



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERO EN MERCADOTECNIA**

**TEMA: “ANÁLISIS DE LAS PREFERENCIAS DEL  
MICROEMPRESARIO PARA EL USO DE CRÉDITOS OTORGADOS  
POR LA BANCA PRIVADA EN EL PERIODO ENERO 2018 A JULIO  
2019, EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA CANTÓN QUITO”**

**AUTOR: GUALOTUÑA RIVERA, SANTIAGO WLADIMIR**

**DIRECTOR: ING. ERAZO FIALLO, LUIS RODRIGO**

**SANGOLQUÍ**

**2020**

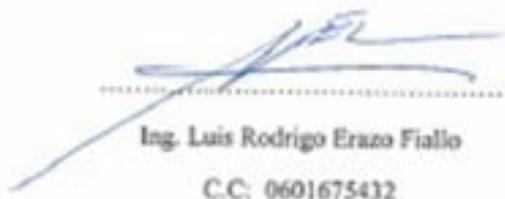


DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO  
CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, *"ANÁLISIS DE LAS PREFERENCIAS DEL MICROEMPRESARIO PARA EL USO DE CRÉDITOS OTORGADOS POR LA BANCA PRIVADA EN EL PERIODO ENERO 2018 A JULIO 2019, EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA CANTÓN QUITO"* fue realizado por el señor *GUALOTUÑA RIVERA SANTIAGO WLADIMIR* el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 24 de enero del 2020



Ing. Luis Rodrigo Erazo Fiallo  
C.C: 0601675432



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO  
CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA**

**AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD**

Yo, *GUALOTUÑA RIVERA SANTIAGO WLADIMIR* con cédula de ciudadanía n 1721865697, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: *“ANÁLISIS DE LAS PREFERENCIAS DEL MICROEMPRESARIO PARA EL USO DE CRÉDITOS OTORGADOS POR LA BANCA PRIVADA EN EL PERIODO ENERO 2018 A JULIO 2019, EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA CANTÓN QUITO”* es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Sangolqui, 24 de enero del 2020

Santiago Wladimir Gualotuña Rivera

C.C: 1721865697



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO  
CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, *GUALOTUÑA RIVERA SANTIAGO WLADIMIR* autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: *“ANÁLISIS DE LAS PREFERENCIAS DEL MICROEMPRESARIO PARA EL USO DE CRÉDITOS OTORGADOS POR LA BANCA PRIVADA EN EL PERIODO ENERO 2018 A JULIO 2019, EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA CANTÓN QUITO”* en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 24 de enero del 2020

Santiago Wladimir Gualotuña Rivera

C.C: 1721865697

## **DEDICATORIA**

A mi esposa Graciela, quien ha sido un pilar fundamental en la culminación de esta etapa de mi vida, así como un apoyo incondicional y lealtad en todo momento.

A mis hijas Amelia e Isabella quienes son conscientes del esfuerzo que representa este proyecto y la gran recompensa que proyecta para nuestra familia

A mi familia y amigos que han sido parte importante con cada detalle y ánimo que me han dado en esta etapa.

Santiago Wladimir Gualotuña Rivera

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios, quien es prioridad en nuestro hogar y me ha permitido culminar con éxito esta etapa de mi vida

A mi familia y amigos por darme ánimo y brindarme su apoyo permanente,

A mi Director Ing. Luis Rodrigo Erazo por sus enseñanzas y tiempo dedicado al desarrollo de esta investigación

A mi Directora de Carrera Doctora Amparo Martínez quien me ha dado su apoyo permanente para avanzar y culminar este proyecto.

A mi buen amigo Antonio Oña por su apoyo, ayuda y ánimo constante para culminar esta etapa

Santiago Wladimir Gualotuña Rivera

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTOS .....	vi
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT .....	xv
CAPÍTULO I.....	1
ASPECTOS GENERALES.....	1
1.1 Introducción .....	1
1.2 Planteamiento del problema .....	2
1.3 Justificación.....	4
1.4 Objetivos .....	5
1.4.1 Objetivo general .....	5
1.4.2 Objetivos específicos.....	5
CAPITULO II .....	6
MARCO TEÓRICO .....	6
2.1 Entidades financieras ecuatorianas.....	6
2.2 Productos y servicios financieros .....	13
2.3 Créditos y préstamos .....	14
2.4 Generalidades del microcrédito.....	14
2.5 El microcrédito en Ecuador y en el cantón Quito Provincia de Pichincha .....	15
2.6 Tasas de interés del microcrédito .....	19
2.7 La microempresa y el microempresario .....	20

2.8	Créditos microempresarios.....	24
2.9	Preferencias del microempresario .....	26
CAPITULO III .....		28
ANÁLISIS SITUACIONAL.....		28
3.1	Macroambiente.....	28
3.1.1	Escenario económico.....	28
3.1.2	Escenario político y legal .....	29
3.1.3	Escenario tecnológico .....	30
3.2	Microambiente (Análisis de las 5 fuerzas de Porter) .....	31
3.2.1	Rivalidad entre los competidores existentes en el sector .....	31
3.2.2	Amenaza de productos o servicios sustitutos.....	33
3.2.3	Amenaza de nuevos ingresos en el sector o riesgos de nuevas empresas.....	35
3.2.4	Poder negociador de los compradores.....	35
3.2.5	Poder negociador de los proveedores.....	36
CAPÍTULO IV .....		38
MARCO METODOLÓGICO .....		38
4.1	Enfoque de la investigación .....	38
4.2.1.	Por su finalidad.....	38
4.2.2.	Por las fuentes de información .....	39
4.2.3.	Por las unidades de análisis .....	39
4.2.4.	Por el control de las variables.....	39
4.2.5.	Por el alcance.....	40
4.3.	Hipótesis.....	40

4.4.	Instrumento de recolección de información .....	40
4.6	Procedimiento para recolección de datos .....	43
4.7	Cobertura de las unidades de análisis.....	43
4.7.1	Técnica de muestreo.....	43
4.8	Población y muestra .....	44
4.9	Procedimiento para tratamiento y análisis de datos .....	45
CAPITULO V .....		46
ANÁLISIS DE RESULTADOS .....		46
5.1	Análisis univariado.....	46
5.2	Discusión de resultados .....	69
CAPITULO VI.....		71
CONCLUSIONES .....		71
RECOMENDACIONES .....		73
BIBLIOGRAFIA.....		74

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Calificación del Riesgo de Instituciones Financieras privadas 2019.....	6
Tabla 2 Los Bancos más rentables del Ecuador 2018.....	8
Tabla 3 Calificación de Riesgo Cooperativas de Ahorro y Crédito 2019.....	9
Tabla 4 Principales Cooperativas de ahorro y Crédito del Ecuador .....	12
Tabla 5 Destino del Crédito en Ecuador.....	16
Tabla 6 TI activas efectivas vigente sector privado, público y, popular y solidario.....	19
Tabla 7 Tipos de créditos según el Banco Central del Ecuador.....	25
Tabla 8 Actividades microempresariales.....	27
Tabla 9 Población de empresas.....	44
Tabla 10 Género.....	46
Tabla 11 Actividad.....	47
Tabla 12 Sector.....	48
Tabla 13 Tiempo .....	49
Tabla 14 Tabla tiempo agrupada.....	50
Tabla 15 Institución financiera.....	51
Tabla 16 Monto de crédito .....	53
Tabla 17 Tabla monto agrupado.....	53
Tabla 18 Destino financiero .....	54
Tabla 19 Uso alternativo de crédito .....	55
Tabla 20 Destino real de crédito .....	56
Tabla 21 Público objetivo de la investigación .....	58

Tabla 22 Satisfacción en el monto recibido .....	59
Tabla 23 Monto adecuado .....	60
Tabla 24 Renovación de crédito en la misma institución.....	61
Tabla 25 Razones opción NO.....	62
Tabla 26 Alto interés .....	63
Tabla 27 Mal asesoramiento .....	63
Tabla 28 Razones opción SI.....	64
Tabla 29 Buena atención .....	65
Tabla 30 Me conocen .....	66
Tabla 31 Destino para el uso de un nuevo crédito .....	67
Tabla 32 Destinos reales de crédito.....	68

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Evolución volumen de crédito .....	17
Figura 2 Resumen tipo de crédito específico Cooperativas de Ahorro y Crédito.....	17
Figura 3 Índice de competitividad de Ecuador.....	23
Figura 4 Solicitudes de nuevos créditos para el primer trimestre de 2019 .....	25
Figura 5 Diagrama de Porter .....	31
Figura 6 Volumen de crédito en la Banca Privada.....	32
Figura 7 Ranking de las principales cuentas .....	33
Figura 8 Modelo de encuesta .....	42
Figura 9 Género.....	46
Figura 10 Actividad.....	48
Figura 11 Sector .....	49
Figura 12 Tiempo agrupado .....	51
Figura 13 Institución financiera .....	52
Figura 14 Monto de crédito.....	54
Figura 15 Destino financiero.....	55
Figura 16 Uso alternativo de crédito .....	56
Figura 17 Destino real del crédito .....	57
Figura 18 Público objetivo de la investigación .....	58
Figura 19 Satisfacción en el monto recibido.....	59
Figura 20 Monto adecuado.....	60
Figura 21 Renovación de crédito en la misma institución .....	61

Figura 22 Razones opción NO .....	62
Figura 23 Razones opción SI .....	64
Figura 24 Destino para el uso de un nuevo crédito .....	67

## **RESUMEN**

La finalidad de la presente investigación es analizar las preferencias de uso alternativo de los microcréditos otorgados por la banca privada en el Distrito Metropolitano de Quito, pues se pretende conocer en qué realmente utiliza el financiamiento el microempresario y como esta decisión podría afectar tanto al núcleo familiar del microempresario, así como a la institución financiera que otorga el crédito. Tomando en cuenta la muestra de 383 individuos se procederá a realizar un estudio de tipo cuantitativo y un análisis de datos obtenidos a través de un instrumento de recolección de información (encuesta), este instrumento estará dirigido a microempresarios del sector norte sur y centro del Distrito Metropolitano de Quito, con el propósito de obtener evidencia suficiente para informar y proponer ideas de campañas dirigidas a un segmento más real, así como conclusiones y recomendaciones que permitan conocer la realidad del uso que le dan al crédito los microempresarios.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **FINANCIAMIENTO**
- **BANCA**
- **MICROEMPRESARIO**

## **ABSTRACT**

The purpose of this research is to analyze the preferences for alternative use of microcredits granted by private banks in the Metropolitan District of Quito, it is intended to know in what the microentrepreneur really uses the financing and how this decision could affect both the core family of the microentrepreneur, as well as the financial institution that grants the credit. Taking into account the sample of 383 individuals, will be performed a mixed type study (quantitative and qualitative) and an analysis of specific data will be carried out through an information collection instrument (survey), this instrument will be aimed at microentrepreneurs in the northern sector south and center of the Metropolitan District of Quito, with the purpose of obtaining sufficient evidence to inform and propose ideas of campaigns aimed at a more real segment, as well as conclusions and recommendations to know the reality of the use that microentrepreneurs give to credit.

### **KEYWORDS:**

- **FINANCING**
- **BANKS**
- **MICROENTREPRENEUR**

## CAPÍTULO I

### ASPECTOS GENERALES

#### 1.1 Introducción

En Ecuador, según el último censo del INEC existen 884.236 empresas, de las cuales 802.696 corresponden a microempresas que son actores importantes en el crecimiento de la economía nacional generando un efecto directo en el crecimiento del sector productivo comercial y de servicios. Bajo esta premisa, es importante conocer el destino de los créditos otorgados por la Banca Privada, pues se pueden generar campañas y productos más acorde a las preferencias de uso de dicho financiamiento, así como modelos eficientes de experiencia de usuarios. (Telégrafo, 2019)

El análisis propuesto se orienta a identificar las preferencias del microempresario para el uso de créditos otorgados por parte de la banca privada durante el período enero 2018 a julio 2019, en la ciudad de Quito. Este estudio resulta conveniente efectuarlo en razón de que no existe información clara sobre el uso real que los beneficiarios de los microcréditos dan a los recursos obtenidos, y que existe reserva o cambios de información para poder ser sujetos a créditos; por tanto, la ausencia de esta información impide el desarrollo de productos, y de campañas publicitarias más adecuadas, eficientes y precisas para captar más clientes y solventar las necesidades de los microempresarios. Cabe recalcar que la investigación busca encontrar la preferencia de uso del crédito, aunque no esté directamente relacionado con la microempresa, ya que existen necesidades familiares ajenas al capital de trabajo, activo fijo o mejoramiento de

vivienda. El estudio será de tipo descriptivo y exploratorio, con enfoque cuantitativo, para lo cual efectúa el levantamiento de encuestas a una muestra de 383 microempresarios.

## **1.2 Planteamiento del problema**

Siempre ha sido indispensable identificar las preferencias del consumidor en cualquier producto o servicio en general, siendo un factor de alta importancia, puesto que dicha identificación permite crear productos y campañas más específicas para diferentes segmentos de mercado.

El mercado actual bancario exige tener un alto conocimiento del cliente, en esta época existen muchas instituciones financieras que manejan una campaña denominada “Momentos memorables”, que se enfoca en un alto nivel de atención y servicio al cliente, todo esto se ha logrado gracias a investigaciones de mercados que van más allá de información básica de un cliente.

La presente investigación se ha delimitado al estudio de preferencias de uso de los créditos para microempresarios que entregan las instituciones privadas del sistema financiero.

Las principales causas y efectos del problema previsto son:

- La información en los registros bancarios sobre las preferencias de uso del microcrédito es limitada, a pesar de existir gran cantidad de información sobre quien solicita el préstamo y sobre su historial crediticio. Esto provoca desconocimiento de las necesidades reales que tienen los microempresarios, ya que suele existir ocultación o cambio de información para poder ser sujetos a crédito, independientemente de la preferencia real de uso del crédito.

- Para acceder al microcrédito pueden darse casos de testaferrismo o modificación de información respecto a la verdadera preferencia para uso de un crédito bancario, lo que ocasiona que la documentación o registros de las entidades financieras no sean del todo confiables.
- La existencia limitada en cuanto a productos y campañas publicitarias en las entidades del sistema financiero provoca que los microempresarios califiquen para el crédito que más se aproxime a lo que realmente necesitan, sin que encuentren un producto o asesoramiento que vayan acorde a sus preferencias o necesidades, aunque esto puede generar variaciones en las condiciones de pago y en los montos que realmente necesitan.

El análisis de las preferencias del consumidor para el uso de microcréditos es conveniente desde una perspectiva de mercadotecnia, pues dicho conocimiento puede formar parte de una investigación de mercado, mediante la cual se pueda proveer información que lleve al diseño de nuevos productos o campañas publicitarias acordes a las necesidades reales de los microempresarios. En este sentido el estudio también es relevante desde el punto de vista social, pues al contar con mejores y más alternativas de crédito los microempresarios podrán suplir sus necesidades de mejor manera, considerando que en su mayoría estos créditos se relacionan con el desarrollo de su actividad y mejoramiento familiar.

Las implicaciones prácticas se relacionan de forma directa con el área de mercadotecnia, en el diseño de nuevos productos, modelos de experiencia de usuario, y campañas publicitarias para instituciones del sistema financiero; mientras que el valor teórico se logrará al conformar un referente para futuras investigaciones que deseen profundizar en este ámbito, tomando como base al presente estudio.

