



Universidad de Cuenca

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Carrera de Mercadotecnia

Efectos de las políticas de crédito en la percepción de confianza del consumidor de instituciones financieras en la ciudad de Cuenca

Trabajo de titulación previo a la
obtención del título de
Licenciado en mercadotecnia

Autor:

Mateo Alejandro Elizalde Méndez

Director:

Sandra Verónica Íñiguez Quizhpi

ORCID:  0000-0002-7534-5949

Cuenca, Ecuador

2024-09-05

Resumen

La confianza del consumidor es crucial en el marketing, influyendo en la percepción de productos y servicios, basada en credibilidad y experiencias previas. Es vital para la fidelidad del cliente, según el modelo de miedo y confianza de Luhmann (2000), que la vincula a comportamientos consistentes y predecibles. En el ámbito financiero, está ligada a percepciones éticas y transparentes de las entidades.

La investigación en este sector se centra en cómo las políticas crediticias afectan la percepción del consumidor, enfatizando que la confianza se forma con experiencias positivas y repeticiones. La falta de comprensión del sistema financiero puede generar percepciones sesgadas. Factores como el riesgo impactan en la confianza, según la literatura.

Un estudio con Mutualista Azuay explora la relación entre las políticas crediticias y la confianza del consumidor, estableciendo objetivos, preguntas de investigación e hipótesis. La metodología cuantitativa utiliza pruebas estadísticas.

Los resultados confirman que las políticas crediticias influyen en la confianza del consumidor, mostrando diferencias en la percepción según los requisitos y beneficios. Se destaca la importancia de los beneficios en la confianza del consumidor.

Se concluye que las instituciones financieras deben comunicar efectivamente sus políticas de crédito para aumentar la confianza del consumidor, equilibrando requisitos y beneficios para fortalecer la relación con los clientes.

Palabras clave del autor: sistema financiero, confianza del consumidor, políticas de crédito



El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Cuenca ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por la propiedad intelectual y los derechos de autor.

Repositorio Institucional: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Mateo Alejandro Elizalde Méndez

Abstract

Consumer trust plays a crucial role in marketing research as it influences the perception and evaluation of products and services, based on perceived credibility influenced by previous experiences. This factor is essential for business success as it underpins customer loyalty, according to Luhmann's (2000) model of fear and trust, which explains that trust is built on the expectation of consistent and predictable behavior. In the financial sector, trust is related to the perception of ethical and transparent behavior of entities.

Given the importance of trust in the financial sector, research focuses on understanding how credit policies affect consumer perception. It is highlighted that trust is formed through positive experiences and repetitions. Lack of understanding of the financial system can lead to biased perceptions based on personal interests (Brenner et al., 1996). Research indicates that factors such as risk assumption directly impact consumer trust (Hussein, 2010).

The relationship between credit policies and consumer trust is examined in a study with Mutualista Azuay. Research objectives, questions, and hypotheses are established, suggesting that requirements and benefits affect trust. The methodology involves a quantitative approach and the application of statistical tests to verify hypotheses.

The results confirm that credit policies influence consumer confidence, showing differences in perception based on requirements and benefits. The importance of benefits in consumer confidence is highlighted.

The research concludes that financial institutions must carefully manage their credit policies, effectively communicating them to increase consumer trust. The need to balance requirements and benefits to strengthen the relationship with customers is highlighted.

Author Keywords: financial system, consumer confidence, credit policies



The content of this work corresponds to the right of expression of the authors and does not compromise the institutional thinking of the University of Cuenca, nor does it release its responsibility before third parties. The authors assume responsibility for the intellectual property and copyrights.
Institutional Repository: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Índice de Contenido

Introducción.....	10
Marco teórico	12
Objetivo General y Específicos	15
Preguntas de Investigación.....	15
Hipótesis.....	15
Marco Metodológico	16
Resultados	22
Conclusiones.....	26
Anexos	31
1. Encuesta	31
2. Respuestas por pregunta.....	32
3. Tablas de contingencia frente al nuevo nivel de confianza.....	50

Índice de figuras

Ilustración 1. Encuesta.....	31
Ilustración 2. Encuesta.....	32
Ilustración 3. Anexo: Gráfico tiempo del otorgamiento del crédito.....	33
Ilustración 4. Anexo: Gráfica motivación a solicitar un préstamo	33
Ilustración 5. Anexo: Gráfico monto del crédito.....	34
Ilustración 6. Anexo: Gráfico nivel de conocimiento financiero.....	36
Ilustración 7. Anexo: Gráfico nivel de estudio completado	37
Ilustración 8. Anexo: Gráfico sector en el que labora.....	38
Ilustración 9. Anexo: Edad	39
Ilustración 10. Anexo: Gráfico sexo de nacimiento	40
Ilustración 11. Anexo: Gráfico nivel de confianza con cero garantes	41
Ilustración 12. Anexo: Gráfico nivel de confianza con un garante	42
Ilustración 13. Anexo: Gráfico nivel de confianza con dos garantes	43
Ilustración 14. Anexo: Gráfico nivel de confianza si exige rol de pagos.....	43
Ilustración 15. Anexo: Gráfico nivel de confianza si NO exige rol de pagos.	44
Ilustración 16. Anexo: Gráfico nivel de confianza si exige certificado laboral	45
Ilustración 17. Anexo: Gráfico nivel de confianza si NO exige certificado laboral.....	46
Ilustración 18. Anexo: Gráfico nivel de Confianza con tasa de interés de 14.90%	46
Ilustración 19. Anexo: Gráfico nivel de confianza con tasa de interés de 16%	47
Ilustración 20. Anexo: Gráfico nivel de confianza con un tiempo de aprobación menor a una semana	48
Ilustración 21. Anexo: Gráfico nivel de confianza con un tiempo de aprobación mayor a una semana.	49

Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de variable dependiente.....	17
Tabla 2. Operacionalización de las variables independientes	17
Tabla 3. Muestreo estratificado	20
Tabla 4. Variables del Muestreo	20
Tabla 5. Escenarios.....	22
Tabla 6. Análisis chi cuadrado entre escenarios y nuevo nivel de confianza	22
Tabla 7. Coeficiente de contingencia entre escenarios y nuevo nivel de confianza.....	23
Tabla 8. Análisis chi cuadrado entre variables descriptivas y nuevo nivel de confianza.....	23
Tabla 9. Análisis Krutas-Wallis edad frente a nuevo nivel de confianza.....	25
Tabla 10. Anexo: Respuesta tiempo que ha pasado desde el otorgamiento del Crédito.....	32
Tabla 11. Anexo: Motivación a solicitar un préstamo	33
Tabla 12. Anexo: Monto del crédito	34
Tabla 13. Anexo: Nivel de conocimiento financiero.....	35
Tabla 14. Anexo: Nivel de estudio completado	36
Tabla 15. Anexo: Sector en el que labora.....	37
Tabla 16. Anexo: Edad.....	38
Tabla 17. Anexo: Sexo de nacimiento	39
Tabla 18. Anexo: Nivel de confianza con cero garantes	40
Tabla 19. Anexo: Nivel de confianza con un garante	41
Tabla 20. Anexo: Nivel de confianza con dos garantes	42
Tabla 21. Anexo: Nivel de confianza si exige rol de pagos.....	43
Tabla 22. Anexo: Nivel de confianza si NO exige rol de pagos	44
Tabla 23. Anexo: Nivel de confianza si exige certificado laboral	44
Tabla 24. Anexo: Nivel de confianza si NO exige certificado laboral.....	45
Tabla 25. Anexo: Nivel de Confianza con tasa de interés de 14.90%	46
Tabla 26. Anexo: Nivel de confianza con tasa de interés de 16%.....	47

Tabla 27. Anexo: Nivel de confianza con un tiempo de aprobación menor a una semana ..	47
Tabla 28. Anexo: Nivel de confianza con un tiempo de aprobación mayor a una semana. .	48
Tabla 29. Tabla de contingencia nuevo nivel de confianza frente a escenarios.....	50
Tabla 30. Tabla de contingencia nuevo nivel de confianza frente a tiempo de otorgamiento del crédito.....	51
Tabla 31. Tabla de contingencia nuevo nivel de confianza frente a motivación a solicitar un nuevo préstamo	51
Tabla 32. Tabla de contingencia nuevo nivel de confianza frente a monto del crédito	52
Tabla 33. Tabla de contingencia nuevo nivel de confianza frente a nivel de confianza actual	52
Tabla 34. Tabla de contingencia nuevo nivel de confianza frente a nivel de conocimiento financiero.....	53
Tabla 35. Tabla de contingencia nuevo nivel de confianza frente a nivel académico	53
Tabla 36. Tabla de contingencia nuevo nivel de confianza frente a sector en el que labora	54
Tabla 37. Tabla de contingencia nuevo nivel de confianza frente a sexo de nacimiento	54

Introducción

La pérdida de la confianza del consumidor en el sistema financiero tiene un impacto en la vulnerabilidad del mismo a experimentar crisis (Rodrigo, 2022). Por esta razón, este estudio buscó explicar la influencia de las políticas de crédito en la confianza del consumidor de entidades financieras.

