento al consumo, que los dividendos o cuotas mensuales pactados por éstas, no sobrepasen del 50% del ingreso neto mensual promedio del deudor.

Para establecer el límite del 50% del ingreso neto mensual promedio del deudor en las operaciones efectuadas a través de tarjetas de crédito, se considerarán los consumos efectuados bajo la modalidad de crédito rotativo y crédito diferido.

El criterio de calificación de los deudores por créditos de consumo es permanente y se efectuará en función de la antigüedad de los dividendos pendientes de pago, pero la calificación resultante se extenderá a la totalidad del monto adeudado, tanto por vencer, vencido y que no devenga intereses.

Para tener un efectivo seguimiento y control del riesgo de crédito las instituciones del sistema financiero podrán desarrollar modelos internos como lo prevé el numeral 7.2 del artículo 7, del capítulo II “De la administración del riesgo de crédito” del título X “De la gestión y administración de riesgos”, de este libro.

Capítulo 2

MARCO METODOLÓGICO

2.1 Metodología:

La investigación de este estudio de caso, es cualitativa, y el origen de la información es documental, por lo que es eminentemente exploratoria, descriptiva y cuasi experimental, ya que se utilizaron diferentes tipos de fuentes de información primaria (leyes, reglamentos, resoluciones, circulares emitidos por los entes de control) y fuentes de información secundarias (Revistas, páginas en Internet), es de conocimiento exploratorio. La investigación cualitativa es inductiva, debido a que se sigue un diseño de investigación flexible.

La investigación cualitativa o metodología cualitativa es un método de investigación usado principalmente en las ciencias sociales que se basa en cortes metodológicos basados en principios teóricos tales como la fenomenología, la hermenéutica, la interacción social empleando métodos de recolección de datos que son no cuantitativos, con el propósito de explorar las relaciones sociales y describir la realidad tal como la experimentan sus correspondientes protagonistas. La investigación cualitativa requiere un profundo entendimiento del comportamiento humano y las razones que lo gobiernan.

2.2 Métodos:

Para realizar este trabajo de investigación se utilizó los siguientes métodos empíricos:

Revisión documental

Para el desarrollo del trabajo de investigación me centrare en la información ya existente en las normativas vigentes crediticias, como leyes, reglamentos, resoluciones y circulares, los cuales van a permitir que pueda conceptualizar las variables y categorías.

Investigación de campo

Se estará en contactos con oficiales de crédito de la IFBP asignados a este tipo de crédito, los mismos que están involucrados directamente con el problema, para recolectar la información suficiente y necesaria para conocer la realidad del objeto de estudio.

2.3 Premisas o Hipótesis

Los requisitos para el otorgamiento de créditos de consumo, alguno de ellos discriminatorios, inciden en el incremento de la participación del mercado objetivo.

Variable independiente: Requisitos crediticios para el otorgamiento de créditos de consumo.

Variable dependiente: Incremento de la participación del mercado objetivo

2.4 Universo y muestra

Universo

El universo es de una Institución Financiera Bancaria Privada de Ecuador, tomando a consideración a oficiales de crédito por ser las personas que laboran directamente en el tema del trabajo de investigación, por lo tanto, la muestra es intencional no probabilística.

El universo definido para el presente estudio son Jefes y Oficiales de crédito de dos Instituciones Financieras Bancarias Privadas de la ciudad de Guayaquil, que, según datos proporcionados por las mismas Instituciones, cuentan con un total de 2 Jefes de Crédito y 12 Oficiales de Crédito.

Muestra

Tomando en cuenta que el total de los Jefes y Oficiales de crédito de las dos Instituciones Financieras Bancarias Privadas de la ciudad de Guayaquil no superan los 100.000 individuos, no se podrá determinar su tamaño muestral, para lo cual no se empleará la fórmula para la población finita.

2.5 CDIU Operacionalidad de las variables

Tabla 1

CDIU del estudio de caso

Categoría	Dimensiones	Instrumentos	Unidad de análisis
Económica	Fuentes de financiamiento IFBP	Observación heurística, documental.	Créditos de consumo otorgado por IFBP
Social	Mejorar la calidad de vida	Observación heurística, documental.	Créditos de consumo otorgado por IFBP
Técnico	Mejores técnicas para obtener la información	Observación heurística, documental.	Créditos de consumo otorgado por IFBP

2.5.4 Categorías

El estudio de caso es un trabajo de investigación de carácter multidimensional en el sector económico, social y técnico por su incidencia en el sector consumista.