Por último, la utilidad metodológica del estudio radica en que, como parte del mismo, se construirán los instrumentos de investigación que permitan recopilar y categorizar el destino de los créditos de una forma diferente a la que se utiliza actualmente, que sea más específica, exacta y útil para el área de mercadotecnia de las entidades financieras.

### **1.3 Justificación**

El mercado financiero presenta un amplio portafolio de servicios tasas y costos para el cliente, además la era digital y diversas prácticas de marketing han incrementado las posibilidades de las empresas para captar mayor mercado e inclusive la competencia es cada vez más grande, con la presencia no solo de bancos sino también cooperativas de ahorro y crédito.

Esto provoca que las empresas destinen gran parte de sus recursos a conocer mejor al cliente, sus preferencias e insights<sup>1</sup> que permitan crear más y mejores productos o campañas direccionadas de manera adecuada.

La presente investigación busca conocer las preferencias del microempresario para el uso de los créditos otorgados por la banca privada, en el cantón Quito; pues si bien es cierto existe un registro en los sistemas de las instituciones financieras, dicha información solo detalla si es activo fijo, capital de trabajo O mejoramiento de activos.

La finalidad de este estudio es obtener información de estas preferencias de consumo, lo cual permitirá crear productos o campañas bien direccionadas, e incluso desarrollar un modelo eficaz

---

<sup>1</sup> Anglicismo que hace referencia a una motivación profunda del consumidor en relación a su comportamiento hacia un sector, marca o producto. Se basa en percepciones, imágenes o experiencias del consumidor con la marca.

de experiencia de usuario, generando así un alto nivel de satisfacción en el cliente y por ende fidelidad y una relación a largo plazo.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo general**

Analizar las preferencias del microempresario para el uso de créditos otorgados por la banca privada en la provincia de Pichincha, cantón Quito, a través de una investigación de campo, a efectos de recomendar productos bancarios específicos en base a los resultados obtenidos.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

- Sustentar teóricamente la investigación a través de la recopilación de información bibliográfica y documental sobre el crédito, los productos crediticios y la clasificación del crédito.
- Explorar preferencias de uso de los créditos otorgados a microempresarios mediante una investigación de campo.
- Recomendar nuevos productos crediticios a partir de los resultados del estudio, en función de las necesidades reales de los microempresarios.
- Identificar posibles variables en base a los resultados cuantitativos obtenidos a través de la encuesta.

## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Entidades financieras ecuatorianas

El país cuenta con entidades financieras divididas según su función a desarrollar: consumo, crédito, producción y servicio; para el presente proyecto se citarán las que tienen mayor participación en el mercado ecuatoriano, tanto bancos como cooperativas de ahorro y crédito, esto ayudará a identificar el impacto e importancia de cada una de ellas en el país.

Con respecto a la participación, es importante tener una clasificación en base a la solvencia y capacidad de dirigir el riesgo, esto lo realizan compañías calificadoras extranjeras y según su experiencia determinan los parámetros. Según se detalla en la tabla 1 (Superintendencia de Bancos, 2019)

**Tabla 1**

*Calificación del Riesgo de Instituciones Financieras privadas 2019*

No	INSTITUACION FINANCIERA	FIRMA CALIFICADORA DE RIESGO (1)	AL 30 DE JUNIO 2019
1	BANCO AMAZONAS S.A.	CLASS INTERNATIONAL RATING	AA+
2	BANCO BOLIVARIANO C.A.	PCR PACIFIC S.A. / BANK WATCH RATINGS S.A.	AAA / AAA-
3	CITIBANK N.A.	BANK WATCH RATINGS S.A.	AAA
4	BANCO CAPITAL S.A.	PCR PACIFIC S.A.	C
5	BANCO COMERCIAL DE MANABI S.A.	SUMMA RATING S.A.	C

Continua →

6	BANCO COOPNACIONAL S.A.	PCR PACIFIC S.A.	AA
7	BANCO D-MIRO S.A	PCR PACIFIC S.A. / SUMMA RATING S.A.	A / A
8	BANCO DE GUAYAQUIL S.A.	PCR PACIFIC S.A. / SOC. CAL. RIESGO LATINOAMERICANA	AAA / AAA
9	BANCO DE LOJA S.A.	PCR PACIFIC S.A.	AA+
10	BANCO DE MACHALA S.A.	CLASS INTERNATIONAL RATING	AA+
11	BANCO DE LA PRODUCCIÓN S.A. PRODUBANCO	PCR PACIFIC S.A. / BANK WATCH RATINGS S.A.	AAA- / AAA-
12	BANCO DEL AUSTRO S.A.	PCR PACIFIC S.A. / SUMMA RATING S.A.	AA / AA
13	BANCO DEL LITORAL S.A.	SOC. CAL. RIESGO LATINOAMERICANA	A-
14	BANCO DEL PACIFICO S.A.	PCR PACIFIC S.A.	AAA
15	BANCO DELBANK S.A.	SUMMA RATING S.A.	A-
16	BANCO DESARROLLO DE LOS PUEBLOS S.A.	MICRO FINANZA RATING S.A.	BBB+
17	BANCO GENERAL RUMIÑAHUI S.A.	PCR PACIFIC S.A.	AAA-
18	BANCO INTERNACIONAL S.A.	BANK WATCH RATINGS S.A. / CLASS INTERNATIONAL RATING	AAA- / AAA
19	BANCOPARA ASISTENCIA COMUNITARIA FINCA S.A.	PCR PACIFIC S.A.	BBB+
20	BANCO PICHINCHA C.A.	PCR PACIFIC S.A. / BANK WATCH RATINGS S.A.	AAA- / AAA-
21	BANCO PROCREDIT S.A.	PCR PACIFIC S.A. / BANK WATCH RATINGS S.A.	AAA- / AAA-
22	BANCO SOLIDARIO S.A.	CLASS INTERNATIONAL RATING / BANK WATCH RATINGS S.A.	AA+

Continua →

23	BANCO VISION FUND ECUADOR	MICRO FINANZA RATING S.A.	A+
24	BANCO DINERS CLUB DEL ECUADOR	BANK WATCH RATINGS S.A. / CLASS INTERNATIONAL RATING	AAA- / AAA
25	BANCO DE DESARROLLO DEL ECUADOR	PCR PACIFIC S.A.	AAA-
26	BANECUADOR	CLASS INTERNATIONAL RATING	A-
27	CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL	PCR PACIFIC S.A.	AA+
28	FONDO NACIONAL DE GARANTIAS	PCR PACIFIC S.A.	AAA-
29	BIESS BANCO DEL IESS	CLASS INTERNATIONAL RATING	AAA-
30	TITULARIZACIÓN HIPOTECARIA CTH S.A.	BANK WATCH RATINGS S.A.	A+

**Fuente:** (Superintendencia de Bancos, 2019)

Uno de los indicadores más importantes para la calificación otorgada a las entidades es la rentabilidad, por lo cual es importante conocer que al cierre del 2018 los 5 bancos más rentables fueron los que se detallan en la tabla 2.

**Tabla 2**

*Los bancos más rentables del Ecuador 2018*

Rankin	Banco	ROE 2018	ROA 2018
1	Diners	18,83%	2,92%
2	General Rumiñahui	18,54%	1,27%
3	Pacífico	17,01%	1,81%
4	Produbanco	16,51%	1,25%
5	Internacional	16,23	1,36%

**Fuente:** (Andrade V. Z., 2019)

De la misma manera existen entidades calificadoras que permiten conocer el ranking de las cooperativas de Ahorro y Crédito, que se detallan en la tabla 3.

**Tabla 3**

*Calificación de Riesgo Cooperativas de Ahorro y Crédito 2019*

No	INSTITUCIÓN FINANCIERA	FIRMA CALIFICADORA DE RIESGO	AL 30 DE JUNIO 2019
1	CORPORACIÓN NACIONAL DE FINANZAS POPULARES Y SOLIDARIAS.	CLASS INTERNATIONAL RATING	A-
2	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO 23 DE JULIO LTDA.	MICROFINANZA RATING	AA-
3	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO 29 DE OCTUBRE LTDA.	MICROFINANZA RATING	BBB+
4	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO 9 DE OCTUBRE LTDA.	PACIFIC CREDIT RATING S.A.	BBB-
5	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO ALIANZA DEL VALLE LTDA.	PACIFIC CREDIT RATING S.A.	AA-
6	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO ANDALUCÍA LTDA.	SCRL S.A.	AA
7	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO ATUNTAQUI LTDA.	MICROFINANZA RATING	AA-
8	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO DE LA PEQUEÑA EMPRESA BIBLIAN LTDA.	BANK WATCH RATINGS	A+
9	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO DE LA PEQUEÑA EMPRESA DE COTOPAXI LTDA.	CLASS INTERNATIONAL RATING	AAA-
10	CAJA CENTRAL FINANCOOP.	PACIFIC CREDIT RATING S.A.	AA+
11	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CONSTRUCCIÓN COMERCIO Y PRODUCCIÓN LTDA.	CLASS INTERNATIONAL RATING	BBB
12	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CHONE LTDA.	MICROFINANZA RATING	BBB

Continua →

13	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO COMERCIO LTDA.	PACIFIC CREDIT RATING S.A.	BBB-
14	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO PREVISIÓN AHORRO Y DESAROLLO LTDA.	PACIFIC CREDIT RATING S.A.	BB
15	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO COTOCOLLAO LTDA.	PACIFIC CREDIT RATING S.A.	BB+
16	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO EL SAGRARIO LTDA.	SUMMA RATINGS S.A.	AA
17	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO GUARANDA LTDA.	MICROFINANZA RATING	BBB-
18	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO JUVENTUD PROGRESISTA LTDA.	CLASS INTERNATIONAL RATING	AA-
19	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO VICENTINA MANUEL ESTEBAN GODOY ORTEGA LTDA.	SCRL S.A.	A+
20	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO OSCUS LTDA.	SCRL S.A. / CLASS INTERNATIONAL RATING	AA / AA-
21	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO PABLO MUÑOZ VEGA LTDA.	SCRL S.A.	A+
22	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO DE LA PEQUEÑA EMPRESA DE PASTAZA LTDA.	CLASS INTERNATIONAL RATING	AA-
23	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO COOPROGRESO LTDA.	MICROFINANZA RATING	AA+
24	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO RIOBAMBA LTDA.	PACIFIC CREDIT RATING S.A.	AA-
25	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO AMBATO LTDA.	MICROFINANZA RATING	BBB
26	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN ANTONIO LTDA	MICROFINANZA RATING	BBB
27	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN FRANCISCO LTDA	CLASS INTERNATIONAL RATING	AA-

Continua →

28	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN FRANCISCO DE ASIS LTDA	BANK WATCH RATINGS	B
29	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN JOSÉ LTDA	SCRL S.A.	A+
30	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CALCETA LTDA.	SCRL S.A.	BB+
31	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO 15 DE ABRIL LTDA.	PACIFIC CREDIT RATING S.A.	BB-
32	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO PADRE JULIÁN LORENTE LTDA.	PACIFIC CREDIT RATING S.A.	A-
33	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO ERCO LTDA.	PACIFIC CREDIT RATING S.A.	BBB+
34	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CHIBULEO LTDA.	MICROFINANZA RATING	BBB-
35	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SANTA ANA LTDA.	SCRL S.A.	BB+
36	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SANTA ROSA LTDA.	SUMMA RATINGS S.A.	A-
37	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO TULCÁN LTDA.	PACIFIC CREDIT RATING S.A.	AA
38	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO JARDÍN AZUAYO LTDA.	MICROFINANZA RATING	AA-
39	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO DE LA PEQUEÑA EMPRESA CACPE LOJA LTDA.	CLASS INTERNATIONAL RATING	BB+
40	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CÁMARA DE COMERCIO DE AMBATO LTDA.	MICROFINANZA RATING	BB+
41	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO MUSHUC RUNA LTDA.	SCRL S.A.	A-
42	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO POLICÍA NACIONAL LTDA.	CLASS INTERNATIONAL RATING	A

43	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA	PACIFIC CREDIT RATING S.A.	A
44	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO PILAHUIN TÍO LTDA	UNION RATINGS S.A.	BB+
45	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO KULLKI WASI LTDA.	PACIFIC CREDIT RATING S.A.	BB
46	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO FERNNDO DAQUILEMA	PACIFIC CREDIT RATING S.A.	BBB+
47	ASOCIACIÓN MUTUALISTA DE AHORROS Y CREDITOS PARA LA VIVIENDA PICHINCHA	CLASS INTERNATIONAL RATING	AA
48	ASOCIACIÓN MUTUALISTA DE AHORROS Y CREDITOS PARA LA VIVIENDA AMBATO	PACIFIC CREDIT RATING S.A.	B-
49	ASOCIACIÓN MUTUALISTA DE AHORROS Y CREDITOS PARA LA VIVIENDA AZUAY	PACIFIC CREDIT RATING S.A.	AA-
50	ASOCIACIÓN MUTUALISTA DE AHORROS Y CREDITOS PARA LA VIVIENDA IMBABURA	CLASS INTERNATIONAL RATING	BB

Fuente: (SEPS, 2019)

En cuanto al cooperativismo el indicador más importante es el monto en activos, respecto a lo cual las que tienen mayor participación se detallan a continuación:

**Tabla 4**

*Principales Cooperativas de ahorro y Crédito del Ecuador*

ENTIDAD	DÓLARES	PROCENTAJE
JUVENTUD ECUATORIANA PROGRESISTA LTDA	2.098.274.109	19,57%
JARDIN AZUAYO LTDA	905.029.440	8,44%

Continua →

POLICIA NACIONAL LTDA	799.367.872	7,46%
COOPROGRESO LTDA	557.243.922	5,20%
29 DE OCTUBRE LTDA	531.821.713	4,96%

**Fuente:** (SEPS, 2019)

Según la información citada en las anteriores tablas existen 25 bancos privados y 5 bancos públicos, además 50 Cooperativas de ahorro y crédito en el segmento 1 entidades que son consideradas las más grandes del país y por ende con mayor participación, lo cual se irá detallando a lo largo de esta investigación.

## **2.2 Productos y servicios financieros**

Es importante también conocer los productos y servicios financieros ofertados por las instituciones, que varían mucho de una a otra, pero básicamente están enfocados en ahorro y crédito. Dentro del portafolio financiero ecuatoriano se pueden encontrar los siguientes productos y servicios bancarios: (Banco VisionFund Ecuador, 2019)

- Cuenta de ahorro
- Cuenta Corriente
- Depósito a plazo
- Tarjetas de Crédito
- Tarjeta de Débito
- Cajeros Automáticos
- Banca Electrónica
- Transferencia Bancarias
- Remesas

## **2.3 Créditos y préstamos**

Esta investigación busca conocer y analizar el destino del microcrédito, por lo cual se enfoca en el producto crédito, aunque habitualmente préstamos y créditos se consideren términos análogos, es importante definir estos dos conceptos. (Finanzas para todos, 2018), En general, los préstamos son mejores para grandes inversiones o compras únicas. Esto podría ser la compra de una nueva casa o automóvil o el pago de una educación universitaria. Las líneas de crédito, por otro lado, son mejores para gastos continuos, pequeños o no anticipados o para igualar los ingresos y el flujo de caja. Por ejemplo, el propietario de una pequeña empresa podría usar una tarjeta de crédito para pagar los suministros y materiales de oficina todos los meses. (Valuepengin, 2018)

## **2.4 Generalidades del microcrédito**

### **a. Historia**

Raiffeisen, en el siglo XIX, en Alemania, implementa cooperativas financieras con el propósito de realizar préstamos, proyecto que se riega por toda Europa creando bancos Y mutualistas, los cuales tenían el fin de impulsar un ahorro accesible a campesinos, artesanos y comerciantes.