Esta confianza se ve impactada por los factores claves de estabilidad en cuanto a instituciones financieras, que son capital, liquidez y la asunción de riesgo. (Hussein, 2010). Según (Hussein, 2010) en su artículo indica que esos tres aspectos son los únicos que afectan a la confianza en las entidades financieras, pero la interrogante surge cuando esta confianza se ve afectada al momento de cambiar políticas de crédito. Debido a que las políticas de crédito son las que mueven los factores anteriormente indicados, teniendo en cuenta que estos factores afectan directamente a la institución financiera y el usuario desconoce el cómo lo hace, mientras que las políticas de crédito son la forma más visible en la que el usuario percibe la confianza en la entidad financiera dado que estas lo afectan directamente.

Siendo de esta forma que las políticas de crédito podrían afectar a la confianza del consumidor. La cual está relacionada con conductas y elecciones financieras críticas (Atlas et al., 2019).

La forma del estudio toma como base la ley de Weber, la cual, de acuerdo con Schiffman et al. (2010) explica el umbral diferencial, la diferencia apenas perceptible, la cual tiene su aplicación en Marketing al analizarla para que los cambios negativos como incrementos en el precio o reducción del tamaño de un producto sean difícilmente detectables por parte del consumidor.

Esto se puede aplicar en el sector financiero, como ya se ha mencionado antes, al cambiar las políticas de un producto financiero y determinar de qué forma la confianza del consumidor se ve afectada cuando se realizan estos cambios. La cual se ha demostrado se ve afectada por estas políticas (Bocanegra & Quintero, 2011) concluyendo que existe una relación entre el cambio de la tasa de interés de las tarjetas de crédito y el índice de confianza del consumidor.

Este estudio se realizó con el producto financiero “créditos de consumo”, ya que en Ecuador los créditos de consumo son los servicios financieros más demandados por el mercado, y con expectativa de crecimiento, cuyos estándares de aprobación y condiciones generales presentan una alta variabilidad (Banco Central del Ecuador, 2023).

Se centró en la ciudad de Cuenca, porque en esta existe la tercera mayor concentración de productos financieros activos en el país, con el 5%; siendo solo superada por Quito y Guayaquil, los cuales suman el 47% del total de estos entre las dos ciudades (Banco Central del Ecuador, 2023).

Y en este punto de la historia es atractivo el analizar esta relación, ya que actualmente existe un problema en el sector financiero a nivel internacional, lo que se puede observar en el cierre de entidades financieras como *Silicon Valley Bank* y *Credit Suisse* (BBCNews, 2023; Falconi, 2023) siendo el cierre del primero la mayor caída de una entidad financiera en Estados Unidos desde la crisis del 2008.

Estos precedentes han generado retiros masivos de dinero demostrando la desconfianza de los usuarios en el sistema financiero, lo que puede llevar a la caída de bancos de estos niveles en diferentes países del mundo, desencadenando problemas económicos a nivel internacional.

Marco teórico

La percepción de confianza del consumidor es un término de gran relevancia en el ámbito de la investigación de marketing. Partiendo del concepto de percepción, Según Schiffman (2010), la percepción es un proceso mediante el cual un individuo “selecciona, organiza e interpreta los estímulos para formarse una imagen significativa y coherente del mundo”. El cual es subjetivo según la experiencia y aprendizaje de cada uno.

En el caso de la confianza, dicho concepto se fundamenta en el nivel de credibilidad que el consumidor percibe en la empresa, el cual se basa en su percepción y en su experiencia previa con relación a dicha empresa (Pérez Villarreal et al., 2014). En consecuencia, la confianza del consumidor es un elemento clave para el éxito de las empresas, ya que se encuentra en la base de la fidelidad y lealtad del cliente hacia la marca (Pérez Villarreal et al., 2014).

El modelo de miedo y confianza es uno de los enfoques más utilizados para comprender la confianza del consumidor. Este modelo, según Luhmann (2000), sostiene que la confianza se cimienta en la expectativa de que la conducta del otro se mantendrá constante y predecible en situaciones venideras.

En otras palabras, tomando en cuenta estas definiciones, la confianza se construye en la creencia de que el otro actuará de forma coherente en el futuro, lo que brinda una sensación de seguridad y estabilidad al consumidor. Según los enfoques mencionados, la confianza se genera a partir de la experiencia y la repetición de interacciones positivas, lo que conduce a un aumento en la confianza que los consumidores depositan en una empresa o marca.

Basándonos en las definiciones y en lo analizado en otros estudios que revisan el mismo concepto, al entender estos términos por separado se da una definición propia sobre percepción de confianza. La percepción de confianza se refiere a la evaluación subjetiva que una persona realiza sobre la credibilidad, fiabilidad, integridad y capacidad de otra persona, institución o entidad para cumplir con sus compromisos, promesas o responsabilidades. Esta percepción se basa en una combinación de factores como la experiencia previa, la reputación, la comunicación efectiva, la coherencia entre palabras y acciones, entre otros.

En el ámbito financiero, esta percepción de confianza es fundamental, tal como señala Rodrigo (2022), ya que la pérdida de confianza del consumidor en el sector financiero puede generar una situación de vulnerabilidad que puede llevar a una crisis.

Esta confianza se ve influenciada por factores clave de estabilidad en las instituciones financieras, tales como el capital, la liquidez y la asunción de riesgo (Hussein, 2010). Según el autor, estos tres aspectos son los principales determinantes de la confianza en las entidades financieras. Sin embargo, surge una pregunta crucial cuando esta confianza se ve afectada por cambios en las políticas de crédito.

Por lo tanto, la confianza del consumidor es un elemento crítico que debe ser cultivado y mantenido por las empresas, especialmente aquellas que operan en el sector financiero, a fin de establecer relaciones sólidas y duraderas con sus clientes y evitar situaciones de riesgo. Al revisar la literatura, el grueso de las investigaciones realizadas en esta área se llevó a cabo alrededor de los años 2009 a 2012, luego de la gran crisis financiera del 2008.

En el sector financiero, la confianza que los usuarios depositan en las entidades se construye a partir de la percepción de que la entidad tiene una conducta adecuada, que genera un ambiente de comportamiento justo dentro de los límites permitidos por la ley (Rodrigo, 2022). Esta percepción genera certeza y tranquilidad en los usuarios en cuanto a la administración del dinero de terceros, el cual será preservado adecuadamente, reduciendo así el riesgo de pérdida por causas ajenas al usuario.

Por tanto, las entidades financieras tienen la responsabilidad de establecer prácticas que promuevan que la percepción de confianza de los usuarios sea positiva a través de un comportamiento ético y transparente en todas sus operaciones estableciendo políticas de crédito adecuadas para cada usuario, lo que fortalecerá la relación entre ambas partes y generará una mayor fidelidad y lealtad hacia la entidad financiera.

Esta certeza se ve reflejada, acorde con Hussein (2010), en ciertos factores claves, en su artículo indica que esos tres aspectos son los únicos que afectan a la confianza en las entidades financieras, pero la interrogante surge cuando esta confianza se ve afectada al momento de cambiar políticas de crédito, debido a que las políticas de crédito son las que mueven los factores anteriormente indicados, teniendo en cuenta que estos factores afectan directamente a la institución financiera y el usuario desconoce el cómo lo hace, mientras que las políticas de crédito son la forma más visible en la que el usuario percibe la confianza en la entidad financiera dado que estas lo afectan directamente.

Considerando que el nivel de conocimiento sobre el sistema financiero puede influir en la propensión de las personas a adoptar comportamientos riesgosos en este ámbito (Garay, 2015), la falta de comprensión acerca de su funcionamiento puede llevar a que las personas se centren únicamente en sus beneficios personales, generando así una percepción sesgada hacia su propio interés (Brenner et al., 1996).