2.5.4 Dimensiones

Los requerimientos de información (cualitativa y cuantitativa) para el otorgamiento de créditos de consumo dificultan considerablemente suplir las necesidades y deseos de las personas.

2.5.4 Instrumentos

Las técnicas utilizadas para la recopilación de datos, fueron las siguientes:

Observación heurística: Es una observación experimental empírica, revisando las características cualitativas de los créditos de consumo.

Observación documental: Documentos involucrados con el estudio de caso, tales como Leyes, Reglamentos, Resoluciones y estudios realizados.

2.5.4 Unidad de análisis

Se consideró como unidad de análisis una IFBP grande, que otorga créditos de consumo a sus clientes y/o tarjetahabientes.

2.6 Gestión de datos

Para el desarrollo de este trabajo de investigación, una de las principales fuentes de recolección de datos en el análisis cualitativo, emplee el método empírico de:

Observación: Se revisó todos los documentos relacionados con el tema de investigación, es decir, fueron seleccionadas las normativas vigentes (leyes, reglamentos, resoluciones, circular

2.7 Criterios éticos de la investigación

Se contactó a expertos del área de crédito, a pedido de los entrevistados se mantiene la confidencialidad del nombre de la IFBP y de los ejecutivos que gentilmente brindaron la información requerida para el estudio de caso.

Capítulo 3

RESULTADOS

3.1 Antecedentes de la unidad de análisis o población

La institución financiera bancaria privada, es una sólida organización que está catalogada como una de las más grandes del país, esto se debe por el nivel de las captaciones, colocaciones y total de activos. Su nombre y marca está muy posesionado en los clientes, por lo que es muy reconocida a nivel nacional e internacional, forma parte de un grupo corporativo muy sólido y tiene alianzas estratégicas con otras empresas, las cuales se desenvuelven en el sector financiero, lo que conlleva a la diversificación de los servicios financieros que presta.

3.2 Diagnostico o estudio de campo:

ENTREVISTA

Jefes De Crédito De Las Instituciones Financieras en Guayaquil

1.- ¿Qué línea de crédito de consumo son las más solicitadas?

La más solicitada es la de vivienda y microcrédito, la mayoría de los socios piden para poner o emprenden un nuevo negocio o para cancelar deudas o mejorar su vivienda, entonces hay mayor demanda los préstamos vivienda y microcrédito.

Los créditos de menor riesgo son la de consumo porque esos son para las personas que tienen un sueldo fijo y ellos pueden pagar mensualmente.

2.- ¿Está de acuerdo con la documentación que solicitan para emitir un crédito de todo tipo?

Sí, porque hay cliente que da toda la documentación, pero en el momento de hacerle la visita oficial nos encontramos con documentación falsa y eso perjudica tiempo y dinero a la Institución Financiera Privada.

3.- ¿Poseen un seguro el crédito emitido, en caso de pérdidas o cómo funciona?

De perdida no tenemos, tenemos el seguro de desgravamen en el caso de que el cliente fallezca el crédito queda cubierto. En caso de pérdidas el socio tiene que asumir su crédito. Se le da otro tiempo de espera o se renueva el contrato, pagando los intereses y el cincuenta por ciento de la deuda. Se renueva según sea el caso porque si tiene una pérdida total, ya es conversando con gerencia.

4.- ¿Qué método utilizan para cobros de créditos atrasados?

Bueno en este caso el Departamento de Cobranza es el encargado de dar seguimiento para su respectivo cobro y si en casos mayores por mora más de 6 meses y no pueda pagar el cliente se le procederá al marco legal del Banco.

5.- ¿Al no cumplir con el pago del crédito los clientes, en que radica mayormente el problema?

Bueno el problema radica en que los clientes no les cancelan a tiempo sus sueldo o peor de los casos renuncian o los despiden de sus trabajos lo cual se olvidan del crédito en la Institución Financiera Bancaría que lo hayan solicitado, en muchos casos no le alcanza y cubre solo el valor de los intereses.