Posteriormente, Muhammad Yunus, en Bangladesh crea el “Banco de los pobres”, idea que se desarrolló juntamente en América Latina y otros continentes, ya que estos países están dominados por una población en condiciones de pobreza.

A finales de los ochentas Grameen Bank, se establece como una institución pionera para la realización de microcréditos; con la aspiración de crear el autoempleo y bajar tasas del RMI (la Renta Mínima de Inserción) (Nowak, 2005).

## **b. Definición**

Microcrédito es el financiamiento de nuevos proyectos, negocios ya instalados en el mercado o familias emprendedoras que desean mejorar sus ingresos; siendo de contribución en el lugar en el que viven, generalmente el crédito está caracterizado por tasas de interés y plazos de amortización que pueden acceder este grupo de personas.

El microcrédito es una herramienta que otorga préstamos pequeños a personas pobres para poner en marcha negocios a pequeña escala que generen ingresos para la mejora de sus familias y su nivel económico (Marbán, 2006).

Este programa se convierte en un importante canal para la transformación de la sociedad conformada por personas de bajos recursos, que no logran acceder a créditos por parte de los establecimientos financieros de alto rango, por falta de ingresos monetarios superiores al que percibe un individuo de clase baja, es por eso que el microcrédito tiene como objetivo minimizar la pobreza y mejorar la calidad de vida de esta agrupación (Jaramillo, 2016).

### **2.5 El microcrédito en Ecuador y en el cantón Quito provincia de Pichincha**

Alrededor de los años noventa en el Ecuador se da un crecimiento de nuevos establecimientos financieros respecto al área de cooperativas de ahorro y crédito orientado a sectores que no poseen facilidades para acceder a créditos otorgados por los bancos privados, para poder impulsar a los sectores microeconómicos del país (Jácome & Cordove, 2014).

En Ecuador las primeras instituciones financieras en dar financiamiento a pequeños y medianos establecimientos fueron Banco Nacional de Fomento, Banco de Loja y Banco La Previsora, siendo actualmente la Banca privada la de mayor participación. (Cedeño, Rodríguez, & Marin, 2017)

Es importante conocer la composición de los créditos en Ecuador lo cual se detalla a continuación en la tabla 3, esto nos permite conocer que parte de este mercado financiero le corresponde al microcrédito.

**Tabla 5**

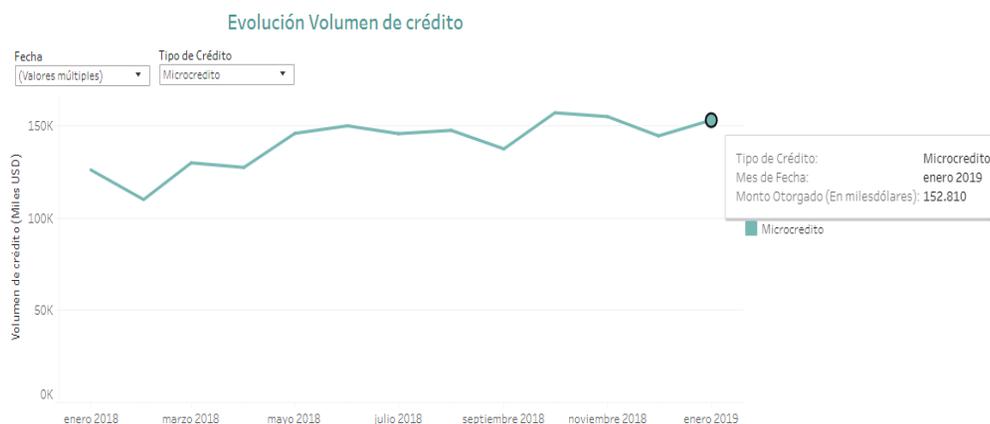
*Destino del crédito en Ecuador.*

<b>Destino de la Cartera Bruta</b>		
<b>Tipo de Crédito</b>	<b>Saldo</b>	<b>Composición</b>
Crédito comercial/Productivo	13,174	47%
Crédito a la vivienda	2,337	8%
Crédito a la Microempresa	1,818	6%
Total, crédito a la producción	17,330	62%
Crédito al Consumo y Educación	10,842	38%
Total, Cartera Bruta	28,172	100%

**Fuente:** (Asobanca, 2019)

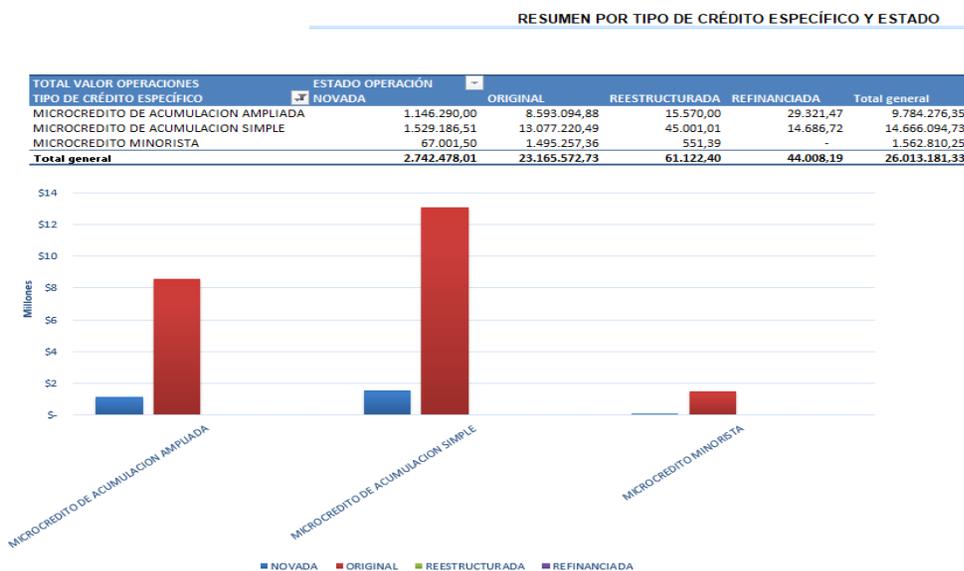
Como se puede apreciar en la tabla anterior la participación que la microempresa tiene en el mercado es de 6% lo que representa el sector financiero más bajo.

Hablando a nivel global, los sectores de vivienda, microempresa y de producción representan un 62% del total, mientras que el 38% está destinado al crédito de la educación y consumo.



**Figura 1** Evolución volumen de crédito  
**Fuente:** (Superintendencia de Bancos, 2019)

En el año 2018 el volumen de microcrédito colocado se mantuvo en un rango entre 100.000.000 y 153.000.000, y, en enero de 2019 se registra \$152.810.000 a nivel nacional.



**Figura 2** Resumen tipo de crédito específico Cooperativas de Ahorro y Crédito  
**Fuente:** (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2019)

La Figura 2, representa el nivel de colocación en enero 2019, a nivel de Cooperativas en la Provincia de Pichincha Cantón Quito, con \$26.013.181 acorde al segmento de esta investigación,

lo que permite identificar un promedio de colocación según el tipo de crédito (acumulación simple o ampliada).

Según Diario El Telégrafo, en febrero de 2018 entró en vigor la Resolución 437-2018-F que redujo el interés al microcrédito minorista, de acumulación simple y de acumulación ampliada, pero el saldo de la cartera de microcrédito entre febrero y mayo se ha incrementado en el 6%. El SFPS<sup>2</sup> maneja tasas efectivas promedio del 19,57% para el microcrédito de acumulación ampliada, 21,65% en acumulación simple y 21,87% para microcréditos minorista (Telégrafo, 2018)

En la provincia de Pichincha el 19,2% de la población trabaja por cuenta propia en la agricultura, artesanía y ventas ambulantes (INEC, 2018). A este sector está dirigido el trabajo de la banca que promueve el crédito popular; es decir, como se indicó en las tablas 1 y 2, 30 Bancos y 50 Cooperativas del segmento 1.

Quito es uno de los principales polos de desarrollo del país, donde el sector microempresario ha surgido en los últimos tiempos como la fuente de ingreso económico con gran dominio, por lo que al pasar los años el microcrédito va teniendo gran acogida por parte del sector popular que desea surgir mejorando sus ingresos y aportando a la productividad local. Para 2017, las actividades productivas de la ciudad generaron ventas por 68 219 millones de dólares. 11 de los 85 sectores productivos concentraron más del 70%. En el mismo año, Quito domicilió a 176 926 empresas, de las cuales el 88% son microempresas; éstas generaron el 0,8% del total de ventas de la urbe y

---

<sup>2</sup> Sector Financiero Popular y Solidario del Segmento: La ley de Economía Popular y Solidaria, dividió a este segmento de la economía en dos: uno, el sector real, y dos, el sector financiero popular y solidario (SFPS), integrado por cooperativas de ahorro y crédito (CAC), entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, y cajas de ahorro.

abarcó al 22% de afiliados. En contraste, solo el 0,8% de las empresas son grandes, pero de ellas provino el 79% de las ventas, además de emplear al 45% de los afiliados. Por otro lado, la inversión extranjera directa que captó la capital del país, entre 2014 y 2017, representó el 86,2% del total recibido en el país y creció en un promedio del 8% anual. (Andrade L. , 2018)

## 2.6 Tasas de interés del microcrédito

Es importante conocer el costo que tiene cada producto, para el presente proyecto los costos corresponden a las tasas de interés.

Las tasas de interés aplicadas en el sector privado y público se detallan a continuación, haciendo referencia a cada uno de los sectores productivos del país.

**Tabla 6**

*TI activas efectivas vigente sector privado, público y, popular y solidario*

	Tasa Activa Efectiva	Tasa Activa
	Referencial para el segmento	Efectiva Máxima para el segmento
	Tasas Referenciales	Tasas Máximas
	% anual	% anual
Productivo Corporativo	9,26	9,33
Productivo Empresarial	9,98	10,21
Productivo PYMES	11,40	11,83
Productivo Agrícola y Ganadero **	8,52	8,53
Comercial Ordinario	9,21	11,83
Comercial Prioritario Corporativo	8,65	9,33
Comercial Prioritario Empresarial	9,89	10,21
Comercial Prioritario PYMES	10,92	11,83

Continua →

Consumo Ordinario	16,26	17,30
Consumo Prioritario	16,74	17,30
Educativo	9,33	9,50
Educativo social		7,50
Vivienda de Interés Público	4,75	4,99
Inmobiliario	10,22	11,33
Microcrédito Agrícola y Ganadero	19,51	20,97
Microcrédito Minorista	25,28	28,50
Microcrédito de Acumulación simple	23,32	25,50
Microcrédito de Acumulación ampliada	20,24	23,50
Inversión Pública	8,60	9,33

**Fuente:** (Banco Central del Ecuador, 2019)

## 2.7 La microempresa y el microempresario

La importancia del sector microempresarial es relevante en Ecuador ya que es generadora de fuentes de empleo y desarrollo de nuevas oportunidades para las familias de escasos recursos. Según el INEC, en el año 2017 se registraron 802.696 microempresas divididas en 19 actividades económicas como comercio, agricultura, transporte etc., que generan empleos directos a 720.326 familias. (Narváez, 2018)

Según Cedeño, Rodríguez y Marín, el financiamiento para las microempresas en Ecuador no depende solamente del empleo de las estrategias típicas, productos o servicios financieros. El 69% de la financiación está en manos de las instituciones bancarias privadas, lo que coloca a las mismas como la principal fuente de financiamiento de este sector, sin importar si se le otorga o no el crédito. En el país, el problema de las necesidades de financiamiento de estas empresas constituye el eje

central de su nacimiento y posterior desarrollo. Es decir, por lo general existe la necesidad de obtener un financiamiento inicial, sin embargo el sector privado exige por lo menos un año de funcionamiento. (Cedeño, Rodríguez, & Marin, 2017)

El proceso para adquirir un microcrédito en varias instituciones financieras es más “informal” que otro tipo de crédito, pues el análisis muchas veces se basa en el criterio y observación del asesor, ya que el proceso para aplicar a un microcrédito consta de una visita en el negocio lo que permite identificar y conocer de mejor manera el patrimonio y flujo de ingresos del microempresario, por lo cual es importante identificar las 5 C de crédito:

- **Carácter**

Cuando los prestamistas evalúan el carácter, estudian la estabilidad, por ejemplo, cuánto tiempo ha vivido en su dirección actual, cuánto tiempo lleva en su trabajo actual, y si tiene buenos antecedentes de pagar sus cuentas puntualmente y en su totalidad. Si usted desea obtener un préstamo para su empresa, el prestamista puede tomar en cuenta su experiencia y antecedentes en su negocio e industria para evaluar la confiabilidad de que usted pagará el préstamo. (Hands on banking, 2019)

- **Capacidad**

Se refiere a su capacidad para pagar el préstamo, tomando en consideración sus otras deudas y gastos. Los acreedores o prestamistas evalúan la proporción entre sus deudas y sus ingresos; es decir, hacen la comparación entre lo que debe y lo que gana. Cuanto menor sea esta relación, más confiarán los acreedores en su capacidad de pagar el dinero que pide prestado. (Hands on banking, 2019)

- **Capital**

Se refiere a su valor neto, el valor de sus activos menos sus pasivos. En términos sencillos, cuánto vale lo que usted *tiene* (por ejemplo, un vehículo, propiedades inmobiliarias, dinero en efectivo e inversiones) menos lo que usted *debe*. (Hands on banking, 2019)

- **Colateral**

Se refiere a cualquier activo (por ejemplo, una vivienda) del que puede apropiarse el prestamista para pagar la deuda si el prestatario no puede hacer los pagos del préstamo según lo acordado. Algunos prestamistas pueden exigir un aval, además del colateral. Un aval quiere decir que otra persona firma un documento obligándose a pagar el préstamo si usted no puede hacerlo. (Hands on banking, 2019)

- **Condiciones**

Los prestamistas toman en cuenta diversas circunstancias externas que pueden afectar a la situación financiera del prestatario y a su capacidad para pagar, por ejemplo, la situación de la economía local. Si el prestatario es una empresa, el prestamista puede evaluar la salud financiera de la industria del prestatario, su mercado local y a sus competidores. (Hands on banking, 2019)

Con la premisa detallada previamente respecto de la microempresa, es oportuno mencionar al microempresario quien tiene algunas conductas empresariales que le ayudan a desempeñar su rol tales como, responsable del éxito de su negocio, con iniciativa propia, identifica necesidades de las personas, genera riqueza. (Solidario, 2019).