Así ha sido demostrado por Hussein (2010) que, activos improductivos, como dar créditos a prestatarios con bajos requerimientos, generan en la institución una mayor liquidez, pero así mismo asumiendo un mayor riesgo con estos consumidores.

Acorde con Quintero Sarmiento y Bocanegra Cuellar (2011), existe una relación significativa entre la variación en la tasa de interés de las tarjetas de crédito y el Índice de Confianza del

Consumidor de un país. Según su estudio, los períodos en los cuales aumentaban los intereses de las tarjetas de crédito se asociaban con una disminución en este índice.

Siendo esta confianza una percepción, las cuales se ven modificadas por su umbral, el cual puede verse en dos niveles, el umbral absoluto que es nivel más bajo de sensación que un individuo puede experimentar, el punto en el cual empieza a detectar la diferencia en un algo y la nada. (Schiffman et al., 2010)

Y el umbral diferencial, el cual será usado en ese estudio, que según Schiffman et al. (2010), es la diferencia mínima que el usuario detecta entre dos estímulos de orden similar, la cual parte de la intensidad del primer estímulo. A este umbral se lo denomina “Ley de Weber” por su descubridor.

Esta ley es aplicable para marketing, la cual tiene su aplicación al analizarla para que los cambios negativos como incrementos en el precio o reducción del tamaño de un producto sean difícilmente detectables por parte del consumidor.

En el presente estudio, se llevará a cabo la aplicación de los principios a los créditos de consumo, los cuales se refieren a una suma de dinero de carácter disponible, otorgada a personas naturales o jurídicas para la adquisición de bienes o para el pago de servicios, y que generalmente se pactan para ser cancelados en un plazo de entre 1 y 4 años. (CMF Educa - Crédito de Consumo, 2018).

Objetivo General y Específicos

Determinar la relación de las políticas de créditos de consumo sobre la percepción de confianza del consumidor de la Mutualista Azuay.

- Definir los requerimientos y los beneficios ofertados en créditos de consumo
- Comprobar la relación de los requerimientos en la confianza del consumidor
- Establecer la relación de los beneficios sobre la confianza del consumidor

Preguntas de Investigación

¿Cuáles son los efectos de las políticas de los créditos de consumo en la confianza del consumidor hacia las instituciones financieras?

¿Qué influye más en la confianza del consumidor los requerimientos o los beneficios en los créditos de consumo?

Hipótesis

H1: los requerimientos influyen en la confianza del usuario hacia la entidad financiera

H2: los beneficios influyen en la confianza del usuario hacia la entidad financiera

Marco Metodológico

En la búsqueda de determinar la relación entre las políticas de créditos de consumo y la percepción de confianza del consumidor, se llevó a cabo una investigación aplicada, explicativa y de corte cuantitativo a nivel micro en el pasado.

El estudio fue realizado con "Mutualista Azuay" como marco muestral, con el objetivo de asegurar la obtención de una muestra estadísticamente representativa, siguiendo los parámetros de ética en el estudio establecidos por el CEISH de la Universidad de Cuenca.

Para la recopilación de las variables, se tomó como referencia los requisitos de diversas instituciones financieras. Además, para analizar los beneficios, se evaluó el comportamiento respecto a la tasa de interés. Esta tasa se basó en la tasa máxima de interés del 16%, determinada por el Banco Central del Ecuador en el año 2023, y una tasa promocional menor a esta de 14.90%.

Siendo estas variables las siguientes:

Requerimientos: Número de garantes, Rol de pagos, Certificado laboral.

Beneficios: Tasa de Interés, tiempo de aprobación del crédito.

Así también, se emplearon variables de control, dado que, como se explicó anteriormente, la confianza se ve afectada por las experiencias previas del individuo y la repetición de interacciones positivas. Para esto, se analizaron las siguientes variables: Confianza actual en la institución financiera y grado de conocimiento sobre el sector financiero.

Con fines de perfilamiento, se utilizaron variables demográficas como edad, sexo y nivel de escolaridad finalizado.

El análisis estadístico que se llevó a cabo para comprobar la hipótesis fue chi cuadrado, que de acuerdo con Romero (2011) analiza la independencia de dos variables categóricas, determinar si están o no relacionadas. Consiste en, con base en una muestra, determinar si existe una diferencia significativa entre las frecuencias observadas y las frecuencias esperadas. Teniendo las siguientes hipótesis: H0: Las variables son independientes, H1: las variables NO son independientes.

Este análisis es el adecuado para este estudio por el tipo de variables categóricas dependiente e independientes que se manejan y la búsqueda de determinar si existe una diferencia entre las respuestas según las políticas.

Así también, en el caso del análisis bivariado para la edad, la cual es una variable cuantitativa, frente al nivel de confianza se usó la prueba de Kruskal-Wallis, que de acuerdo con López (2013) es una prueba no paramétrica que sirve para comparar medias entre grupos, cuando la variable cuantitativa no sigue una distribución normal. Teniendo las siguientes hipótesis: H0: No hay diferencia significativa entre las medias de los grupos, H1: Hay al menos una diferencia significativa entre las medias de las variables.

Para realizar estos análisis se utilizó el software R Studio, el cual es una interfaz de R. R es un software de distribución gratuita utilizado para el análisis de datos (Ruiz, 2019).

Tabla 1. Operacionalización de variable dependiente

Dependiente				
Nombre		Confianza del Consumidor		
Indicador	Tipo	Definición	Categorización o dimensiones	Fuente
Nivel de Confianza	Categórica ordinal discreta	Percepción subjetiva del usuario sobre la credibilidad, integridad, seguridad y fiabilidad de dicha institución para gestionar sus activos financieros y cumplir con sus necesidades financieras.	1 = Muy Bajo 2 = Bajo 3 = Alto 4 = Muy Alto	Encuesta

Tabla 2. Operacionalización de las variables independientes

Independientes				
Nombre		Requisitos		
Indicador	Tipo	Definición	Categorización o dimensiones	Fuente
Número de garantes (estos son indicadores)	Cualitativa Ordinal	Aquellos que se comprometen a pagar la deuda en caso de que el deudor no pueda hacerlo.	0 = 0 garantes 1 = 1 garante 2 = 2 garantes	Encuesta

Rol de Pagos	Cualitativa Nominal	Documento que registra de manera detallada todas las remuneraciones y deducciones de los trabajadores de una empresa o institución en un período determinado, generalmente mensual.	0 = No 1 = Si	Encuesta
Certificado Laboral	Cualitativa Nominal	Documento emitido por un empleador que certifica la relación laboral entre el empleado y la empresa.	0 = No 1 = Si	Encuesta
Nombre		Beneficios		
Tasa de Interés	Cuantitativa Nominal	Es el porcentaje que se cobra o se paga por el uso de un capital prestado en una transacción de crédito. Es el costo que el prestamista impone al prestatario por el uso de los fondos durante un período determinado.	0 = 14.90% 1 = 16%	Encuesta
Monto del Crédito	Cuantitativa Escala Continua	La cantidad total de dinero que se solicita y se obtiene como préstamo de una entidad financiera o prestamista.	\$ 1000 \$ 5000 \$ 10000 \$ 20000 \$ 30000 \$ 40000	Encuesta
Tiempo para Aprobación	Cualitativa Ordinal	El período que transcurre desde que un solicitante presenta su solicitud de crédito hasta que se recibe la respuesta y se toma una decisión definitiva por parte de la	0 = Menor a una Semana 1 = Mayor a una Semana	Encuesta

		entidad financiera o prestamista.		
Nombre		Control		
Nivel de Confianza Actual en la Institución Financiera	Categórica ordinal	Percepción subjetiva del usuario sobre la credibilidad, integridad, seguridad y fiabilidad de dicha institución para gestionar sus activos financieros y cumplir con sus necesidades financieras.	1 = Muy Bajo 2 = Bajo 3 = Alto 4 = Muy Alto	Encuest a
Grado de conocimiento sobre el sector financiero	Categórica ordinal	Se refiere al nivel de comprensión que tienen las personas acerca de los productos y servicios financieros que se ofrecen, así como de los conceptos, términos y procedimientos que se utilizan en el sector financiero.	Rango de 1 a 4 siendo uno el mínimo y 4 el máximo	Encuest a
Nombre		Demográficas		
Edad	Cuantitativa Escala Discreta	Es una medida de tiempo que indica cuántos años han transcurrido desde el nacimiento de una persona.	Años cumplidos	Encuest a
Sexo	Cualitativa Nominal	Las características biológicas que definen si un individuo es hombre o mujer, basándose en las diferencias anatómicas y fisiológicas del cuerpo.	0 = Hombre 1 = Mujer 2 = Prefiere no decirlo	Encuest a