6.- ¿Le gustaría que los jefes u oficiales, capacitaran a sus clientes dentro de la Institución Financiera Bancara donde usted trabaja?

Si, muchos de los clientes no saben administrar su dinero o ya se acostumbraron a ser así, les aprueban un crédito y una vez desembolsado observan alguna cosa que les atrae y la compran y se olvidan para qué era su préstamo, cuando ya van a invertir en lo que realmente querían hacerlo ya no les alcanza.

Capítulo 4

DISCUSIÓN

Ficha de Observación

Se elaboró una ficha de Observación en general que establece cualidades que deben satisfacer las necesidades de las Instituciones Financieras de Banca Privada en Guayaquil al momento de otorgar crédito de consumos a sus clientes, para situarla en una posición favorable con miras al alcance de sus objetivos, teniendo como base principal un ordenamiento estructural que permite precisar la delimitación de las responsabilidades de cada uno de los oficiales de crédito valiéndose para ello de las aplicaciones de ciertos elementos enunciados en la dicha ficha.

La comunicación Oral en todos los que conforman las Instituciones Financieras de Banca Privada del Ecuador es puesta en práctica por todos quienes la conforman, así como la Motivación por el trabajo que muy a pesar de tener a cargo funciones ajenas a las propias es evidente dentro de las Instituciones Financieras de Banca Privada, la habilidad comercial de comercial, financiera y laboral para ejecutar las funciones también se hacen presente a pesar del sobretiempo que realizan para poder ejecutarlas todas, tienen capacidad de trabajo, ya que los años de experiencia con los que cuentan, les hace responsables en sus labores, cuentan con iniciativa al momento de plasmar ideas nuevas y en su mayoría cuentan con conocimientos técnicos. **(Ver Anexo 1).**

Discusión de la entrevista

La entrevista fue realizada a los Jefes de Crédito de las Instituciones Financieras de Banca Privada quienes están al mando de toda la parte operativa, financiera y crediticia del Banco donde laboran, buscando mejorar cada día su rendimiento y ser la mejor Institución

Bancaria en el Ecuador, por su buen servicio y atención al usuario, cumpliendo con todas las expectativas y necesidades.

Para dar paso a la mejora del rendimiento de las Instituciones Financieras de Banca Privada, los Jefes de Crédito aportan con ideas necesarias y se encargan que éstas se cumplan eficazmente para brindar un servicio mejorado a la ciudadanía, solucionando imprevistos u obstáculos presentados día a día.

4.1 Contratación empírica:

Las IFBPs que desarrollan sus actividades empresariales en Ecuador, las realizan bajo las normativas emitidas por la SBS, motivo por el cual y con la finalidad de minimizar el impacto de la morosidad en los créditos de consumo, imponen algunos requisitos que limitan significativamente al futuro cliente. Estos requerimientos que exige cada IFBP son políticas que están acorde a la economía del país, planificación financiera y estratégica de la institución. En otros países como Perú consideran otras formalidades para la concesión de préstamos, los cuales están arrojando resultados positivos.

4.2 Limitaciones:

Este trabajo de investigación se realizará en una institución financiera bancaria privada, la cual es muy reconocida a nivel nacional e internacional, cuya matriz está ubicada en el Cantón Guayaquil, Provincia del Guayas, país Ecuador y tiene como principal objetivo analizar los requerimientos que exigen para otorgar un crédito de consumo, algunos de los cuales son discriminatorios.

4.3 Líneas de investigación:

Analizando los requerimientos que exige la institución financiera bancaria privada para otorgar el crédito de consumo, observe que estos pueden acarrear contingentes de índole legal al banco, por lo tanto, creo que este tema deja como resultado el buscar otras alternativas que sustituyan y/o refuercen las exigencias de cumplimiento de información cualitativa y cuantitativa que permita evaluar y mitigar los riesgos que conlleva este tipo de prestación, adicional a la propuesta.