El cantón Quito, perteneciente a la provincia de Pichincha, es el más representativo en términos económicos, lidera el ranking de competitividad del país realizado por el Ministerio de Industrias y Productividad como se presenta en la figura 3, con un puntaje de 72,6 sobre 100. Como metodología de cálculo fueron analizados 12 indicadores respecto al desarrollo integral de personas; el desempeño económico; el empleo; gestión empresarial; gestión, gobiernos e instituciones; habitantes de innovación, ciencia y tecnología; infraestructura y localización; internacionalización y apertura; mercados financieros; recursos naturales y ambientes, entre otros. (Telégrafo, 2018)

Según el mismo diario (Telégrafo, 2018) Patricio Alarcón, presidente de la Cámara de Comercio de Quito, manifestó que el hecho de que Pichincha lidere la tabla es principalmente porque en la capital se concentra el mayor número universidades que generan mayor talento humano; industrias, centros de emprendimiento, incubadoras, entre otras; además de que es una ciudad un poco más diversa a nivel comercial e industrial con índices de valor agregado.



**Figura 3** Índice de competitividad de Ecuador  
Fuente: (Telégrafo, 2018)

Esta figura nos permite identificar que Pichincha es la provincia con la más alta competitividad lo cual representa un mercado ideal para la presente investigación, pues se tiene una amplia gama de microempresas, preferencias y comportamientos del prospecto.

## **2.8 Créditos microempresarios**

Para (Valdés, 2005) el término crédito se deriva de los vocablos *crederé* y *creditum* los cuales se traducen como “creer” y “reputación de solvencia” respectivamente. Puesto que la operación crediticia requiere cierto grado de creencia en quien adquirirá el recurso financiero, pues se trata de una especie de préstamo que deberá reintegrar con intereses al acreedor. Este mismo autor lo define como:

“Crédito es un convenio establecido en forma bilateral entre un acreedor y un deudor, con base en los atributos de reputación y solvencia que éste tenga, los cuales satisfagan al acreedor para que confíe el uso de bienes y riquezas durante un plazo determinado, a cuyo término pueda recuperarlos”. (Valdés, 2005).

El sentido del crédito es el de permitir que una persona, que será el deudor, obtenga y utilice el capital que pertenece a otra persona, el acreedor. En el momento de llevar a cabo la operación crediticia se definen los términos en que se efectuará la misma, como el tiempo en el que se devolverá el capital y el porcentaje de intereses que se pagará al acreedor con motivo del crédito obtenido.

Para Ernhardt, el crédito permite ganar tiempo a cambio de pagar una cuota extra sobre el capital necesitado (intereses), pues facilita el recibir de forma inmediata “las ventajas de los bienes y servicios que no podríamos obtener únicamente con nuestros recursos” (Ernhardt, 2018).

Para factibilidad de los datos, referente a la categorización del microcrédito, se tomará en cuenta lo previsto según el Banco Central del Ecuador (BCE, 2017) que señala los siguientes tipos de crédito.

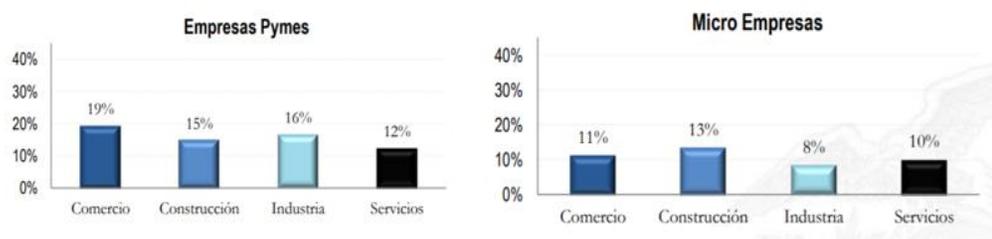
**Tabla 7**

*Tipos de créditos según el Banco Central del Ecuador*

Código	Descripción
CT	Capital de Trabajo
AT	Activos Fijos Tangibles
AI	Activos Fijos Intangibles
RP	Reestructuración de pasivos y Pago de obligaciones
MC	Microcrédito de Consumo
MV	Microcrédito de vivienda
OT	Otros (para operaciones de consumo y vivienda diferentes a microcrédito)

**Fuente:** (BCE, 2017)

En base a la información detallada de tipos de microcréditos la siguiente figura muestra la tendencia de uso de los mismos.



**Figura 4** Solicitudes de nuevos créditos para el primer trimestre de 2019

**Fuente:** (Banco Central del Ecuador, 2019)

En la figura 4 se puede apreciar que el destino de microcrédito con mayor participación es la construcción, con un 13%, y con un 8% la industria que es en comparación más alto en las empresas Pyme, pues estas tienden a un proceso de desarrollo a través de justamente la industrialización.

Con respecto a esta investigación existe la probabilidad que el destino de crédito se cerque más a acabados de la construcción o incluso decoraciones.

## **2.9 Preferencias del microempresario**

Para estudiar las percepciones de los usuarios de microcréditos y en función de ello diseñar las estrategias de marketing, existen diferentes propuestas. La que implícitamente se adopta, para este estudio, es la que propone (Trenzano, 2003), quien señala que para estudiar las percepciones es preciso seguir los siguientes pasos:

- Segmentar el mercado, es decir, conocer los distintos segmentos en que se puede dividir el propio mercado.
- Estudiar los atributos básicos del producto, a partir de los cuales éste toma una posición desde el punto de vista del consumidor.
- Construir el mapa perceptual para el producto ideal, la propia marca y las de la competencia.
- Estudiar las causas que han motivado el posicionamiento perceptual.

Bajo estas consideraciones, si bien la pregunta de investigación es ¿cuáles son las preferencias de uso de los microcréditos en la ciudad de Quito?, es importante proponer un producto o campaña referente a las preferencias del microempresario, pues el microempresario siempre buscará satisfacer sus necesidades con aquello que tiene más de todo lo posible.

En Quito las principales actividades del microempresario son las que se detallan en la siguiente tabla, las mismas que ayudarán a determinar con un enfoque más claro el destino del microcrédito.

**Tabla 8**

*Actividades microempresariales*

QUITO	
Actividades profesionales e inmobiliarias	20,00%
Manufactura	17,80%
Administración pública	16,00%
Construcción	10,70%
Transporte, información y comunicaciones	6,80%
Comercio	6,40%
Actividades financieras	6,20%
Enseñanza	3,60%
Salud	3,10%
Otras	3,3%
Alojamiento y servicios de comida	2,40%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1,70%
Suministro de electricidad y de agua	1,40%
Explotación de minas y canteras	0,50%

**Fuente:** (Quito Turismo, 2019)

La información presentada en esta parte del proyecto ha permitido conocer que el microempresario prefiere invertir en construcción, y que las actividades con mayor peso dentro del Distrito Metropolitano de Quito son actividades profesionales inmobiliarias con un 20% y manufactura con un 17.80%.

## CAPITULO III

### ANÁLISIS SITUACIONAL

#### 3.1 MACROAMBIENTE

##### 3.1.1 Escenario económico

Según el informe del Banco Central durante el primer semestre del 2019 hubo un crecimiento del 0,6% en la economía del Ecuador, es decir un total del PIB de 17.921 millones de dólares, esto se reparte en las exportaciones con un 3,5%, gasto consumo de hogares 1,0% y el consumo final del gobierno 0,3% (BCE, 2019).

Además, en el mes de marzo de 2019 el Fondo Monetario Internacional realizó un convenio con Ecuador brindando apoyo en políticas económicas con un programa expresado en el plan de prosperidad 2018- 2021, donde instituciones financieras como el Banco Mundial se responsabiliza con el apoyo de 10,000 millones , los cuales van destinados al programa antes mencionado que se basa en la disposición de un aseguramiento con la sostenibilidad fiscal, afianzar las bases de la dolarización, impulsando la inversión privada y protegiendo la seguridad social entre los grupos vulnerables (Banco Mundial, 2019).

Pese a este acuerdo, las expectativas de un futuro económico en nuestro país no son reconfortantes ya que, según proyecciones, el 2019 terminaría con un crecimiento de 0,5%; en 2020 se crecerá al 0,2% y en 2021, a un 1,2%. En los años 2022 y 2023 se prevé un incremento del PIB en un 2,7% y 2,3%, respectivamente (Weisbrot & Arauz, 2019).

### 3.1.2 Escenario político y legal

Ecuador posee un modelo que está basado principalmente en la soberanía económica que está descrita en la Constitución vigente definida como un conjunto sostenible y organizado de sistemas económicos, políticos, sociales, culturales y ambientales, por lo que no existe un sistema único económico sino formas de organización como: mixtas, privadas, popular y solidarias (Veintimilla, 2015).

La economía popular y solidaria está regida bajo la Ley Orgánica donde se incluye cooperativas, asociaciones y comunidades (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2018).

Estos sectores poseen leyes, basadas para la evaluación crediticia de los deudores existentes y de los potenciales clientes, como requisito previo para la aprobación, instrumentación y desembolso de los créditos comerciales, las instituciones del sistema financiero podrán utilizar metodologías o sistemas internos; en función del perfil de los clientes, naturaleza, tamaño y complejidad de las operaciones de la institución controlada y su estrategia de negocio. Estas metodologías o sistemas internos, deberán ser conocidas y aprobadas por el directorio u organismo que haga sus veces y evaluadas por la Superintendencia de Bancos y Seguros. (Espinoza Lozano, María Cristina, 2015)

Para estimar la asignación de categoría de riesgo por cada sujeto de crédito, las instituciones del sistema financiero podrán desarrollar un sistema de calificación interno basado en métodos cuantitativos, que le permitan determinar los coeficientes para los diferentes factores a ser considerados, por cada tipo de cliente, grupo o segmento homogéneo de clientes e industria, las

mismas que deberán ser conocidas y aprobadas por el directorio u organismo que haga sus veces, y aprobadas por la Superintendencia de Bancos y Seguros previo a su vigencia. (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2017)

### **3.1.3 Escenario tecnológico**

Según la Superintendencia de Bancos y Seguros las instituciones del sistema financiero que operen con microcréditos deberán mantener la información que establezca su propia tecnología crediticia, la que debe considerar como mínimo lo siguiente:

- Carpetas de crédito para cada prestatario o grupo de prestatarios, conteniendo la información requerida en los manuales de crédito de la propia institución y/o en los programas de crédito definidos por el Estado, para el caso de los microcréditos otorgados por las instituciones financieras públicas. (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2017)
- Manuales de crédito que definan la tecnología crediticia y el detalle de la documentación requerida para la correcta aplicación de la misma, que contemplen: Descripción de la estructura organizacional del área de crédito y sus procedimientos de control interno de la actividad crediticia, incluyendo el manual de funciones del personal y los procesos de crédito establecidos por cada producto; Identificación de los prestatarios y de los responsables de la aprobación de sus créditos; Detalle de la documentación que los responsables de la aprobación de los créditos deben analizar antes de otorgar la aprobación respectiva, entre la que deben constar los criterios de elegibilidad de los prestatarios, el análisis del destino del crédito, monto, plazo, tasa de interés y garantías del crédito. Detalle de la documentación que debe ser generada por la institución del sistema financiero para evidenciar la administración y seguimiento de los créditos, así

como la documentación requerida para evidenciar la existencia y aplicación de mecanismos de control interno; y, detalle de la información que debe ser generada por la institución del sistema financiero para evidenciar las gestiones de cobro, tanto por la vía administrativa como por la vía judicial (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2017)

### 3.2 Microambiente (Análisis de las 5 fuerzas de Porter)



**Figura 5** Diagrama de Porter  
Elaborado por Santiago Gualotuña

#### 3.2.1 Rivalidad entre los competidores existentes en el sector

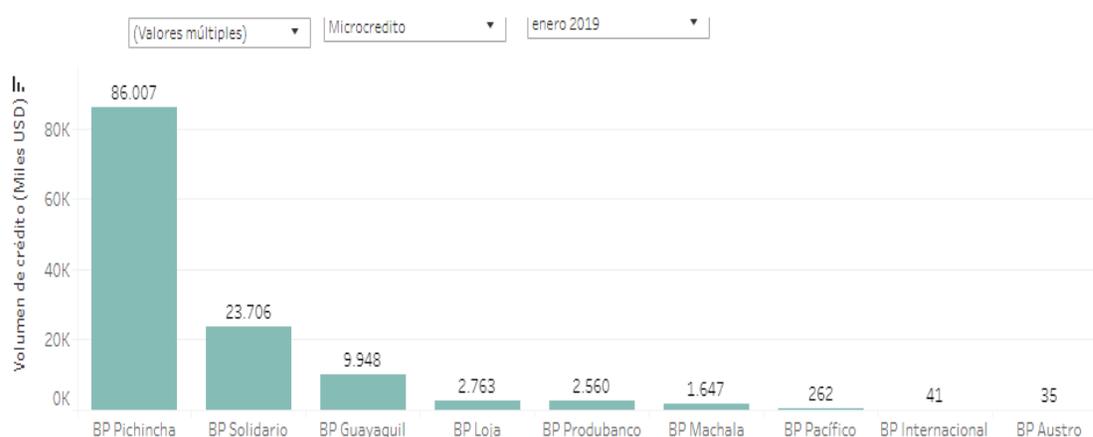
Según la revista Líderes, en el mapa financiero ecuatoriano, dos provincias, con sus respectivas capitales, concentran históricamente la actividad del sector Guayas y Pichincha, con Guayaquil y

Quito como sus estandartes, suman el mayor número de clientes, de oficinas y de cajeros de la banca privada. (Revista Líderes , 2018)

En el sector de microfinanzas también hay puntos de más desarrollo. En la Red Financiera Rural, que agrupa a 50 entidades del segmento 1, la mayor demanda de crédito y servicios viene de las provincias con más cantidad de microempresarios: Guayas, Pichincha, Azuay, Manabí y Tungurahua.

Según un informe tomado por la misma revista (Revista Líderes , 2018) Javier Vaca, de la Red Financiera Rural, señaló que por lo menos en los últimos cinco años es más notorio cómo compiten los bancos y las cooperativas todo esto debido al fruto del crecimiento.

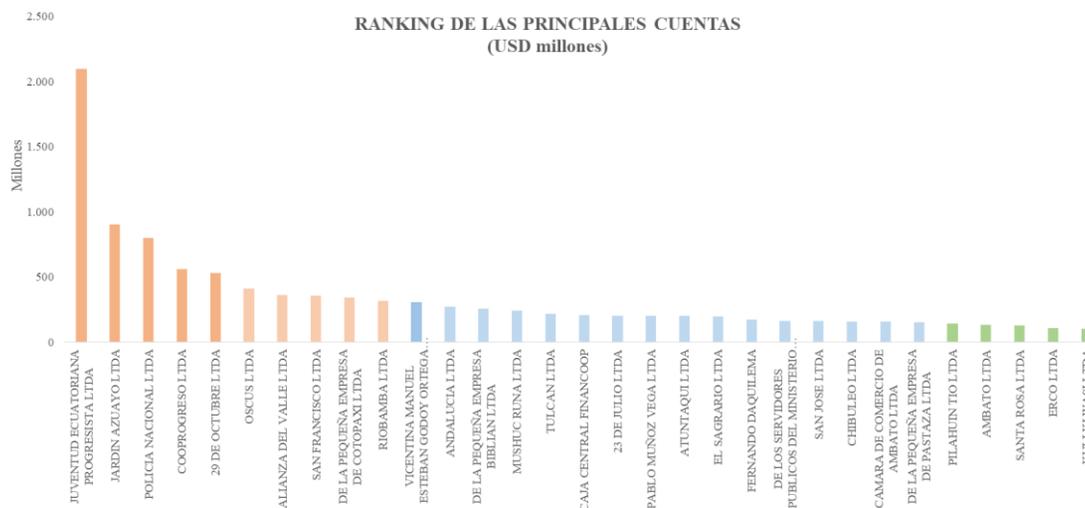
En las figuras 6 y 7 se detalla el nivel de participación que tienen tanto los Bancos como las Cooperativas de ahorro y Crédito.