Nivel de escolaridad finalizado	Catagórica Ordinal (Datos ordinales son aquellos como estado económico, satisfacción del cliente, nivel educativo, calificaciones con letras, etc.)	Grado de educación formal alcanzado por una persona, que se mide en función de los estudios cursados y aprobados en una institución educativa.	1 = Educación primaria 2 = Educación secundaria 3 = Educación de Tercer Nivel 4 = Maestría 5 = PhD	Encuesta
---------------------------------	---	--	--	----------

Para conocer el número de encuestado objetivo se realizó un muestreo estratificado (Otzen & Manterola, 2017), siendo estos determinados por el tiempo que ha pasado desde el otorgamiento de su último crédito de consumo, por posibles cambios en su comportamiento según sus experiencias previas y conocimientos de acuerdo con lo establecido por Luhmann (2000), obteniendo la siguiente muestra:

Tabla 3. Muestreo estratificado

Estratos	#	Fi	Muestra	Muestra Redondeada
Menor a 12 meses	935	3%	11.58	12
Mayor, a 12 meses	1424	5%	17.64	18
Sin crédito	28641	92%	354.92	355
Total	31000	100%	384.16	385

Tabla 4. Variables del Muestreo

P	0.5
Z	1.96

e	0.05
---	------

Tomando una probabilidad de éxito de 50% para evitar sesgos injustificados en el análisis, manteniendo un enfoque imparcial. Un nivel de confianza de 95% reflejado en el valor z de 1.96 para mantener un equilibrio adecuado entre la precisión estadística y la amplitud del intervalo de confianza. Y un nivel de error del 5%, reflejado en el valor e, para que los resultados sean consistentes y comparables con otros estudios.

Siendo estos usuarios de la institución financiera, encuestando a un total de 456 usuarios, superando el mínimo establecido por el muestreo aplicado, los cuales fueron encuestados mediante encuesta guiada de forma presencial en las agencias matriz, ubicada en Hermano Miguel y Simón Bolívar, y dos agencias sucursales ubicadas en el sector Totoracocha y Vergel de Mutualista Azuay, las cuales según la institución son las que poseen mayor afluencia de usuarios, y a través de llamadas telefónicas.

Resultados

Variables requerimientos y beneficios

Con el objetivo de llevar a cabo el análisis de chi cuadrado establecido previamente y mejorar la interpretabilidad de los resultados, se procedió a la recodificación del número de garantes, la exigencia del certificado laboral, la exigencia de rol de pagos, la tasa de interés y el tiempo de aprobación. Estas variables fueron recodificadas para consolidar categorías similares, ya que previamente cada combinación de estas se mostraba en la encuesta por separado, y el nivel de confianza de forma separada por cada una de ellas.

Por lo que, se agruparon en seis escenarios con combinaciones diferentes de políticas en cada una, quedando de la siguiente manera:

Tabla 5. Escenarios

Escenarios	1	2	3	4	5	6
Número de garantes	0	1	2	0	1	2
Exigencia de rol de pagos	no	Si	si	no	si	si
Exigencia de certificado laboral	no	Si	si	no	si	si
Tasa de interés	14,60%	14,60%	14,60%	16%	16%	16%
Tiempo de aprobación	Menor a una semana	Menor a una semana	Menor a una semana	Mayor a una semana	Mayor a una semana	Mayor a una semana

Para conocer la nueva confianza por cada escenario se calculó la media de la confianza de las políticas presentes en estos, y se categorizó, si es mayor a 2,5, sí confía y en el caso de ser menor a 2,5, no confía.

Tabla 6. Análisis chi cuadrado entre escenarios y nuevo nivel de confianza

	Escenario			Valor P
Escenario	1	2	3	0,00489***
	4	5	6	4,03E-06***

Valor P	2,20E-16***	4,74E-11***	2,20E-16***	2,20E-16***
---------	-------------	-------------	-------------	-------------

Nota: P value significativo al *0.10 **0.05 ***0.01

Tabla 7. Coeficiente de contingencia entre escenarios y nuevo nivel de confianza

	Escenario			Coeficiente de contingencia
Escenario	1	2	3	0,08819628*
	4	5	6	0,1681086*
Coeficiente de contingencia	0,3607017**	0,2204114*	0,4982238**	0,3883374**

Nota: Coeficiente de contingencia *débil **medio **fuerte

Al llevar a cabo la prueba de chi cuadrado entre los escenarios frente al nuevo nivel de confianza, se puede observar que el valor p de todas ellas es significativo, por lo que se puede asumir que las variables No son independientes, rechazando la hipótesis nula. Todas las políticas influyen en la confianza del consumidor, comprobando las hipótesis uno y dos. Al revisar el comportamiento de los escenarios que mantienen constantes los beneficios (escenarios 1,2,3 y escenarios 4,5,6) se puede observar que existe dependencia entre las variables, concluyendo que cambiar los requerimientos influyen en el nivel de confianza comprobando la hipótesis uno. Así mismo, en aquellos escenarios que mantienen constantes los requerimientos (escenarios 1,4; escenarios 2,5 y escenarios 3,6) se puede observar que existe dependencia entre las variables, concluyendo que cambiar los beneficios influyen en el nivel de confianza de los usuarios hacia la institución financiera, comprobando la hipótesis dos.

Aquellos escenarios que presentan el mayor nivel de respuestas positivas es el 3 que posee las mayores exigencias y mayores beneficios, seguido por el escenario 1, con el mínimo de exigencias y el máximo de beneficios. Así también el que presenta el mayor nivel de respuestas negativas es el escenario 6, con el mayor nivel de exigencias y el mínimo de beneficios.

Así también se puede observar que aquellos escenarios que poseen los menores beneficios presentan una disminución en el porcentaje de respuestas positivas.

Variables descriptivas.

Tabla 8. Análisis chi cuadrado entre variables descriptivas y nuevo nivel de confianza.

	Nuevo nivel de confianza	
--	--------------------------	--

Variables Descriptivas	X-squared	Grados de libertad (df)	P-value	Coeficiente de Contingencia
Tiempo que solicitó el crédito	8.7943	2	0.01231**	0.05669483*
¿Piensa solicitar un nuevo crédito en el periodo de un año?	0.43913	1	0.5075	
Monto del crédito	17.588	4	0.001485** *	0.08017727*
Nivel de confianza actual	36.896	3	4.84e-08***	0.1161269*
Nivel de conocimiento financiero	1.78	3	0.6193	
Nivel académico	12.121	3	0.006979** *	0.06678074*
Sector en el que labora	24.785	10	0.005768** *	0.0954928*
Sexo	0.23268	1	0.6295	

Nota: P value significativo al *0.10 **0.05 ***0.01 coeficiente de contingencia *débil **medio **fuerte.

Al analizar la independencia de las variables descriptivas frente al nuevo nivel de confianza, se puede observar las variables “piensa solicitar un préstamo nuevo”, “nivel de conocimiento financiero” y “sexo”, no presentan un valor p significativo, rechazando la hipótesis alternativa, por lo que se asumen que las variables son independientes frente al nuevo nivel de confianza. En el caso de las variables tiempo que solicito el crédito, monto del crédito, nivel de confianza actual, nivel académico y sector en el que labora, muestran valores p menores a 0.05 por lo que se asume la hipótesis alternativa y las variables No son independientes.

En el caso de las variables significativas se puede observar que aquellas personas que solicitaron su crédito hace menos de un año son las que presentan el menor porcentaje de respuestas positivas frente a los cambios en las políticas (véase tabla 30) con un 65.22%, en cuanto al monto del crédito, aquellos montos entre \$10 000 y \$20 000, muestran el mayor porcentaje de repuestas positivas con un 78.93% y el monto que muestra el mayor porcentaje de repuestas negativas es entre \$30 000 y \$40 000 con un 30.26% (véase tabla 32).

Referente al nivel de confianza actual, aquellos encuestados que tiene un nivel muy alto de confianza presentan el mayor porcentaje de respuestas positivas frente a los cambios en las políticas, con un 74%, y los que tiene un nivel de confianza muy bajo presentan el menor

porcentaje con un 20.8% (véase tabla 33). El nivel académico que muestra el mayor porcentaje de repuestas positivas es PhD con un 88% y el menor, primaria con un 60.8% (véase tabla 35). El sector laboral que presenta en mayor porcentaje de repuestas positivas es educación privada con un 84.48% y el menor, agricultura con un 33% (véase tabla 36).