4.4 Aspectos relevantes

Ecuador es un país que se ha caracterizado por ser consumista, sin importar la situación socio económica del mismo, es decir, la tendencia es que, a mayor solvencia de los clientes, este tipo de préstamo aumenta, caso contrario se contrae significativamente, por tal motivo la institución financiera bancaria privada, objeto de estudio implementó políticas considerando la normativa emitida por la Superintendencia de Bancos y Seguros y el Comité de Basilea, que en algunos casos son discriminatorios y va en contra de la Constitución de la República del Ecuador.

Capítulo 5

PROPUESTA

Objetivos de la propuesta

Diagnosticar las falencias en el otorgamiento del crédito de las IFBP, para otorgar créditos de consumo.

Analizar las políticas de crédito que exigen las IFBP, para otorgar créditos de consumo.

Elaborar las estrategias crediticias, que permitan mejorar la selección y otorgamiento del crédito.

Descripción de la propuesta

El desarrollo de esta propuesta radica en:

La creación, eliminación y/o adaptación de requisitos para la calificación y otorgamiento de los créditos de consumo a favor de los clientes, ya sean estos cualitativos y/o cuantitativos, con la finalidad de ganar/ganar; es decir, que la Institución Financiera Bancaria Privada siga generando más ingresos con un riesgo menor en la recuperación del dinero o incobrabilidad del crédito y que cliente cubra sus necesidades. Estos requisitos deben estar de acuerdo a las recomendaciones del Comité de Basilea y a la normativa emitidas por los entes de control.

Fidelización de los clientes hacia la institución financiera bancaria privada, a través de la ayuda financiera para cubrir sus necesidades.

Desarrollo de la propuesta

Para el desarrollo de la propuesta se plantea lo siguiente:

Estrategias crediticias

1. Requisitos para la calificación y otorgamiento de los créditos de consumo:

- 1.1.** Dependiendo de la edad del cliente, la institución financiera bancaria privada, deberá solicitar una garantía:
 - a.** Personal, el garante debe ser cliente de la IFBP, poseer como mínimo un saldo promedio de dos cifras medias, un buen record crediticio.
 - b.** Real, el bien inmueble cumpla con la normativa exigida por en el ente de control como lo es la Superintendencia de Bancos y Seguros.
- 1.2.** Según el tipo de cliente, realizar un estudio que esté de acuerdo a las políticas de la Institución Financiera bancaria privada, para crear una sub-línea de crédito especialmente para las personas que no son sujetas a crédito.
- 1.3.** Actualizar constantemente las llamadas zonas vetadas, considerando que la expansión habitacional que existe actualmente lleva a los clientes a buscar zonas disponibles para habitarlas, esta información no es un referente para evaluar la capacidad de pago del cliente.
- 1.4.** De acuerdo al trabajo de investigación de Barahona (2016), sugiere utilizar la herramienta desarrollada por el Laboratorio de Finanzas para Emprendedores (EFL, por sus siglas en inglés), este laboratorio es una empresa privada del Centro Internacional de Desarrollo la Universidad de Harvard. Este instrumento sirve para evaluar el crédito desde el punto de vista del comportamiento del cliente y su reacción ante una situación determinada. Herramienta que puede ayudar a las Instituciones Financieras Bancarias

Privadas a seleccionar aquellos potenciales clientes que tienen una buena voluntad de pago y reducir los indicadores de morosidad.

- 1.5. Por lo comentado en el numeral anterior, el scoring, adicionalmente de la asignación de un puntaje por la información cuantitativa, debe considerar la asignación de un puntaje por la información cualitativa.

2. Fidelización de los clientes:

- 2.1. Crear un producto dirigido a las personas que oscilen entre los 18 a 21 años de edad:

- a. A los mejores graduados de los colegios, indistintamente públicos o privados.
- b. A los mejores estudiantes del último año lectivo o tercer año de bachillerato.

- 2.2. Utilización de canales on-line para interactuar con los clientes:

- a. Conocer sus necesidades e inquietudes sobre los servicios que requieren.
- b. Valorar los servicios y/o productos que tiene la institución financiera bancaria privada

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Los requisitos para otorgar los créditos de consumo de parte de la Institución Financiera Bancaria Privada, estas formalidades son consideradas para minimizar el riesgo que conlleva en cuanto a las cobranzas de los mismos, cabe indicar que estas políticas y procedimientos fueron elaborados considerando las indicaciones del Comité de Basilea y a su vez por los organismos de control, como la Superintendencia de Bancos, Seguros del Ecuador y la Junta Bancaria.