**Figura 6** Volumen de crédito en la Banca Privada

**Fuente:** (Superintendencia de Bancos, 2019)

Tomando en cuenta la participación mediante el volumen de crédito, Banco Pichincha ocupa el primer lugar en microcrédito con su producto CREDIFE seguido de Banco Solidario y Banco Guayaquil, siendo los principales competidores en el sector microempresa.



**Figura 7** Ranking de las principales cuentas

**Fuente:** (Superintendencia de Econocia Popular y Solidaria, 2019)

En cuanto a las cooperativas de ahorro y crédito, la competencia radica entre JEP, JARDIN AZUAYO, POLICIA NACIONAL y 29 DE OCTUBRE.

Cabe mencionar que la presencia de cooperativas constituye una amenaza que siempre está latente, pues la competencia siempre ha existido, es por eso que este factor será tomado como alto.

### 3.2.2 Amenaza de productos o servicios sustitutos

En un sentido general todas las compañías de una industria compiten con las industrias que generan productos sustitutos. Los sustitutos limitan los rendimientos potenciales de un determinado sector industrial, pues imponen un techo a los precios que puedan cobrarse rentablemente en él.

Cuanto más atractiva sea la opción de precios que ofrece los sustitutos, mayor será el margen de utilidad. (Porter M. E., 2015)

Es importante tomar en cuenta que, para cumplir como producto sustituto debe cumplir tres características principales:

- Ser más económico
- Cumplir la misma función
- Tener mejor desempeño

En base a la experiencia un producto sustituto para un crédito podría ser el chulco, préstamos familiares o crédito directo en casas comerciales, sin embargo, de éstos el que cumple las tres características es el crédito directo.

El producto crédito directo que también es financiero, ofrece al microempresario una tasa más conveniente, cumple la misma función al servir para compras de bienes, y ofrece un mejor desempeño pues se aplica sin tanto papeleo, cumple con todas las características y representaría una amenaza alta como producto sustituto. Sin embargo, es tomado en cuenta como producto alternativo, ya que el crédito se limita a los productos disponibles en la casa comercial, y no para un libre destino.

Además, en esta investigación se busca el correcto destino de los microcréditos y existe una alta probabilidad que se limiten las preferencias.

### **3.2.3 Amenaza de nuevos ingresos en el sector o riesgos de nuevas empresas.**

La aparición de nuevos participantes en el mercado puede hacer que se reduzcan los precios o que se inflen los costos de los bancos ya establecidos en el país. El riesgo de que ingresen más participantes dependerá de las barreras que provengan de la normativa nacional, y también de la reacción previsible por parte de los bancos ya establecidos en el sector. Por otro lado, es lógico que el riesgo sea escaso si las barreras de entrada son importantes o si las nuevas instituciones que planeen ingresar en el mercado esperen una gran represalia de los competidores consolidados.

En el sector bancario ecuatoriano, existen importantes barreras de entrada que hacen difícil el ingreso de nuevos competidores en este gran mercado. Por lo cual esta sería tomada como un amenaza baja (Ramírez & Kuong Yeng, 2011)

### **3.2.4 Poder negociador de los compradores.**

Los compradores compiten con la industria cuando la obligan a reducir los precios, cuando negocian una mejor calidad o más servicios y cuando enfrentan los rivales entre sí. (Porter M. E., 2015)

Los compradores en el caso de microcrédito no representan una amenaza pues la Banca y cooperativismo son regulados por entidades estatales que impiden que el consumidor ejerza presión o logre negociar reducción de tasas o costos. Por lo cual también representa una amenaza baja.

### **3.2.5 Poder negociador de los proveedores**

Los proveedores pueden ejercer poder de negociación sobre los participantes de una industria, si amenazan con elevar los precios o disminuir la calidad de los bienes y servicios que ofrecen. De ese modo, los más poderosos reducen drásticamente la rentabilidad en una industria incapaz de recuperar los incrementos de costos con sus precios (Porter M. E., 2015)

En base a lo citado por Porter, en el microcrédito, para las entidades financieras no existe una presión por parte de proveedores internos, siendo estos de servicios publicitarios, limpieza, seguridad. Pues existe una amplia gama de empresas que desean ofrecer estos servicios incluso reduciendo costos para poder ser parte de nómina de las empresas financieras debido al alto grado de beneficios que esto conlleva.

Sin embargo, si existe una amenaza externa, pues la banca privada recibe capital de inversionistas extranjeros, quienes exigen resultados rentables e incluso la puesta en marcha de nuevos aplicativos tecnológicos.

Este riesgo puede desencadenar en un cierre de inyección de capital extranjera muy considerable, por lo tanto, se le puede atribuir también como una amenaza.

En resumen, de estas cinco amenazas se identifica que la competencia es una amenaza alta, pues ésta siempre está presente, por lo cual la estrategia seleccionada será la de diferenciación y se enfocará a conocer mejor al cliente para dar un mejor servicio.

### **3.3 Estrategia genérica de diferenciación**

Esta investigación está enfocada a ofrecer un producto diferenciado, en donde el servicio se percibe como único pues la competencia ofrece créditos con un destino muy limitado como son capital de trabajo activo fijo o mejoramiento de vivienda, con los resultados obtenidos, orientaremos los esfuerzos a una campaña más efectiva, empática y real a las necesidades del microempresario, lo que generará una identificación con los productos de la banca y por ende mayor participación.

Esta estrategia diferencia el producto o servicio que se ofrece creando así algo que en la industria entera se percibe como único. Conviene precisar que la estrategia de diferenciación no solo permite prescindir de los costos, sino que constituye el principal objetivo estratégico. Cuando se logra la diferenciación se convierte en una estrategia útil para conseguir rendimientos superiores al promedio, en efecto establece una posición defendible para encarar las cinco fuerzas competitivas, aunque en forma distinta del liderazgo en costos. (Porter M. E., 2015)

Una ventaja de esta estrategia es que permite a la empresa reducir un costo de inversión e incluso prescindir del mismo, debido a que una cultura de atención al cliente requiere pocos recursos, y además con buenos indicadores que permitan orientar los esfuerzos hacia el cliente se logran buenos resultados, orientar esta investigación hacia el mejoramiento de servicio al cliente y experiencia de usuario permitirá un incremento de cartera a través de la empatía y e identificación con la marca.

## CAPÍTULO IV

### MARCO METODOLÓGICO

#### **4.1 Enfoque de la investigación**

El estudio será de tipo descriptivo y exploratorio. El estudio exploratorio “es apropiado para cualquier problema del cual se sabe poco” (Naghi, 2012) mientras que el estudio descriptivo permite saber “quién, dónde, cuándo, cómo y porqué del sujeto de estudio” (Naghi, 2012). El estudio descriptivo permitirá hacer una descripción del estado actual de los créditos y de la población de microempresarios que acceden a los mismos, mientras que el estudio exploratorio se aplicará en la indagación necesaria para determinar el destino real de los microcréditos.

En cuanto al enfoque con el que se tratarán los datos este será cuantitativo, porque se aplicará encuestas a una población compuesta por los microempresarios, en donde se cuantificarán las respuestas mediante métodos estadísticos, obteniendo valores porcentuales referentes a toda la población.

#### **4.2. Tipología de investigación**

##### **4.2.1. Por su finalidad**

Se utiliza una investigación aplicada ya que se vale de los conocimientos adquiridos y llevados a la práctica, los mismos conocimientos que han sido antes sustentados en el marco teórico conociendo cuales son las preferencias de los microempresarios al momento de adquirir un crédito.

#### **4.2.2. Por las fuentes de información**

Bernal Torres (Torres, 2006) menciona que las fuentes de información se dividen en primarios y secundarios, donde el primero de estos se obtiene de una fuente directa y real, es decir es información que los investigadores levantan mediante encuestas u observación con datos reales de la situación actual sobre lo que se está obteniendo datos, mientras que los datos secundarios son obtenidos de fuentes con alto grado de confianza estos suelen ser estudios o investigaciones en temas parecidos, y los encuentran en revistas científicas, libros o papers.

#### **4.2.3. Por las unidades de análisis**

Son los elementos de quien va a ser objeto de estudio y medición en la investigación. Para la presente investigación se realizará un análisis insitu ya que se llevará a cabo en campo tomando en cuenta la muestra tomada de la población de microempresarios.

#### **4.2.4. Por el control de las variables**

En la investigación no experimental los cambios en la variable independiente ya ocurrieron y el investigador tiene que limitarse a la observación de situaciones ya existentes dada la incapacidad de influir sobre las variables y sus efectos. (García, 2013)

La presente investigación se realiza bajo un control de variables no experimental, ya que la naturaleza de la misma no permite que las variables sean modificadas o manipuladas de forma deliberada por parte del investigador, porque las variables a estudiar aparecen en situaciones diarias y con diferentes esquemas en la unidad de análisis.

#### **4.2.5. Por el alcance**

Según Pérez, la investigación es de tipo exploratorio y descriptivo ya que la finalidad del mismo es analizar un tema poco conocido, que en este caso son las preferencias de los Microempresarios en el uso de los créditos que realizan, además de que la investigación descriptiva permitirá especificar las propiedades, características y los perfiles de los Microempresarios que se sometan al análisis y se podrá recoger información precisa sobre conceptos y variables. (Pérez, 2015)

#### **4.3. Hipótesis**

El estudio es de carácter exploratorio pues se pretende identificar las preferencias de uso de los créditos otorgados a los microempresarios, razón por la cual no se formularon hipótesis de estudio, además que el propósito de esta investigación es identificar variables.

#### **4.4. Instrumento de recolección de información**

La recolección de datos se realiza en base al diseño de investigación, en nuestro caso la investigación proyectiva, a través de un diseño cuantitativo que intentan recuperar para el análisis parte de esta complejidad del sujeto y de sus modos de ser y de hacer en el medio que lo rodea. Lo íntimo, lo subjetivo, por definición difícilmente cuantificables, son el terreno donde se mueven, de dicho diseño primero se seleccionó la información documental y segundo se seleccionó a la encuesta como modalidad para obtener la información sobre el tema de estudio. (Camacaro, 2006)

#### **4.5 Encuesta**

Según (Trespacios Gutierrez, Vázquez Casielles, & Bello Acebrón, 2005), las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo. (Herrera , 2014)

Para la presente investigación se utilizará información teórica y se desarrollará una encuesta dirigida al microempresario, todo esto con la finalidad de obtener datos reales y de calidad útiles para la investigación.



# ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

---

Objetivo: Analizar cuáles son las preferencias de los microempresarios para el uso de créditos otorgados por la Banca Privada

Instrucciones:  
 1. Lea detenidamente cada pregunta tomando en cuenta las indicaciones señaladas a lo largo de la encuesta.  
 2. La presente encuesta tiene una finalidad netamente académica y los datos que usted proporcione en la misma serán utilizados con absoluta reserva.

---

Fecha: \_\_\_\_\_

Información Personal

Género: Masculino  Femenino   
 Actividad \_\_\_\_\_ Sector: Norte  Sur  Centro  Otros (detalle) \_\_\_\_\_

---

1.- ¿Cuánto tiempo funciona su microempresa?  
 \_\_\_\_\_

2.- ¿En qué institución tuvo su último micro crédito?  
 \_\_\_\_\_

3.- ¿Cuál fue el monto del crédito?  
 \_\_\_\_\_

4.- ¿Cuál fue el destino que indicó a la institución financiera para el uso del crédito?  
 Capital de trabajo  Activo Fijo  Mejoramiento de vivienda  Otro

5.- ¿Utilizó todo el crédito en el mismo destino que indicó a la institución financiera? (Si su respuesta es SI, continúe a la pregunta 7)  
 Si  No

6.- Si su respuesta fue NO a la anterior pregunta, indique ¿En qué destino alternativo utilizó este financiamiento?  
 \_\_\_\_\_

7.- ¿El monto recibido fue suficiente para la inversión requerida? (Si su respuesta es SI avance a la pregunta 9)  
 Si  No

8.- Si su respuesta fue NO la anterior pregunta, ¿Que monto hubiera sido el adecuado?  
 \_\_\_\_\_

9.- ¿Volvería a adquirir el crédito en la misma institución financiera?  
 Si  No  ¿Por qué? \_\_\_\_\_

10.- ¿Qué uso le daría a un nuevo micro crédito?  
 \_\_\_\_\_

Gracias por su colaboración

*Figura 8* Modelo de encuesta

## **4.6 Procedimiento para recolección de datos**

Según Gamero el proceso de recolección de datos es la planificación de un instrumento de medición que cumpla con los requisitos técnicos para poder aplicarlo en la muestra de la investigación, esto implica elaborar un plan detallado de procedimientos que llevará a reunir datos con un propósito específico, para esto se debe tomar en cuenta las fuentes y su localización, los medios o métodos para recolectar los datos y para esto debemos tomar en cuenta las variables de investigación. (Gamero, 2014).

Por los motivos ya mencionados la recolección de datos de la presente investigación se realizará en la ciudad de Quito con la muestra tomada de los microempresarios de la ciudad, por medio de la encuesta diseñada.

## **4.7 Cobertura de las unidades de análisis**

### **4.7.1 Técnica de muestreo**

Para la presente investigación se utilizará el muestreo probabilístico aleatorio estratificado ya que éste determina los estratos que conforman la población para seleccionar y extraer de ellos la muestra, se define como estrato a los subgrupos de unidades de análisis que difieren en las características que van a ser analizadas. En éste caso se ha tomado en cuenta específicamente a los microempresario ecuatorianos de la ciudad de Quito. (Otzen & Manterola, 2016)

## 4.8 Población y muestra

En cuanto a la población, esta estará compuesta por microempresarios. Según cifras del (INEC, 2017) existen en el país al año 2017, 802.696 empresas, de las cuales 182.195 se encuentran en Quito. (INEC, 2017)

**Tabla 9**

*Población de empresas*

<b>Microempresas 2017</b>	802.696
<b>Quito</b>	182.195

*Fuente:* (INEC, 2017)

Para determinar la muestra correspondiente a la población de 182.195 microempresarios en Quito, se aplicará la siguiente fórmula:

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

Donde:

N= población 182.195 microempresarios

Z<sup>2</sup>= desviación estándar, igual a 1,96 para un 5% de error

p= probabilidad de ocurrencia, 0,50

q= probabilidad de no ocurrencia 0,50

e= error de muestreo, 0,05 o 5%

Reemplazando la fórmula se tiene:

$$n = \frac{182195 \times 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2 \times (182195 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{182195 \times 3,8415 \times 0,5 \times 0,5}{0,0025 \times (182195) + 3,8415 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{174975,52}{455,49 + 0,9604}$$

$$n = \frac{174975,52}{456,44} = 383,34 \approx 383$$

Se necesitarán 383 encuestas a microempresarios.

#### **4.9 Procedimiento para tratamiento y análisis de datos**

Para la presente investigación se realizará la tabulación respectiva de cada una de las preguntas de la encuesta en la hoja de cálculo de Excel todo con el fin de manejar la información lo más detallada posible.