Tabla 9. *Análisis Krutas-Wallis edad frente a nuevo nivel de confianza*

Variables descriptivas	Nuevo nivel de confianza		
	Kruskal-Wallis	Grados de libertad (df)	P-value
Edad	0.048887	1	0.825

Nota: Significante al *0.10 **0.05 ***0.01

Al analizar la edad frente al nuevo nivel de confianza se realizó un análisis de Kruskal-Wallis, ya que la distribución de la edad no es normal teniendo un valor p de 8.651e-14 en la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk normality test, y se puede concluir que no existe diferencia de medianas entre las edades frente al nuevo nivel de confianza, rechazando la hipótesis alternativa.

Conclusiones

Se puede observar que las políticas de crédito presentan influencia en el nivel de confianza del consumidor en las instituciones financieras, lo cual comprueban las hipótesis uno y dos, los requerimientos y los beneficios influyen en la percepción de confianza de los usuarios hacia la institución financiera.

Existiendo escenarios en los cuales al aumentar las exigencias muestran comportamientos parecidos a los establecidos por Hussein (2010) en la repercusión de la asunción de riesgo de las instituciones en el nivel de confianza de los usuarios y su elección de la institución a usar. Pero en el caso de los beneficios, los usuarios se sentirán más afines a la institución con base a su propio beneficio y la facilidad que da a estos, cumpliendo lo establecido por Brenner et al. (1996).

Por lo tanto, Mutualista Azuay debe cuidar las políticas de crédito de consumo, al igual de cómo comunican las mismas a sus usuarios, ya que al aumentar los requerimientos y los beneficios puede aumentar la confianza hacia la institución. Sin embargo, existen ciertos escenarios en los cuales la confianza aumenta cuando disminuyen los requerimientos y acrecientan los beneficios.

Referencias

- Atlas, S. A., Lu, J., P. Dorin Micu, & Porto, N. (2019). Financial Knowledge, Confidence, Credit Use, and Financial Satisfaction. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 30(2), 175–190. <https://doi.org/10.1891/1052-3073.30.2.175>
- Banco Central del Ecuador. (2023, January 31). Encuesta Trimestral de Oferta y Demanda de Crédito - Banco Central del Ecuador. Bce.fin.ec.
<https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/324-encuesta-trimestral-de-oferta-y-demanda-de-cr%C3%A9dito>
- Banco Central del Ecuador. (2023). Bce.fin.ec.
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- BBC News. (2023, March 10). Los reguladores en EE.UU. cierran el Silicon Valley Bank en la mayor caída de una entidad financiera en el país tras la crisis de 2008 - BBC News Mundo. BBC News Mundo; BBC News Mundo.
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-64910472>
- Brenner, L., Koehler, D. J., & Tversky, A. (1996). On the evaluation of one-sided evidence. *Journal of Behavioral Decision Making*, 9(1), 59–70.
[https://doi.org/10.1002/\(sici\)1099-0771\(199603\)9:1%3C59::aid-bdm216%3E3.0.co;2-v](https://doi.org/10.1002/(sici)1099-0771(199603)9:1%3C59::aid-bdm216%3E3.0.co;2-v)
- CMF Educa - Crédito de Consumo. (2018). CMF Educa - Comisión Para El Mercado Financiero. [https://www.cmfchile.cl/educa/621/w3-propertyvalue-43579.html#:~:text=El%20cr%C3%A9dito%20de%20Consumo%3A%20es,\(1%20a%204%20a%C3%B1os\).](https://www.cmfchile.cl/educa/621/w3-propertyvalue-43579.html#:~:text=El%20cr%C3%A9dito%20de%20Consumo%3A%20es,(1%20a%204%20a%C3%B1os).)

Garay, G. (2015). Las Finanzas Conductuales, El Alfabetismo Financiero Y Su Impacto En La Toma De Decisiones Financieras, El Bienestar Económico Y La Felicidad.

<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425943146001.pdf>

Hussein, K. (2010). Bank-level stability factors and consumer confidence – A comparative study of Islamic and conventional banks' product mix. *Journal of Financial Services Marketing*, 15(3), 259–270. <https://doi.org/10.1057/fsm.2010.21>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2013). INEC presenta sus proyecciones poblacionales cantonales. Instituto Nacional de Estadística Y Censos. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presenta-sus-proyecciones-poblacionales-cantonales/>

Laffaye, S. (2008). La crisis financiera: origen y perspectivas. *Revista Del CEI*, Número 13.