Algunos de los requisitos estipulados por la Institución Financiera Bancaria Privada, son de carácter discriminatorio cuando lo cotejamos con la Constitución de la República del Ecuador.

De acuerdo a la Calificación de Activos de Riesgo, que realiza la Institución Financiera Bancaria Privada cada trimestre, donde se determina la provisión por la morosidad en estos créditos, es aceptable pero se puede bajar este valor.

Recomendaciones

Con la puesta en marcha de la propuesta, se espera incrementar en forma progresiva la participación en el mercado objetivo, subiendo la calidad de préstamo otorgado a los clientes y/o tarjetahabiente y bajando el nivel de morosidad que actualmente existe, debemos considerar que este tipo de crédito es para satisfacer las necesidades y deseos de las personas, que en algunos casos son suntuarios, lo que incide directamente al sector productor del país.

Este segmento de mercado se caracteriza por honrar sus deudas, por este motivo la provisión por la morosidad es aceptable y la tendencia es rebajar, a través de la implementación de la aplicación EFL sirve para evaluar el comportamiento del cliente. En la práctica no hay ningún litigio por este tipo de requisitos discriminatorios, pero es mejor prever para no estar inmerso en este tipo de contingencia.

Bibliografía

- Alvarez, M. (2009). *manual de la micro, pequeña y median empresa*. San Salvador: Deutsche Gesellschaft.
- American Express. (s.f.). *American Express SafeKey*. Obtenido de American Express SafeKey: <https://network.americanexpress.com/uk/en/safekey/3dsecure.aspx>
- Armanza, J. (3 de Noviembre de 2015). *Tendencias y aseguramiento para transacciones de comercio electrónico*. Obtenido de SlideShare: <http://es.slideshare.net/JorgeArmanza/presentacion-9no-congreso-j-armanza-ecuador>
- Brachfield, P. (2013). *Análisis del moroso profesional: tratado práctico mosología*. España: Profit Editorial.
- Castro Luzuriaga, L. (2014). *Universidad Tecnica Particular de Loja*. Obtenido de Repositorio Institucional de Trabajos de fin de Titulación: http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/8371/1/Castro_Luzuriaga_Lizbeth_Janeth.pdf
- Cohen Imach, J. (2014). Fostering the e-commerce ecosystem in LATAM. *ICANN51* (pág. 20). Los Angeles: La corporacion para la Asignacion de Nombres y Numeros de Internet (ICANN).
- de Ramos Arahetes, J. (2015). *Universidad de Alcalá; Revisión de los Sistemas de Pagos Online en e-commerce*. Obtenido de Universidad de Alcalá: <http://dspace.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/23237/TFG%20Ramos%20Arahetes%202015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Diario El Universo. (5 de julio de 2013). *6% de compras en línea se hace en negocios locales*. Obtenido de Diario El Universo:

<http://www.eluniverso.com/noticias/2013/07/05/nota/1117831/6-compras-linea-se-hace-negocios-locales>

Diario El Universo. (26 de noviembre de 2013). *Bancos pagaron a clientes en 2 mil casos de fraude virtual*. Obtenido de Diario El Universo:

<http://www.eluniverso.com/noticias/2013/11/26/nota/1821096/bancos-pagaron-clientes-2-mil-casos-fraude-virtual>

Diners Club. (s.f.). *Diners Club; ProtectBuy*. Obtenido de Diners Club:

<http://www.dinersclubprotect-buy.net/Public/Main.aspx>

eCommerce Day. (s.f.). *eCommerce Day*. Obtenido de eCommerce Day:

<http://www.ecommerceday.ec/>

Ecuador, N. g. (2014). *Codificación de normas generales de instituciones financieras del Ecuador*. Quito: Superintendencia de Bancos del Ecuador.

Elizondo, A. (2004). *Medición integral del riesgo de crédito*. . LIMUSA.

eMarketer. (5 de febrero de 2013). *Ecommerce Sales Topped \$1 Trillion for First Time in 2012*. Obtenido de emarketer.com: <http://www.emarketer.com/Article/Ecommerce-Sales-Topped-1-Trillion-First-Time-2012/1009649>

Encarnación, M. (2013). *Gestión Comercial y Servicio de Atención al Cliente*. . México: Editorial, Thomson. .