## CAPITULO V

### ANÁLISIS DE RESULTADOS

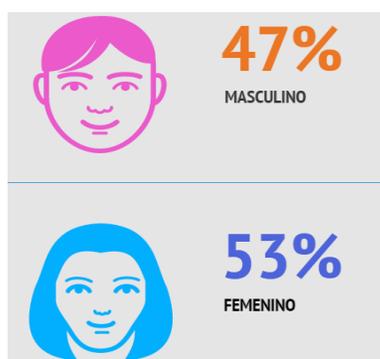
#### 5.1 Análisis Univariado

Se realizará el análisis de los datos obtenidos en la encuesta, y se describirá el comportamiento de los microempresarios mediante gráficos y tablas.

**Tabla 10**

*Género*

Género	Cuenta	Porcentaje
MASCULINO	181	47%
FEMENINO	202	53%
Total general	383	100%



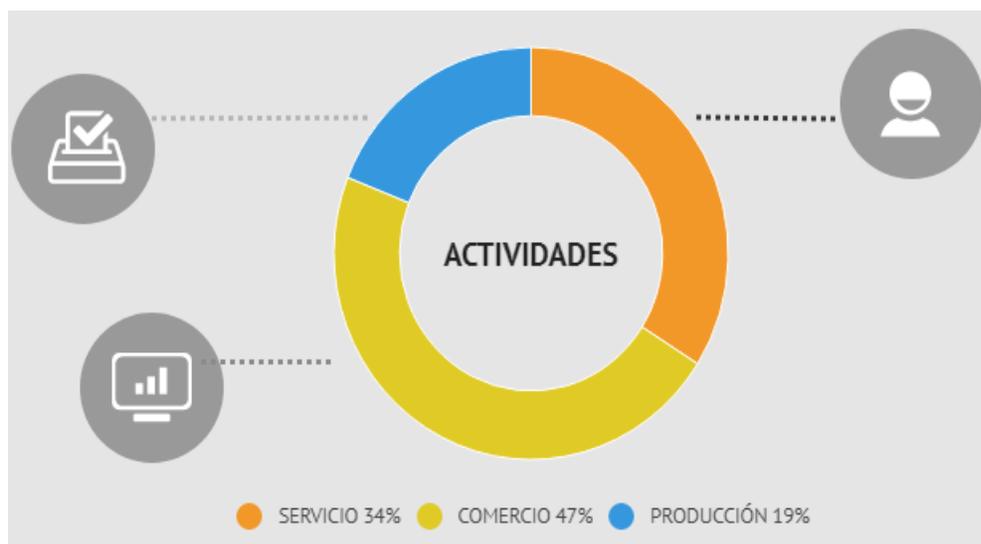
**Figura 9** Género

#### Análisis

De la encuesta realizada a los microempresarios del Distrito Metropolitano de Quito 47% corresponde al género masculino, mientras que la mayoría corresponde al género femenino con un 53%.

**Tabla 11***Actividad*

Clasificación	Cantidad	Porcentaje
Cafetería	9	2%
Panadería	29	8%
Restaurante	32	8%
Venta de empanadas	3	1%
Academia de baile	3	1%
Alquiler disfraz	5	1%
Gimnasio	7	2%
Imprentas	6	2%
Internet cabinas	17	4%
Laboratorio medico	1	0%
Mecánica	12	3%
Peluquería	29	8%
Sastre confección	18	5%
Servicio técnico electrónico	5	1%
Spa	9	2%
Tatuajes	2	1%
Vidriería	7	2%
Zapatería	10	3%
Acuario	5	1%
Arreglos florales	9	2%
Bazar/papelería	28	7%
Celulares accesorios	16	4%
Compra venta de joyas	6	2%
Ferreterías	13	3%
Kiosko	5	1%
Pet shop	11	3%
Tienda/abarrotes	37	10%
Venta artículos de fiesta	5	1%
Venta cds películas música	8	2%
Venta de artesanías	5	1%
Venta de calzado	12	3%
Venta de extintores	4	1%
Venta de pollos	3	1%
Venta de ropa	12	3%
Total general	383	100%



**Figura 10** Actividad

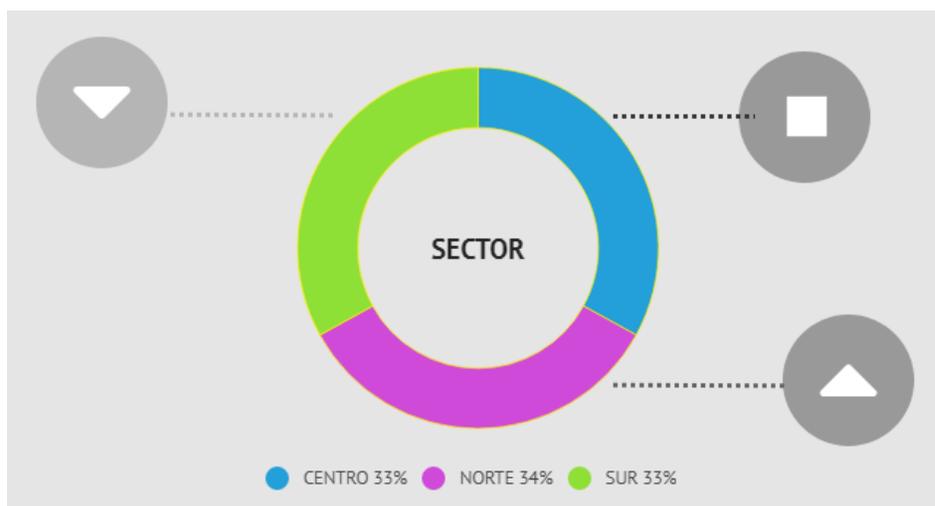
### Análisis

Existen 34 actividades que componen esta encuesta, de las cuales las más representativas son tiendas con un 10%, seguida por restaurantes, peluquerías y panaderías que comparten el 8%. Sin embargo, al tener una gráfica tan dispersa es necesario presentar la información detallada en servicios producción y comercio, de esta manera se obtiene una información más acorde a la investigación.

**Tabla 12**

#### Sector

Sector	Cuenta	Porcentaje
Centro	127	33%
Norte	129	34%
Sur	127	33%
Total general	383	100%



*Figura 11* Sector

### Análisis

La encuesta se dividió en tres sectores que son norte sur y centro de Quito, correspondiendo al centro y sur 33% y el 34% restante a la zona norte.

### Tabla 13

#### Tiempo

¿Cuánto tiempo funciona su microempresa?

Tiempo	Cuenta	Porcentaje
20 años	1	0%
22 años	1	0%
25 años	1	0%
26 años	1	0%
32 años	1	0%
11 años	2	1%
13 años	2	1%
16 años	2	1%
14 años	4	1%
15 años	5	1%
17 años	7	2%
10 años	14	4%
8 años	14	4%

Continua →

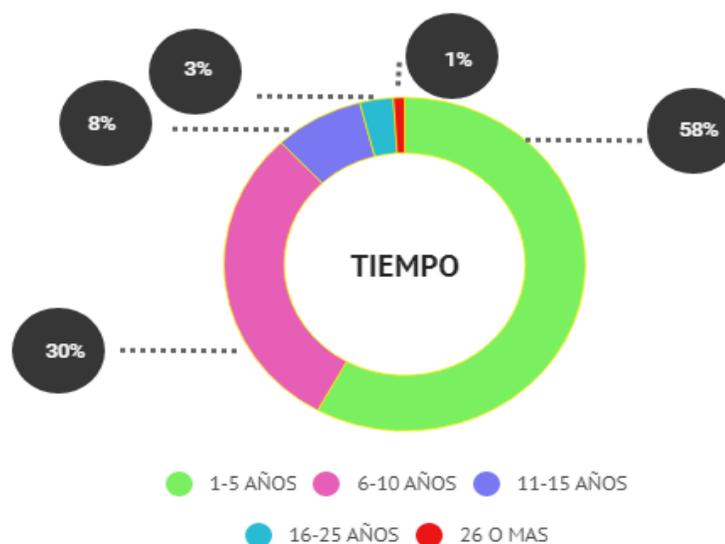
12 años	18	5%
9 años	19	5%
7 años	31	8%
1 año	32	8%
6 años	37	10%
3 años	41	11%
2 años	44	11%
5 años	51	13%
4 años	55	14%
Total general	383	100%

Al tener información muy dispersa de esta pregunta es necesario agrupar en rangos de 5 años, pues de esta manera se obtendrá una mejor percepción de los grupos de microempresarios, según se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla 14**

*Tabla tiempo agrupada*

<b>Grupo</b>	<b>Porcentaje</b>
1-5 años	58%
6-10 años	30%
11-15 años	8%
16-25 años	3%
26 o más años	1%
Total general	100%



**Figura 12** Tiempo agrupado

### Análisis

La figura 12 muestra que las microempresas de 1 a 5 años son la mayoría, lo que indica que existe alta rotación, seguido de un 30% en el rango de 6 a 10 años y un mínimo de 1 % que representa microempresas con más de 26 años.

### Tabla 15

#### *Institución financiera*

¿En qué institución tuvo su último microcrédito?

Institución	Cuenta	Porcentaje
Cooperativa Policía Nacional	4	1%
Cooperativa Fernando Daquilema	5	1%
Coopmego	5	1%
Cooperativa San Francisco LTDA.	7	2%
Cooperativa San Francisco de Asís	8	2%
Produbanco	10	3%
BanEcuador	12	3%
Cooperativa Tulcán	13	3%
Cooperativa JEP	13	3%
Cooperativa Andalucía	15	4%

Continua →

Alianza del Valle	16	4%
Cooperativa 29 de Octubre	16	4%
Banco Pacífico	23	6%
Banco Guayaquil	43	11%
Banco Solidario	88	23%
Banco Pichincha	105	27%
Total general	383	100%



**Figura 13** Institución financiera

### Análisis

De las 16 instituciones obtenidas en la encuesta, Banco Pichincha y Banco Solidario son las más presentes, con el 27% y el 23% respectivamente. Lo que representa la mitad del mercado encuestado, llama la atención que el cooperativismo está presente con las instituciones 29 de Octubre, Alianza del Valle y Andalucía cada una con el 4%.

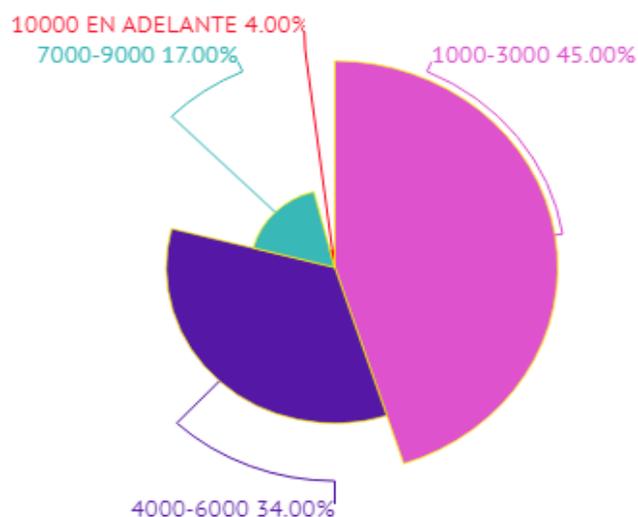
**Tabla 16***Monto de crédito***¿Cuál fue el monto del crédito?**

<b>Monto</b>	<b>Cuenta</b>	<b>Porcentaje</b>
11000	1	0%
12000	1	0%
15000	1	0%
10000	11	3%
9000	14	4%
8000	22	6%
1000	27	7%
7000	30	8%
4000	32	8%
5000	48	13%
6000	49	13%
3000	63	16%
2000	84	22%
Total general	383	100%

Para el análisis de ésta pregunta es necesario agrupar el monto de crédito en rangos de 4 grupos detallados de la siguiente manera:

**Tabla 17***Tabla monto agrupado*

<b>Rango</b>	<b>Porcentaje</b>
1000-3000	45%
4000-6000	34%
7000-9000	17%
Más de 10000	4%
Total general	100%



**Figura 14** Monto de crédito

### **Análisis**

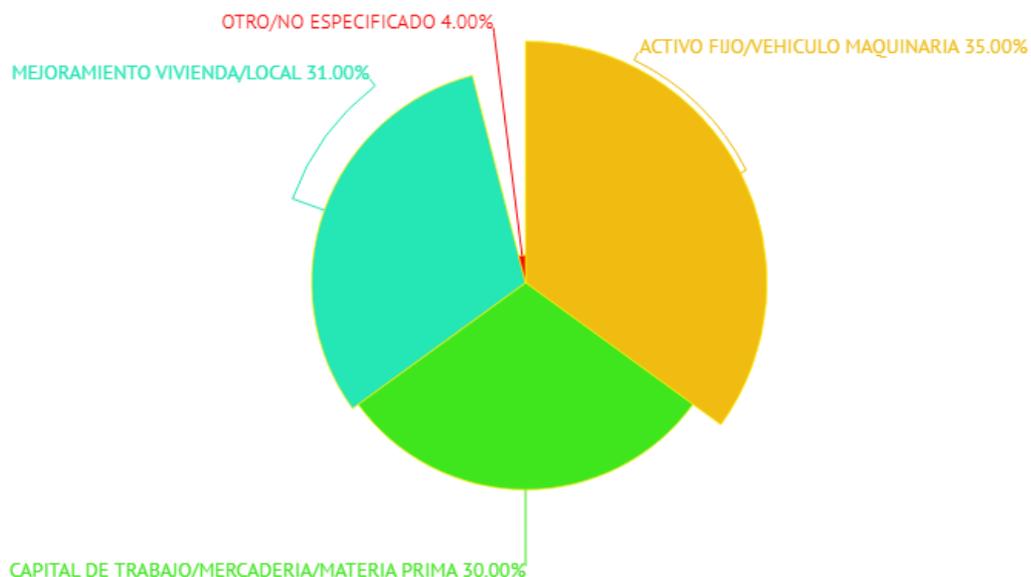
Los montos más solicitados son 2000 con el 22% y 3000 con el 16%, pues en la mayoría de instituciones estos montos se otorgan sin garante y de forma inmediata, inclusive como promociones, seguidos por 6000 y 5000 dólares con un 13% cada uno.

### **Tabla 18**

#### *Destino financiero*

**¿Cuál fue el destino que indicó a la institución financiera para el uso del crédito?**

<b>Destino</b>	<b>Cuenta</b>	<b>Porcentaje</b>
Activo fijo/vehículo maquinaria	133	35%
Capital de trabajo/mercadería/materia prima	116	30%
Mejoramiento vivienda/local	118	31%
Otro/no especificado	16	4%
Total general	383	100%



**Figura 15** Destino financiero

### Análisis

La mayoría de encuestados indicó a la institución financiera que usaría el crédito para activo fijo que representa un 35%, para el mejoramiento de vivienda o local un 31%, mientras que para capital de trabajo un 30%, el destino no especificado representa un 4%, que es un destino que el microempresario no estaba seguro de haber indicado.