[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37024846/13_La_crisis_financiera_origen_y_perspectivas_-libre.pdf?1426714543=&response-content-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37024846/13_La_crisis_financiera_origen_y_perspectivas_-libre.pdf?1426714543=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_crisis_financiera_origen_y_perspectiv.pdf&Expires=1683339307&Signature=PSdXS2Tk7sDs1Eg1wxUKs41HyFpSri51LZW5AYeilGaJry2~t5DfvaNKVMbPOS7pdyFN-cBMr1Rz8UoyBolzwWWfxMtLXsL1A5-WxUPU~WEVLLat2J9ZnmMeMWSSeF8RmafjblbvKqFzAB2SBg~pLA9Mp-qL4eh3ADARvYZIP94RwGT5fKmYUe9vKx2fSbSqKDOTLTIfZLojCimF8HCpFXyVr1-O09QePoe4LCIBroq9vrxiU1jOwcNeNIBj5T2-a3GWIIJd0t5SKuZ45sHmy6pLysJ276BI25gKrtt4We8mIs14NccLqDrenbx22CnjU00E1Vw5Z3oVml49DQw__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[disposition=inline%3B+filename%3DLa_crisis_financiera_origen_y_perspectiv.pdf&Expires=1683339307&Signature=PSdXS2Tk7sDs1Eg1wxUKs41HyFpSri51LZW5A](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37024846/13_La_crisis_financiera_origen_y_perspectivas_-libre.pdf?1426714543=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_crisis_financiera_origen_y_perspectiv.pdf&Expires=1683339307&Signature=PSdXS2Tk7sDs1Eg1wxUKs41HyFpSri51LZW5AYeilGaJry2~t5DfvaNKVMbPOS7pdyFN-cBMr1Rz8UoyBolzwWWfxMtLXsL1A5-WxUPU~WEVLLat2J9ZnmMeMWSSeF8RmafjblbvKqFzAB2SBg~pLA9Mp-qL4eh3ADARvYZIP94RwGT5fKmYUe9vKx2fSbSqKDOTLTIfZLojCimF8HCpFXyVr1-O09QePoe4LCIBroq9vrxiU1jOwcNeNIBj5T2-a3GWIIJd0t5SKuZ45sHmy6pLysJ276BI25gKrtt4We8mIs14NccLqDrenbx22CnjU00E1Vw5Z3oVml49DQw__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[YeilGaJry2~t5DfvaNKVMbPOS7pdyFN-cBMr1Rz8UoyBolzwWWfxMtLXsL1A5-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37024846/13_La_crisis_financiera_origen_y_perspectivas_-libre.pdf?1426714543=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_crisis_financiera_origen_y_perspectiv.pdf&Expires=1683339307&Signature=PSdXS2Tk7sDs1Eg1wxUKs41HyFpSri51LZW5AYeilGaJry2~t5DfvaNKVMbPOS7pdyFN-cBMr1Rz8UoyBolzwWWfxMtLXsL1A5-WxUPU~WEVLLat2J9ZnmMeMWSSeF8RmafjblbvKqFzAB2SBg~pLA9Mp-qL4eh3ADARvYZIP94RwGT5fKmYUe9vKx2fSbSqKDOTLTIfZLojCimF8HCpFXyVr1-O09QePoe4LCIBroq9vrxiU1jOwcNeNIBj5T2-a3GWIIJd0t5SKuZ45sHmy6pLysJ276BI25gKrtt4We8mIs14NccLqDrenbx22CnjU00E1Vw5Z3oVml49DQw__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[WxUPU~WEVLLat2J9ZnmMeMWSSeF8RmafjblbvKqFzAB2SBg~pLA9Mp-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37024846/13_La_crisis_financiera_origen_y_perspectivas_-libre.pdf?1426714543=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_crisis_financiera_origen_y_perspectiv.pdf&Expires=1683339307&Signature=PSdXS2Tk7sDs1Eg1wxUKs41HyFpSri51LZW5AYeilGaJry2~t5DfvaNKVMbPOS7pdyFN-cBMr1Rz8UoyBolzwWWfxMtLXsL1A5-WxUPU~WEVLLat2J9ZnmMeMWSSeF8RmafjblbvKqFzAB2SBg~pLA9Mp-qL4eh3ADARvYZIP94RwGT5fKmYUe9vKx2fSbSqKDOTLTIfZLojCimF8HCpFXyVr1-O09QePoe4LCIBroq9vrxiU1jOwcNeNIBj5T2-a3GWIIJd0t5SKuZ45sHmy6pLysJ276BI25gKrtt4We8mIs14NccLqDrenbx22CnjU00E1Vw5Z3oVml49DQw__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[qL4eh3ADARvYZIP94RwGT5fKmYUe9vKx2fSbSqKDOTLTIfZLojCimF8HCpFXyVr](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37024846/13_La_crisis_financiera_origen_y_perspectivas_-libre.pdf?1426714543=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_crisis_financiera_origen_y_perspectiv.pdf&Expires=1683339307&Signature=PSdXS2Tk7sDs1Eg1wxUKs41HyFpSri51LZW5AYeilGaJry2~t5DfvaNKVMbPOS7pdyFN-cBMr1Rz8UoyBolzwWWfxMtLXsL1A5-WxUPU~WEVLLat2J9ZnmMeMWSSeF8RmafjblbvKqFzAB2SBg~pLA9Mp-qL4eh3ADARvYZIP94RwGT5fKmYUe9vKx2fSbSqKDOTLTIfZLojCimF8HCpFXyVr1-O09QePoe4LCIBroq9vrxiU1jOwcNeNIBj5T2-a3GWIIJd0t5SKuZ45sHmy6pLysJ276BI25gKrtt4We8mIs14NccLqDrenbx22CnjU00E1Vw5Z3oVml49DQw__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[1-O09QePoe4LCIBroq9vrxiU1jOwcNeNIBj5T2-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37024846/13_La_crisis_financiera_origen_y_perspectivas_-libre.pdf?1426714543=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_crisis_financiera_origen_y_perspectiv.pdf&Expires=1683339307&Signature=PSdXS2Tk7sDs1Eg1wxUKs41HyFpSri51LZW5AYeilGaJry2~t5DfvaNKVMbPOS7pdyFN-cBMr1Rz8UoyBolzwWWfxMtLXsL1A5-WxUPU~WEVLLat2J9ZnmMeMWSSeF8RmafjblbvKqFzAB2SBg~pLA9Mp-qL4eh3ADARvYZIP94RwGT5fKmYUe9vKx2fSbSqKDOTLTIfZLojCimF8HCpFXyVr1-O09QePoe4LCIBroq9vrxiU1jOwcNeNIBj5T2-a3GWIIJd0t5SKuZ45sHmy6pLysJ276BI25gKrtt4We8mIs14NccLqDrenbx22CnjU00E1Vw5Z3oVml49DQw__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[a3GWIIJd0t5SKuZ45sHmy6pLysJ276BI25gKrtt4We8mIs14NccLqDrenbx22CnjU00](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37024846/13_La_crisis_financiera_origen_y_perspectivas_-libre.pdf?1426714543=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_crisis_financiera_origen_y_perspectiv.pdf&Expires=1683339307&Signature=PSdXS2Tk7sDs1Eg1wxUKs41HyFpSri51LZW5AYeilGaJry2~t5DfvaNKVMbPOS7pdyFN-cBMr1Rz8UoyBolzwWWfxMtLXsL1A5-WxUPU~WEVLLat2J9ZnmMeMWSSeF8RmafjblbvKqFzAB2SBg~pLA9Mp-qL4eh3ADARvYZIP94RwGT5fKmYUe9vKx2fSbSqKDOTLTIfZLojCimF8HCpFXyVr1-O09QePoe4LCIBroq9vrxiU1jOwcNeNIBj5T2-a3GWIIJd0t5SKuZ45sHmy6pLysJ276BI25gKrtt4We8mIs14NccLqDrenbx22CnjU00E1Vw5Z3oVml49DQw__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[E1Vw5Z3oVml49DQw__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37024846/13_La_crisis_financiera_origen_y_perspectivas_-libre.pdf?1426714543=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_crisis_financiera_origen_y_perspectiv.pdf&Expires=1683339307&Signature=PSdXS2Tk7sDs1Eg1wxUKs41HyFpSri51LZW5AYeilGaJry2~t5DfvaNKVMbPOS7pdyFN-cBMr1Rz8UoyBolzwWWfxMtLXsL1A5-WxUPU~WEVLLat2J9ZnmMeMWSSeF8RmafjblbvKqFzAB2SBg~pLA9Mp-qL4eh3ADARvYZIP94RwGT5fKmYUe9vKx2fSbSqKDOTLTIfZLojCimF8HCpFXyVr1-O09QePoe4LCIBroq9vrxiU1jOwcNeNIBj5T2-a3GWIIJd0t5SKuZ45sHmy6pLysJ276BI25gKrtt4We8mIs14NccLqDrenbx22CnjU00E1Vw5Z3oVml49DQw__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

López, P. (2013). Contraste de hipótesis. comparación de más de dos medias

independientes mediante pruebas no paramétricas: Prueba de kruskal-wallis.

Metodología de Investigación Enfermera, III, 166–171.

Luhmann, N. (2000). Familiarity, Confidence, Trust: Problems and Alternatives.

<https://www.semanticscholar.org/paper/Familiarity%2C-Confidence%2C-Trust%3A-Problems-and-Luhmann/a5ae78f779284090b9cadb9c5b05501c223f9c23>

- Mutualista Azuay. (2016). Mutualistaazuay.com. <https://info.mutualistaazuay.com/Menu-Principal/Productos/MAZCR%C3%89DITO/CONSUMO/Quirografario>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232. <https://doi.org/10.4067/s0717-95022017000100037>
- Pérez Villarreal, H. H., Martínez Ruiz, M. P., & Lagunes Pérez, M. A. (2014). El impacto de la satisfacción en la confianza del consumidor en establecimientos de autoservicios. <https://www.redalyc.org/pdf/5718/571863946005.pdf>
- Quintero Sarmiento, M. A., & Bocanegra Cuellar, J. F. (2011). Análisis de la relación entre la tasa de interés de tarjeta de crédito y el índice de confianza del consumidor en Colombia el periodo 2002-2009. https://ciencia.lasalle.edu.co/economia/49/?utm_source=ciencia.lasalle.edu.co%2Feconomia%2F49&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages
- Rangel, M. (2020). Cambio de imagen corporativa en Instituciones Financieras y su influencia en el comportamiento de usuarios de Guayaquil. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/19723>
- Rodrigo, C. (2022). Los planes de resolución y recuperación como instrumentos generadores de confianza en el sistema bancario colombiano. *Javeriana.edu.co*. <http://hdl.handle.net/10554/59365>
- Romero, M. (2011). La prueba chi-cuadrado o ji-cuadrado. *Investigación Enfermera: Herramientas Y Conceptos*, 31–38.
- Rosa Falconi Johnson. (2023, March 19). Banco suizo UBS comprará a su rival Credit Suisse para evitar pánico financiero mundial. *Eluniverso.com*; El Universo. <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/banco-suizo-ubs-comprara-a-su-rival-credit-suisse-para-evitar-panico-financiero-mundial-nota/>

Ruiz, F. (2019, July 3). Capítulo 2 ¿Cómo definir qué y cuantos software de análisis

estadístico manejar? | RStudio para Estadística Descriptiva en Ciencias Sociales.

Bookdown.org. [https://bookdown.org/gboccardo/manual-ED-UCH/como-definir-que-](https://bookdown.org/gboccardo/manual-ED-UCH/como-definir-que-y-cuantos-software-de-analisis-estadistico-manejar.html#r-el-temido)

[y-cuantos-software-de-analisis-estadistico-manejar.html#r-el-temido](https://bookdown.org/gboccardo/manual-ED-UCH/como-definir-que-y-cuantos-software-de-analisis-estadistico-manejar.html#r-el-temido)

Schiffman, L. G., Leslie Lazar Kanuk, & Carmen, D. (2010). Comportamiento del

consumidor (10a. ed.). Pearson Educación.