Escobar, D. (2015). *Estrategia de facilitación en la creación de las pymes en el Ecuador, la competitividad, y el empleo - periodo 2009 a 2013*. Obtenido de Universidad de Guayaquil.

Escudero Serrano, M. J. (2012). *Comunicación y Atención al Cliente*. Madrid, España: (C. Lara, Ed.) Paraninfo S.A.

Fernandez-Perez, P. (2015). *Familias empresarias y grandes empresas familiares de América Latina y España*. España: Moonbook, S.L.

Fiscalía General del Estado. (13 de Junio de 2015). *Los delitos informáticos van desde el fraude hasta el espionaje*. Obtenido de Sala de Prensa, Fiscalía General del Estado:

<http://www.fiscalia.gob.ec/index.php/sala-de-prensa/3630-los-delitos-inform%C3%A1ticos-van-desde-el-fraude-hasta-el-espionaje.html>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (22 de julio de 2014). *INEC*. Obtenido de

Twitter:

https://twitter.com/Ecuadorencifras/status/491596979701833728/photo/1?ref_src=twsrc%5Etfw

Junta Bancaria del Ecuador. (17 de enero de 2012). *RESOLUCIÓN JB-2012-2090*. Obtenido de Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador:

http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/2012/resol_JB-2012-2090.pdf

Junta Bancaria del Ecuador. (26 de abril de 2012). *Superintendencia de Bancos y Seguros, Resolución JB-2012-2148*. Obtenido de Superintendencia de Bancos y Seguros:

http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/2012/resol_JB-2012-2148.pdf

Kats, R. (2015). *El Ecosistema y la economía digital en América Latina*. Barcelona: Ariel S.A.

Kotler & Armstrong,. (2013). *Dirección de Mercadotecnia*. México: Prentice Hall.

Maqueda Lafuente. (2013). *Protocolo Empresarial, las necesidades de los clientes*.

Mastercard. (s.f.). *Mastercard; SecureCode*. Obtenido de Mastercard:

<https://www.mastercard.com/us/personal/es/servicios/codigodeseguridad/>

MAURICIO JAVIER LÓPEZ RONQUILLO. (2016). “EL RIESGO DE CRÉDITO EN LA CARTERA DE CONSUMO Y SU RELACIÓN CON EL SOBREENDEUDAMIENTO” MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN BANCARIA

- Y FINANZAS. En ECON. JACINTO MENDOZA RODRÍGUEZ MSC. . Guayaquil: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.
- Producción, C. O. (29 de Diciembre de 2010). Código Orgánico de la Producción. *Código Orgánico de la Producción*. Quito, Pichincha, Ecuador: Asamblea Nacional.
- Puromarketing. (2015). *Breve Historia y momentos claves en la evolución del comercio electrónico*. Obtenido de Puromarketing.com:
<http://www.puromarketing.com/76/22158/breve-historia-momentos-claves-evolucion-comercio-electronico.html>
- Reyes, S. M. (2007). *Riesgo de crédito*. Madrid: Delta publicaciones.
- Sánchez, P. (2010). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. España.: Editex.
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (9 de octubre de 2014). *El SENA E informa sobre el sistema de paquetería 4x4*. Obtenido de Sala de Prensa Virtual, Servicio Nacional de Aduana del Ecuador:
http://www.aduana.gob.ec/contents/nov/press_room_view.jsp?idx=60&pg=1&search=tema&searchText=4x4
- Superintendencia de Bancos del Ecuador. (agosto de 2015). *Medios de pago, Tarjetas de crédito*. Obtenido de Superintendencia de Bancos del Ecuador:
http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=9914&vp_tip=2#2
- Superintendencia de Bancos del Ecuador. (s.f.). . (2016). *Super de Bancos*. Obtenido de
http://www.sbs.gob.ec/practg/p_index
- Tapia, E., & Enríquez, C. (9 de Octubre de 2014). *El ecuatoriano que compra 'online' es de clase media*. Obtenido de Diario EL Comercio:
<http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuatoriano-compra-internet-clase-media.html>
- tonimbeni, P. O. (2008). *Introducción a la psicometria*. Buenos Aires: Paidos.