### Tabla 19

*Uso alternativo de crédito*

**¿Utilizó todo el crédito en el mismo destino que indicó a la institución financiera?**

Respuesta	Cuenta	Porcentaje
No	177	46%
Sí	206	54%
Total general	383	100%



**Figura 16** Uso alternativo de crédito

### Análisis

Esta pregunta es importante pues permite identificar que un 46% de microempresarios utilizan sus microcréditos en destinos diferentes al que indican a la institución financiera, lo que permite conocer que casi la mitad de encuestados necesitan el financiamiento para otras necesidades lo que corrobora validez e importancia a esta investigación.

El otro 56% mencionan haber utilizado su microcrédito en el mismo destino indicado a la Institución financiera.

### Tabla 20

*Destino real del crédito*

**¿En qué destino alternativo utilizó este financiamiento?**

Destino	Cuenta	Porcentaje
Gastos médicos	1	0%
Reparación de vehículo	2	1%
Vehículo para hijo	5	1%
Escrituras vivienda	6	2%
Fiestas y reuniones familiares	7	2%
Viaje	11	3%
Préstamo terceros	16	4%
Electrodomésticos hogar	24	6%
Pago otras deudas	26	7%

Continua →

Segundo negocio	32	8%
Gastos estudios hijos	47	12%
Destino indicado a institución financiera	206	54%
Total general	383	100%



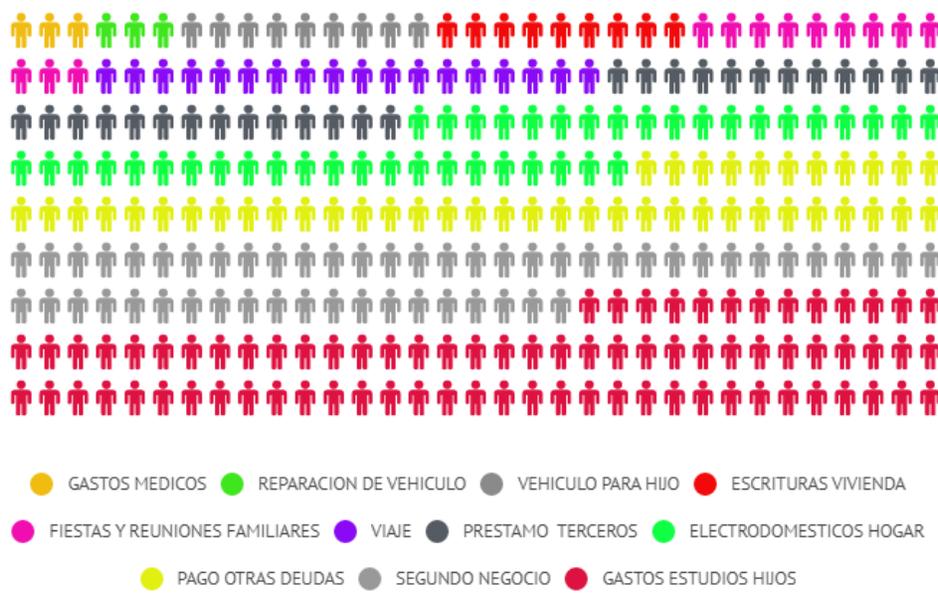
**Figura 17** Destino real del crédito

## Análisis

De todos los encuestados el 54 % utilizó el crédito en el mismo destino indicado a la institución financiera, mientras que el restante 46% utilizó en un destino diferente, este 46% se divide en un 12% gastos de estudio 8% para un segundo negocio, con la intención de obtener más ganancias o ingresos, el 7% para pago de otras deudas. El 46% de microempresarios que utilizaron su financiamiento en un destino diferente, corresponde al 100% del público objetivo de esta investigación lo cual se detalla en la siguiente tabla:

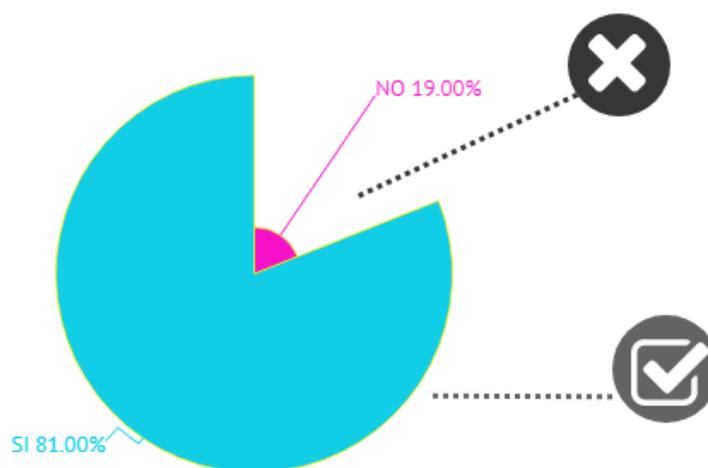
**Tabla 21***Público objetivo de la investigación*

Destino	Cuenta	Porcentaje
Gastos médicos	1	1%
Reparación de vehículo	2	1%
Vehículo para hijo	5	3%
Escrituras vivienda	6	3%
Fiestas y reuniones familiares	7	4%
Viaje	11	6%
Préstamo terceros	16	9%
Electrodomésticos hogar	24	14%
Pago otras deudas	26	15%
Segundo negocio	32	18%
Gastos estudios hijos	47	27%
Total general	177	100%

**Figura 18** Público objetivo de la investigación

**Tabla 22***Satisfacción en el monto recibido***¿El monto recibido fue suficiente para la inversión requerida?**

Respuesta	Cuenta	Porcentaje
No	72	19%
Sí	311	81%
Total general	383	100%

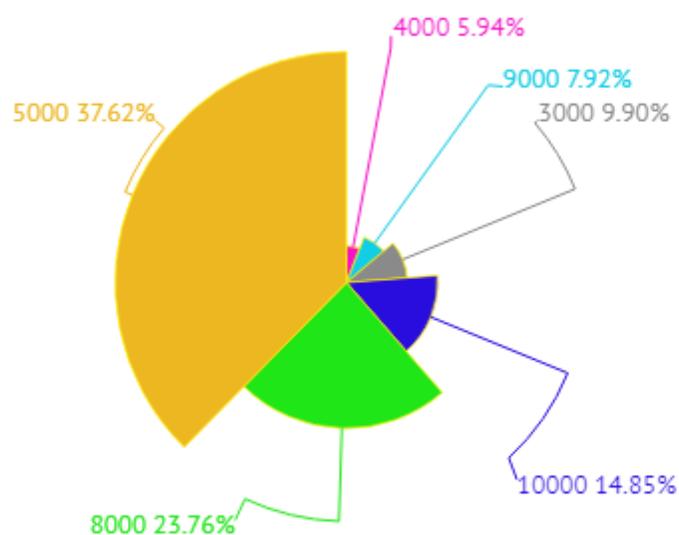
**Figura 19** *Satisfacción en el monto recibido***Análisis**

La mayoría de microempresarios están satisfechos con el monto recibido y representan un 81% mientras que un 19% no están satisfechos, pues necesitaban un monto mayor.

**Tabla 23***Monto adecuado*

Si su respuesta fue NO la anterior pregunta, ¿Que monto hubiera sido el adecuado?

Monto	Cuenta	Porcentaje
4000	4	6%
9000	6	8%
3000	7	10%
10000	11	15%
8000	17	24%
5000	27	38%
Total general	72	100%

**Figura 20** Monto adecuado**Análisis**

La mayoría de microempresarios insatisfechos con el monto recibido prefieren un valor de 5000 dólares a un monto menor (entre 1000 y 4000) que representa un 38% de este grupo de 72

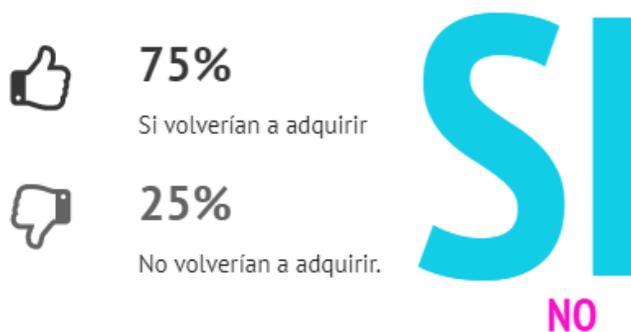
individuos, seguido de 24% que hubieran preferido 8000 dólares, en lugar de un rango comprendido entre 5000, 6000, y 7000 dólares.

**Tabla 24**

*Renovación de crédito en la misma institución*

**¿Volvería a adquirir el crédito en la misma institución financiera?**

Respuesta	Cuenta	Porcentaje
No	97	25%
Sí	286	75%
Total general	383	100%



**Figura 21** Renovación de crédito en la misma institución

### **Análisis**

Existe un 75% de fidelidad a la institución, mientras que el restante 25% desearía trabajar con otra institución financiera.

**Tabla 25***Razones opción NO*

Respuesta	Cuenta	Porcentaje
Alto interés	31	32%
Demora	7	7%
Mal asesoramiento	30	31%
Mala atención	8	8%
Probar en cooperativa	21	22%
Total general	97	100%

**Figura 22** Razones opción NO**Análisis**

En cuanto a los microempresarios que no desearían obtener un nuevo financiamiento en la misma institución, se aprecia que un 32% se debe a un alto interés mientras que el 31% es por mal asesoramiento, algo que llama la atención es el 22% que quiere probar en una cooperativa de ahorro

y crédito, pues según mencionan y es de conocimiento público las cooperativas manejan tasas de interés menores, en comparación con los bancos.

De la información detallada previamente en la tabla 25 se aprecia que los porcentajes de insatisfacción por alto interés son:

**Tabla 26**

*Alto Interés*

<b>Respuesta</b>	<b>Cuenta</b>	<b>Porcentaje</b>
Banco Pichincha	1	3%
Banco Solidario	29	94%
Cooperativa Policía Nacional	1	3%
Total general	31	100%

**Análisis:**

Existe un alto nivel de insatisfacción con la institución Banco Solidario pues indican que tiene un alto interés en los créditos otorgados. Con 29 de 31 encuestados, lo que representa un 94%

**Tabla 27**

*Mal asesoramiento*

<b>Respuesta</b>	<b>Cuenta</b>	<b>Porcentaje</b>
Alianza del Valle	1	3%
Andalucía	2	7%
Banco Guayaquil	3	10%
Banco Pacífico	1	3%
Banco Pichincha	14	47%
Banco Solidario	7	23%
Cooperativa 29 de Octubre	1	3%
Cooperativa San Francisco LTDA	1	3%
Total general	30	100%

## Análisis

Sorprendentemente, la Institución con más presencia es la que representa un mal asesoramiento según los encuestados con 14 de 30 encuestados, siendo un 47% del total.

**Tabla 28**

*Razones opción SI*

Respuesta	Cuenta	Porcentaje
Bajo interés	10	3%
Buen asesoramiento	30	10%
Buena atención	87	30%
Confianza	46	16%
Me ayudan	33	12%
Me conocen	61	21%
Rapidez	19	7%
Total general	286	100%



**Figura 23** Razones opción SI

## Análisis

En los resultados obtenidos se observa que, de los microempresarios que SI obtuvieran un nuevo crédito en la misma institución el 30% es por buena atención seguido por el 21% que mencionan que en la institución le conocen, el 16% es por confianza en la institución, que realmente estaría ligado a la opción “me conocen”. Un 12% mencionan que le ayudan, un 10% por buen asesoramiento mientras que rapidez y bajo interés representan un 7% y 3% respectivamente.

De la información detallada en la tabla 28, se obtiene la siguiente información con respecto a la buena atención:

**Tabla 29**

*Buena atención*

<b>Respuesta</b>	<b>Cuenta</b>	<b>Porcentaje</b>
Alianza del Valle	9	10%
Andalucía	7	8%
Banco Guayaquil	19	22%
Banco Pacífico	9	10%
Banco Pichincha	3	3%
Banco Solidario	3	3%
Cooperativa Fernando Daquilema	1	1%
Cooperativa 29 de Octubre	5	6%
Cooperativa Policía Nacional	1	1%
Cooperativa San Francisco de Asís	4	5%
Cooperativa San Francisco LTDA	2	2%
Cooperativa Tulcán	5	6%
Coopmego	3	3%
Cooperativa JEP	10	11%
Produbanco	6	7%
Total general	87	100%

## Análisis

Banco Guayaquil con un 22% de 87 microempresarios satisfechos tiene el primer lugar en buena atención seguido por Cooperativa JEP con el 11%

**Tabla 30**

*Me conocen*

<b>Respuesta</b>	<b>Cuenta</b>	<b>Porcentaje</b>
Alianza del Valle	1	2%
Andalucía	2	3%
Banco Guayaquil	4	7%
Banco Pacifico	5	8%
Banco Pichincha	22	36%
Banco Solidario	19	31%
BanEcuador	1	2%
Cooperativa Fernando Daquilema	1	2%
Cooperativa 29 de Octubre	4	7%
Cooperativa JEP	2	3%
Total general	61	100%

## Análisis

Dentro de la pregunta ¿Volvería a adquirir el crédito en la misma institución financiera? Los microempresarios que respondieron “si” detallaron la opción “me conocen” en donde existe una alta apreciación de confianza y acercamiento del microempresario con las instituciones mejor preparadas en las microfinanzas que son Banco Pichincha y Banco Solidario con un 36% y 31% respectivamente de una muestra de 61 clientes satisfechos.

**Tabla 31***Destino para el uso de un nuevo crédito*

Destino	Cuenta	Porcentaje
Escrituras de vivienda	2	1%
Viaje	7	2%
Computadora	10	3%
Pago de deudas	15	4%
Segundo negocio	29	8%
Capital de trabajo	35	9%
Casa propia	36	9%
Construcción y adecuaciones vivienda /local	45	12%
Estudios hijos	53	14%
Vehículo	59	15%
No tiene necesidad	92	24%
Total general	383	100%

**Figura 24** Destino para el uso de un nuevo crédito

## Análisis

Se observa que la mayoría de microempresarios no tienen necesidad de un nuevo financiamiento, esto representa un 24% de los encuestados, mientras que los que desearían utilizar un nuevo financiamiento en vehículo representan un 15%, estudios de hijos, un 14% lo que indica al igual que el análisis de la tabla 18 que forma parte de la mayoría de preferencias de microempresarios.

De la información detallada previamente en la tabla 31, es preciso enfocarse únicamente en opciones válidas que son el 76% y descartar al 24% quienes no tienen necesidad, de esta forma se obtiene:

**Tabla 32**

*Destinos reales de crédito*

<b>Destino</b>	<b>Cuenta</b>	<b>Porcentaje</b>
Escrituras de vivienda	2	1%
Viaje	7	2%
Computadora	10	3%
Pago de deudas	15	5%
Segundo negocio	29	10%
Capital de trabajo	35	12%
Casa propia	36	12%
Construcción y adecuaciones vivienda /local	45	15%
Estudios hijos	53	18%
Vehículo	59	20%
Total general	291	100%

## **Análisis**

Los principales destinos que se proyecta respecto de los microempresarios son vehículo, estudios de hijos y adecuaciones o construcción, con 20% 18% y 15% respectivamente, siendo estudios de hijos la segunda con mayor participación lo cual demuestra que el microempresario busca la superación de sus hijos en los estudios.

### **5.2 Discusión de resultados**

En base a los objetivos específicos que son:

- Explorar preferencias de uso de los créditos otorgados a microempresarios mediante una investigación de campo.
- Recomendar nuevos productos crediticios a partir de la información analizada, en función de las necesidades reales de los microempresarios.