Anexos

Anexo A

1. Encuesta

Ilustración 1. Encuesta

Efectos de las políticas de crédito en la confianza

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos para el proyecto de titulación: "Efectos de las políticas de crédito en la percepción de confianza del consumidor de instituciones financieras en la ciudad de Cuenca", para la carrera de mercadotecnia de la Universidad de Cuenca.

¿Cuánto tiempo ha pasado desde el otorgamiento de su crédito de consumo?

☐ Menos de un año
☐ Más de un año
☐ No tengo un crédito activo

¿Tiene pensado aplicar a un préstamo dentro de un periodo de un año?

☐ Sí
☐ No

Seleccione uno de los siguientes rangos en función del monto del crédito que estaría más dispuesto a solicitar

☐ entre \$1 000 y \$5 000
☐ entre \$5 000 y \$10 000
☐ entre \$10 000 y \$20 000
☐ entre \$20 000 y \$30 000
☐ entre \$30 000 y \$40 000

Si la institución financiera ofertara créditos con las siguientes políticas para el monto que usted seleccionó en la pregunta anterior, ¿Cuál sería su nivel de confianza frente a la situación de la institución? Califique entre 1 y 5, siendo 1 muy baja confianza y 5 muy alta confianza

	muy baja confianza	1	2	3	4	muy alta confianza
Si exige cero garantes	☐		☐		☐	
Si exige un garante	☐		☐		☐	
Si exige dos garantes	☐		☐		☐	
Si exige rol de pagos	☐		☐		☐	
Si no exige rol de pagos	☐		☐		☐	
Si exige certificado laboral	☐		☐		☐	
Si no exige certificado laboral	☐		☐		☐	
Con una tasa de interés de 14,90%	☐		☐		☐	
Con una tasa de interés de 16%	☐		☐		☐	
Tiempo de aprobación menor a una semana	☐		☐		☐	

	muy baja confianza	1	2	3	4	muy alta confianza
Tiempo de aprobación mayor a una semana	☐		☐		☐	

¿Cuál es su nivel de confianza actual en Mutualista Azuay? Califique entre 1 y 5, siendo 1 muy baja confianza y 5 muy alta confianza

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4

¿Qué nivel de conocimiento considera usted tener sobre como las entidades financieras dan créditos y sus implicaciones para estas? Califique entre 1 y 5, siendo 1 muy bajo conocimiento y 5 muy alto conocimiento

Ilustración 2. Encuesta

1
2
3
4

¿Cuál es el nivel más alto de estudios que has completado?

☐ Primaria

☐ Secundaria

☐ Tercer Nivel

☐ Maestría

☐ PhD

¿En cuál de los siguientes sectores labora?

☐ Agricultura

☐ Alimentaria

☐ Comercio

☐ Educación Privada

☐ Función Pública

☐ Hotelería y turismo

☐ Medios de Comunicación

☐ Producción de Bienes

☐ Servicios de Salud

☐ Servicio Financieros

☐ Prefiero no decirlo

¿Cuál es su edad en años cumplidos?

¿Cuál es su sexo de nacimiento?

☐ Hombre

☐ Mujer

☐ Prefiero no decirlo

Efectos de las políticas de crédito en la confianza

QuestionPro

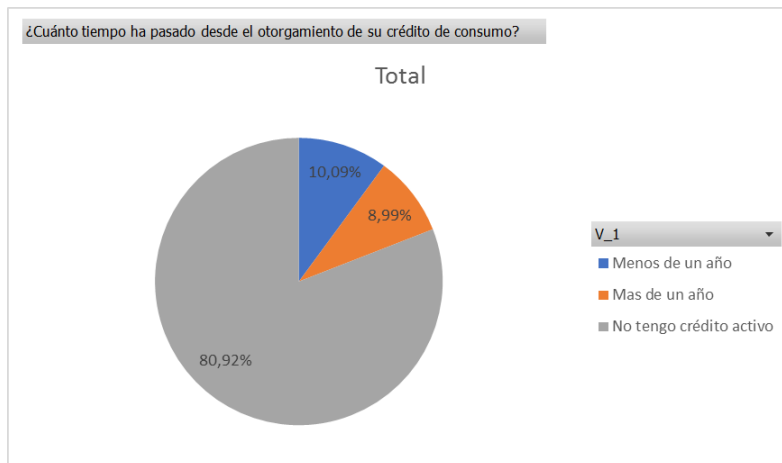
Efectos de las políticas de crédito en la confianza

QuestionPro

2. Respuestas por pregunta

Tabla 10. Anexo: Respuesta tiempo que ha pasado desde el otorgamiento del Crédito

¿Cuánto tiempo ha pasado desde el otorgamiento de su crédito de consumo?	
Menos de un año	46
Más de un año	41
No tengo crédito activo	369
Total general	456

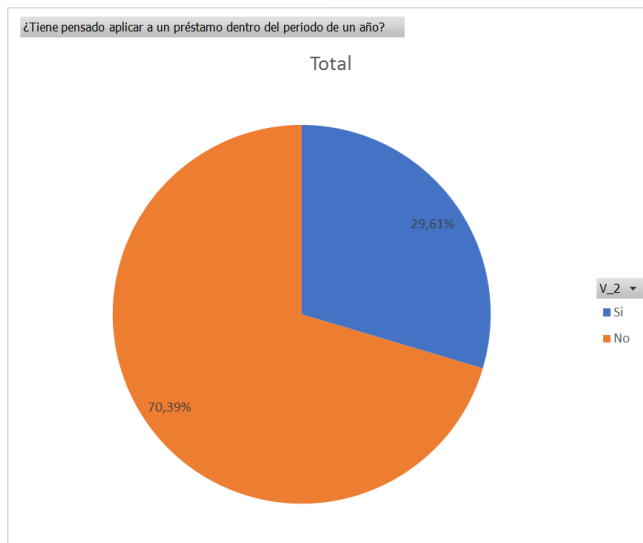
Ilustración 3. Anexo: Gráfico tiempo del otorgamiento del crédito

Cubriendo en su totalidad cada uno de los estratos establecidos en el muestreo, con el 80.92% de los encuestados que no poseen un crédito activo, el 8.99% fue otorgado hace más de un año y el 10.09% hace menos de un año.

Tabla 11. Anexo: Motivación a solicitar un préstamo

¿Tiene pensado aplicar a un nuevo préstamo dentro del periodo de un año?	
Si	135
No	321
Total general	456

Ilustración 4. Anexo: Gráfica motivación a solicitar un préstamo

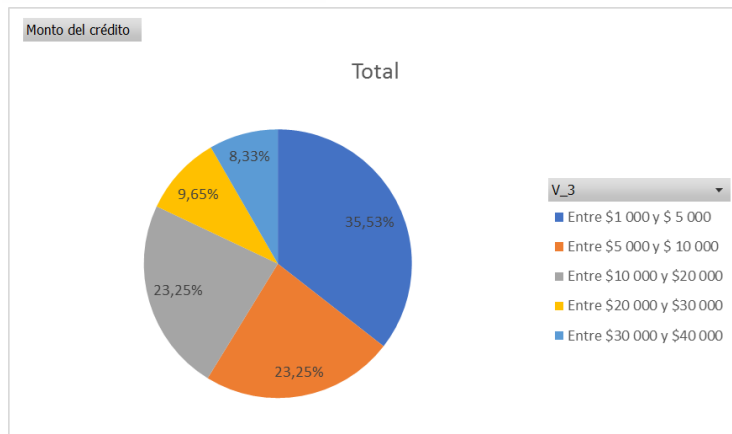


Observando que el 70.39% de los encuestados no tienen pensado aplicar a un préstamo en el periodo de un año y el 29.61% sí.

Tabla 12. Anexo: Monto del crédito.