Valeria Adriana, P. (Diciembre de 2014). *Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales*

Sede Ecuador. Obtenido de Tesis Maestría, Repositorio Digital FLACSO Ecuador:

<http://67.192.84.248:8080/bitstream/10469/7598/2/TFLACSO-2014VAPM.pdf>

VINUEZA, Rómulo. . (2007). *Relaciones Humanas*. Quito: Editorial Ediciones.

Visa. (s.f.). *Visa; Verified by Visa*. Obtenido de Visa:

<http://www.visa.com.ec/personas/seguridad/vf/>

Referencias bibliográficas

Asamblea Nacional Constituyente (octubre 20 del 2008). Constitución de la República del

Ecuador. Montecristi

Registro Oficial No. 332 Segundo Suplemento de septiembre 12 del 2014 Código Orgánico

Monetario y Financiero

Registro Oficial No. 659 Suplemento de marzo 12 del 2012 Ley Reformativa a la Ley

General de Instituciones del Sistema Financiero

Resolución de la Junta Bancaria del Ecuador No. JB 2011 – 1897 de marzo 15 del 2011,

efectuar los siguientes cambios, en el libro I “Normas generales para la aplicación de

la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero” de la Codificación de

Resoluciones de la Superintendencia de Bancos y Seguros y de la Junta Bancaria.

Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017

Cook, T. D., & Reichardt, C. S. (1986). *Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación*

evaluativa. Madrid: Morata

Barahona, J (2016). *Fuentes de financiamiento bancario y su influencia en las pymes, sector*

industrial de Guayaquil.

Anexos

Anexo 1.- Ficha de Observación

**FICHA DE OBSERVACIÓN
OFICIALES DE CRÉDITO DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS DEL ECUADOR
CRÉDITOS DE CONSUMO**

**INSTITUCIÓN
FINANCIERA
OFICIAL DE
CRÉDITO**

#	ASPECTOS A OBSERVAR	ESCALA DE CALIFICACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	ATENCIÓN AL CLIENTE ADECUADO					X
2	AMABILIDAD					X
3	PUNTUALIDAD EN SU PUESTO DE TRABAJO			X		
4	MANEJO Y DOMINIO DE LA INFORMACIÓN QUE REQUIEREN					X
5	SEGUIMIENTO DE LOS PAPELES DE CRÉDITO				X	
6	ALMACENAMIENTO CORRECTO DE LOS TRAMITES DE CRÉDITO					X
7	FACILIDAD DE PALABRA					X
8	ÁREA DE TRABAJO					X

Anexo 2.- Entrevista de Jefes de Crédito

INSTITUCIÓN FINANCIERA DE BANCA PRIVADA

1.- ¿Qué línea de crédito de consumo son las más solicitadas?

2.- ¿Está de acuerdo con la documentación que solicitan para emitir un crédito de todo tipo?

3.- ¿Poseen un seguro el crédito emitido, en caso de pérdidas o cómo funciona?

4.- ¿Qué método utilizan para cobros de créditos atrasados?

5.- ¿Al no cumplir con el pago del crédito los clientes, en que radica mayormente el problema?

6.- ¿Le gustaría que los jefes u oficiales, capacitarán a sus clientes dentro de la Institución Financiera Bancara donde usted trabaja?

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

TÍTULO II

DERECHOS

Capítulo primero

Principios de aplicación de los derechos

Art. 11.- El ejercicio de los derechos se regirá por los siguientes principios:

1. Los derechos se podrán ejercer, promover y exigir de forma individual o colectiva ante las autoridades competentes; estas autoridades garantizarán su cumplimiento.
2. Todas las personas son iguales y gozaran de los mismos derechos, deberes y oportunidades.

Nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos. La ley sancionará toda forma de discriminación.

El Estado adoptará medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real en favor de los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad.

4. Ninguna norma jurídica podrá restringir el contenido de los derechos ni de las garantías constitucionales.

6. Todos los principios y los derechos son inalienables, irrenunciables, indivisibles, interdependientes y de igual jerarquía.