Se obtiene:

El microempresario busca invertir en estudios de sus hijos lo que demuestra el ánimo de superación de este segmento, y la conciencia de que los estudios pueden mejorar la situación socio cultural de su familia.

Existe un mayor porcentaje de microempresarias, pues como se indicó en la tabla 10 el 53% de la muestra de 383 encuestados son mujeres, seguramente ligado al nivel de dependencia laboral en donde los hombres representan un 67% frente a las mujeres con un 43% según el INEC

Existe una mayor presencia de mujeres microempresarias lo que indica que cualquier propuesta de campaña debe ser dirigida a este segmento, dándole prioridad, para de esta manera incrementar el alcance e impacto de la campaña.

Existe un 19% de encuestados que no están satisfechos con el valor de crédito recibido por parte de la institución y el restante 81% si, lo que indica que la minoría tuvieron temas particulares por los cuales no aplicaron a un monto mayor deseado, siendo estas políticas liquidez o patrimonio, sin embargo, dicha información entra en otro tipo de investigación.

## CAPITULO VI

### CONCLUSIONES

- La metodología utilizada en esta investigación permitió un acercamiento relativamente formal con el microempresario logrando un grado de confianza importantísimo para obtener información fiel acerca del verdadero uso que se da al microcrédito; de igual manera la selección en la muestra fue la ideal pues en el Distrito Metropolitano de Quito se concentra el mayor número de microempresas en el país siendo un dato muy representativo y dando un enfoque acertado a la presente investigación
- Se pudo evidenciar a través de los resultados que dentro del Distrito Metropolitano de Quito tienen mayor presencia las microempresas con propietarias mujeres, destacando más su presencia con un 36% en el sector norte seguido de un 32% en el centro y sur cada uno. Desde luego relacionado directamente con el 57% de empleados varones frente a las mujeres que representan un 43% del total de dependencia laboral.
- La amplia gama de actividades existentes en el sector de microempresa, obliga clasificarlas por comercio servicio y producción, lo que permite tener una idea más general del segmento al que pertenecen, en este caso comercio representa la de mayor participación con 47% seguida de servicio con 34% y producción 19%, lo que indica que el microempresario prefiere una actividad que no requiere experiencia o conocimientos técnicos como son servicios o producción.

- Se identificó que las instituciones que tienen mayor participación son Banco Pichincha y Banco Solidario, quienes tienen experiencia en el mercado y un producto específico para el microempresario, de ahí que la presente investigación, es de mucha utilidad para estas empresas pues la información puede ayudar a segmentar de mejor manera su mercado objetivo.
- Se pudo evidenciar que el alto porcentaje de microempresarios que utilizó su financiamiento en un destino diferente indica claramente que tiene otras necesidades que no son transmitidas a la institución, siendo la más destacada la inversión en estudios de hijos seguida por un negocio alternativo, lo cual demuestra también la intención de diversificar sus ingresos esto debido a que el microempresario actual tiene acceso a mayor información digital y conocimientos que le permiten tener una mejor proyección.
- Se identificó también dentro del nivel de satisfacción que el 25% de encuestados no quisieran trabajar con la misma institución para un nuevo financiamiento, debido principalmente a que existe una percepción de alto interés con Banco Solidario además de un mal asesoramiento en Banco Pichincha cifras muy relevantes pues son las instituciones con mayor participación.
- En el 75% de clientes satisfechos, se identificó que Banco Guayaquil y Cooperativa JEP representan las instituciones con mejor atención con el 22%, y 11%. Además, existe una alta apreciación de confianza y acercamiento del microempresario con las instituciones mejor preparadas en las microfinanzas que son Banco Pichincha y Banco Solidario con un 36%, y 31% respectivamente o que demuestra que, pese a que un porcentaje alto indica que Banco Solidario tiene alto interés y Banco Pichincha mal asesoramiento, tiene un acercamiento importante con el cliente lo que genera fidelidad.

## RECOMENDACIONES

- En base al mayor destino alternativo de crédito que son estudios de hijos, se recomienda profundizar en una nueva investigación en donde se identifique el nivel académico del hijo/hija del microempresario, para de esta manera promover un producto de crédito estudiantil con tasa diferenciada y garantías colaterales.
- Se recomienda también, en base a los resultados obtenidos en esta investigación promover una campaña publicitaria visual basada en los principales usos alternativos que los microempresarios dieron al crédito, estos son estudios de hijos y un segundo negocio.
- Las instituciones financieras deben realizar periódicamente campañas de capacitación para el microempresario que les ilustre acerca de técnicas de ventas atención al cliente y manejo eficiente de recursos, para mitigar el incremento del riesgo crediticio. Así como dar un seguimiento a la inversión realizada por el microempresario, pues de esta manera también se evita el sobreendeudamiento y desvió de fondos.
- Es recomendable también capacitar correctamente al personal de las instituciones bancarias para ofrecer un asesoramiento adecuado y generar confianza en el cliente, pues este sector microempresarial es un segmento informal y como tal muchas veces no brinda información necesaria al asesor bancario para que éste pueda identificar de mejor manera su necesidad específica y así mejorar la experiencia de usuario.
- Se recomienda también, utilizar para futuras investigaciones como variable independiente preferencia de uso de microcrédito y como variables dependientes, situación económica del hogar (ingresos mensuales), y número de hijos o cargas familiares del microempresario.

**BIBLIOGRAFIA**

Andrade, L. (2018). *Siente Tame Magazine*. Obtenido de <https://www.sientetamemagazine.com/quito-la-capital-economica/>

Andrade, V. Z. (5 de febrero de 2019). *ekosnegocios.com*. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/top-5-bancos-mas-rentables-del-ecuador-en-2018>

Asobanca. (mayo de 2019). *Evolución de la Banca*. Obtenido de [file:///c:/users/gualotunas/downloads/evoluci%c3%b3n%20de%20la%20banca%20-%2005-%202019%20\(1\).pdf](file:///c:/users/gualotunas/downloads/evoluci%c3%b3n%20de%20la%20banca%20-%2005-%202019%20(1).pdf)

Banco Central del Ecuador. (septiembre de 2019). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/estadisticas/sectormonfin/tasasinteres/indice.htm>

Banco Mundial. (2019). *Grupo Banco Mundial*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>

Banco Visionfund Ecuador. (2019). *Banco Visionfund Ecuador*. Obtenido de <http://www.visionfund.ec/educacionbvbf/productos-y-servicios-financieros/#1530000956529-7b5ac858-aeaa>

Bce. (2017). *Homologación tablas 36-6: Destino del crédito por destino financiero*. Recuperado el 22 de septiembre de 2018, de banco central del ecuador: [https://contenido.bce.fin.ec/home1/economia/tasas/presentacion\\_homologacion.pdf](https://contenido.bce.fin.ec/home1/economia/tasas/presentacion_homologacion.pdf)

Bce. (2019). *Banco central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1182-la-econom%C3%ada-ecuatoriana-creci%C3%b3-06-en-el-primer-trimestre-de-2019>

Camacaro, P. R. (abril de 2006). *eumed.net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/prc/instrumentos%20de%20recoleccion%20de%20datos.htm>

Cedeño, M., Rodríguez, S., & Marín, L. (2017). *Universidad Técnica de Machala*. Obtenido de [file:///c:/users/user%20pc/downloads/190-1-307-1-10-20170620%20\(1\).pdf](file:///c:/users/user%20pc/downloads/190-1-307-1-10-20170620%20(1).pdf)

Ernhardt, W. (2018). *¡quiero un crédito!: cómo obtenerlo y conservarlo*. México: trans unión de méxico.

Espinoza Lozano, María Cristina. (agosto de 2015). *repositorio.ug.edu.ec*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8501/1/tesis%20maria%20cristina%20espinoza%20lozano.pdf>

Finanzas para todos. (2018). *Finanzas para todos*. Obtenido de <https://www.finanzasparatodos.es/es/productosyservicios/productosbancariosfinanciacion/diferenciaprestamoycredito.html>.

Gamero, H. (19 de junio de 2014). *slideshare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/haroldharry/proceso-de-recoleccion-de-datos-36082561>

García, F. (6 de agosto de 2013). *prezi*. Obtenido de [https://prezi.com/ewt9rb\\_s4wha/investigacion-experimental-y-no-experimental/](https://prezi.com/ewt9rb_s4wha/investigacion-experimental-y-no-experimental/)

Hands on Banking. (2019). *handsonbanking.org*. Obtenido de <https://handsonbanking.org/htdocs/es/a/uc/wha/aucwha5cs.html>

Herrera , M. (enero de 2014). *Universidad Casa Grande*. Obtenido de dspace: <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/137/1/tesis600auzc.pdf>

Inec. (2017). *Directorio de empresas 2017*. Obtenido de instituto ecuatoriano de estadísticas y censos: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/estadisticas\\_economicas/directorioempresas/directorio\\_empresas\\_2017/documentos\\_diee\\_2017/documentos\\_diee\\_2017/principales\\_resultados\\_diee\\_2017.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/estadisticas_economicas/directorioempresas/directorio_empresas_2017/documentos_diee_2017/documentos_diee_2017/principales_resultados_diee_2017.pdf)

Inec. (2018). Fascículo provincial Pichincha. *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*.

Inec, R. (12 de 2017). *redatam.inec.gob.ec*. Obtenido de <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/rpwebengine.exe/portalaaction?&mode=main&base=diee2017&main=webservermain.inl>

Jácome, H., & Cordove, J. (2014). Microfinanzas en la economía ecuatoriana: Una alternativa para el desarrollo. *Flacso*.

Jaramillo, A. (2016). Análisis y evaluación del impacto de los microcréditos en la economía de las familias, de la parroquia machachi, del cantón mejía, provincia de pichincha, en el. *Universidad Central del Ecuador*.

Marbán, R. (2006). Origen, caracterización y evolución del sistema de microcrédito. *Revista de economía mundial*.

Naghi, M. (2012). *Metodología de la investigación*. Editorial limusa.

- Narváez, E. (18 de noviembre de 2018). *El heraldo columnistas*. Obtenido de <https://www.elheraldo.com.ec/la-microempresa-parte-importante-en-el-desarrollo-del-pais-edison-narvae-z/>
- Nowak, M. (2005). Los orígenes del microcrédito en Europa. *Libro blanco del microcrédito*.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2016). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *scielo*, 1.
- Pérez, H. (29 de abril de 2015). *slideshare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/xh3rox/investigacin-segn-su-finalidad-y-profundidad>
- Porter, M. E. (2015). Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=\\_n0ddaaaqbaj&pg=pt95&lpg=pt95&dq=en+un+s+entido+general+todas+las+compa%3%b1%3%adas+de+una+industria+compiten+con+las+industrias+que+generan+productos+sustitutos.+los+sustitut&source=bl&ots=atprdrap86&sig=acfu3u2bnqas](https://books.google.com.ec/books?id=_n0ddaaaqbaj&pg=pt95&lpg=pt95&dq=en+un+s+entido+general+todas+las+compa%3%b1%3%adas+de+una+industria+compiten+con+las+industrias+que+generan+productos+sustitutos.+los+sustitut&source=bl&ots=atprdrap86&sig=acfu3u2bnqas)
- Quito Turismo. (2019). *Quito Turismo*. Obtenido de <https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/datos-turisticos-principales/category/82-quito-en-cifras>
- Ramírez, A., & Kuong yeng, P. (Octubre de 2011). *Universidad San Francisco de Quito*. obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/3896/1/102412.pdf>
- Revista Líderes . (2018). *La competencia de los servicios financieros aumenta en el Ecuador*. (g. e. comercio, ed.) Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/competencia-servicios-financieros-aumenta-ecuador.html>

Seps. (31 de julio de 2019). *seps.gob.ec*. Obtenido de <http://www.seps.gob.ec/estadistica?boletines-financieros-mensuales>

Solidario, B. (marzo de 2019). *Cuida tu futuro*. Obtenido de banco solidario: <https://cuidatufuturo.com/sabes-microempresario-aqui-te-enseamos/>

Superintendencia de bancos. (2019). *Calificación de riesgo instituciones financieras 2019*. Obtenido de [http://estadisticas.superbancos.gob.ec/portalestadistico/portalestudios/wp-content/uploads/sites/4/downloads/2019/03/reporte\\_estabilidad\\_jun\\_2019.pdf](http://estadisticas.superbancos.gob.ec/portalestadistico/portalestudios/wp-content/uploads/sites/4/downloads/2019/03/reporte_estabilidad_jun_2019.pdf)

Superintendencia de bancos. (2019). *Evolución volumen de crédito*. Obtenido de <http://estadisticas.superbancos.gob.ec/>:  
[http://estadisticas.superbancos.gob.ec/portalestadistico/portalestudios/wp-content/uploads/sites/4/downloads/2019/03/reporte\\_estabilidad\\_jun\\_2019.pdf](http://estadisticas.superbancos.gob.ec/portalestadistico/portalestudios/wp-content/uploads/sites/4/downloads/2019/03/reporte_estabilidad_jun_2019.pdf)

Superintendencia de bancos. (2019). *Superbancos*. Obtenido de <https://www.superbancos.gob.ec/bancos/calificacion-de-riesgo-instituciones-financieras-2019/>

Superintendencia de bancos y seguros. (junio de 2017). *Superintendencia de bancos y seguros*. Obtenido de [https://www.superbancos.gob.ec/bancos/wp-content/uploads/downloads/2017/06/11\\_ix\\_cap\\_ii.pdf](https://www.superbancos.gob.ec/bancos/wp-content/uploads/downloads/2017/06/11_ix_cap_ii.pdf)

Superintendencia de economía popular y solidaria. (enero de 2019). *seps.gob.ec*. Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/estadistica?volumen-de-credito>

Superintendencia de economía popular y solidaria. (2018). Ley organica de economia popular y solidaria. *superintendencia de economia popular y solidaria*.

Telégrafo. (2 de julio de 2018). *El Telegrafo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/creditos-dificultades-emprendedores-ecuador-tasas>

Telégrafo. (Enero de 2018). *El Telégrafo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/pichincha-lidera-en-el-indice-de-competitividad>

Telégrafo. (27 de junio de 2019). *eltelegrafo.com.ec*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/pymes-enfrentan-problemas-onu>

Torres, B. (2006). *Metodología de la investigación para la administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (segunda edición ed.). México: pearson.

Trenzano, J. M. (2003). Estrategias de productos y precios. en J. M. Trenzano, *Estrategias de productos y precios*. México: Océano de México.

Trespacios Gutierrez, J., Vázquez Casielles, R., & Bello Acebrón, L. (2005). Investigación de mercados. International thomson editores.

Valdés, D. (2005). *El buen uso del dinero*. España: Editorial limusa.

Valuepenguin. (2018). *Value penguin*. Obtenido de value penguin: <https://www.valuepenguin.com/loans/loan-vs-line-of-credit>

Veintimilla, J. (2015). La constitución económica del Ecuador. *Universidad San Francisco de Quito*.

Weisbrot, M., & Arauz, A. (2019). Obstáculos al crecimiento”: El programa del FMI en Ecuador. *center for economic and policy research*.

Zapata, B. (3 de julio de 2018). Créditos para emprendedores y pymes en ecuador. *Diario el universo*, págs. <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/07/03/nota/6840290/creditos-emprendedores-pymes-ecuador>.