Selecciones uno de los siguientes rangos en función del crédito que estaría más dispuesto a solicitar	
Entre \$1 000 y \$5 000	162
Entre \$5 000 y \$10 000	106
Entre \$10 000 y \$20 000	106
Entre \$20 000 y \$30 000	44
Entre \$30 000 y \$40 000	38
Total general	456

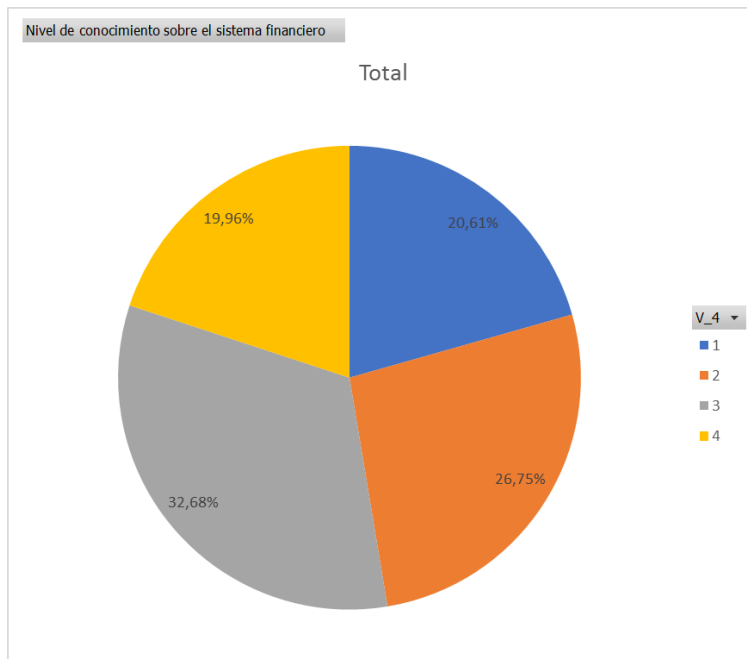
Ilustración 5. Anexo: Gráfico monto del crédito.



Observando que el 35.53% de los encuestados están más dispuestos a solicitar un crédito por un monto entre \$1 000 y \$5 000, seguido por los montos entre \$5 000 y \$10 000, y entre \$10 000 y \$20 000, con un 23.25% cada uno.

Tabla 13. Anexo: Nivel de conocimiento financiero

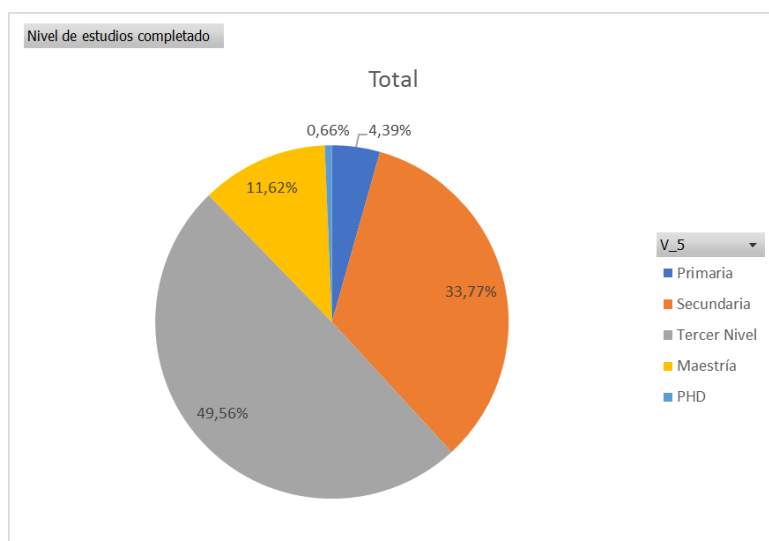
Nivel de Conocimiento Financiero	
1	94
2	122
3	149
4	91
Total general	456

Ilustración 6. Anexo: Gráfico nivel de conocimiento financiero

El 32.68% de los encuestados consideran tener un conocimiento del sistema financiero medio alto, seguido del 26.75% que consideran tener un nivel de conocimiento medio bajo.

Tabla 14. Anexo: Nivel de estudio completado

Nivel de estudio completado	
Primaria	20
Secundaria	154
Tercer Nivel	226
Maestría	53
PhD	3
Total general	456

Ilustración 7. Anexo: Gráfico nivel de estudio completado

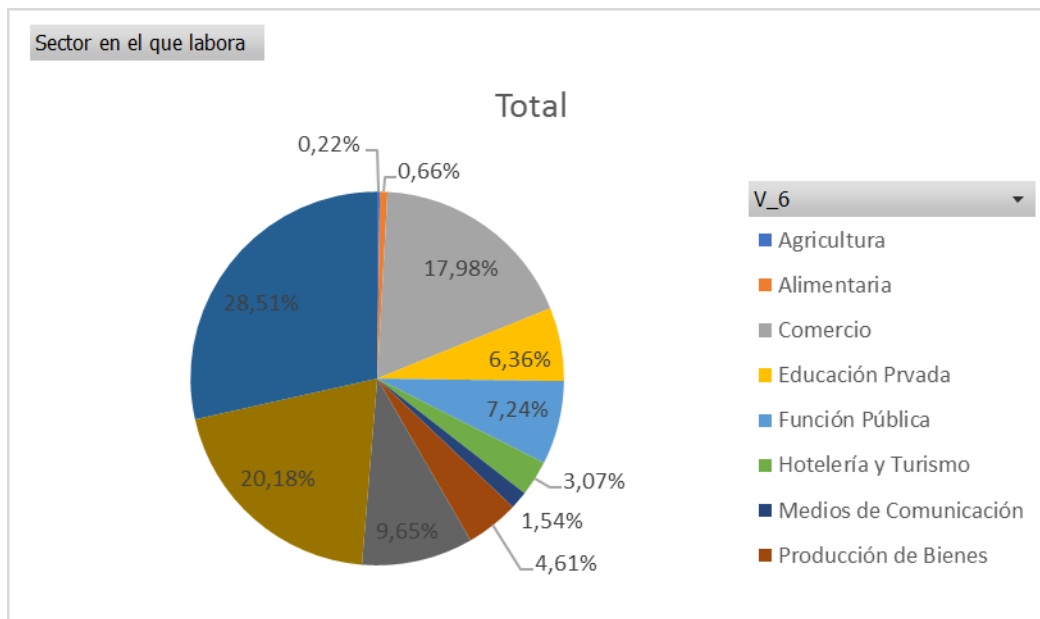
El 49.56% de los encuestados poseen un título de tercer nivel, seguido por el 33.77% que el nivel más alto de estudios que han completado es secundario.

Tabla 15. Anexo: Sector en el que labora

Sector en el que labora	
Agricultura	1
Alimentaria	3
Comercio	82
Educación Privada	29
Función Pública	33
Hotelería y Turismo	14
Medios de Comunicación	7
Producción de Bienes	21
Servicios de Salud	44
Servicios Financieros	92
Prefiero no decirlo	130

Total general	456
----------------------	------------

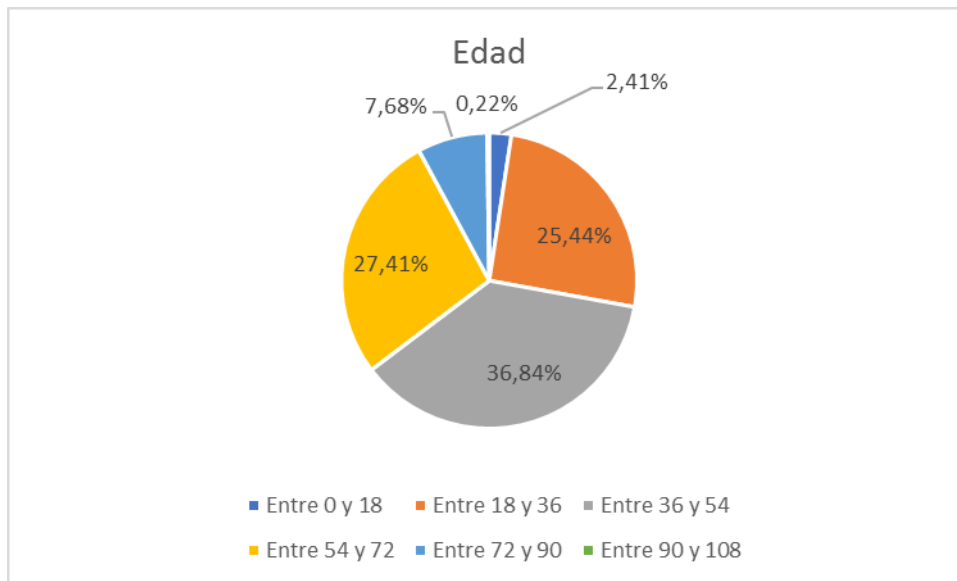
Ilustración 8. Anexo: Gráfico sector en el que labora



El 28.51% de los encuestados se encuentran jubilados, seguidos por el 20.17% que laboran en el sector financiero.

Tabla 16. Anexo: Edad

Edad	
Entre 0 y 18	11
Entre 18 y 36	105
Entre 36 y 54	168
Entre 64 y 72	125
Entre 72 y 90	35
Entre 90 y 108	1
Total general	456

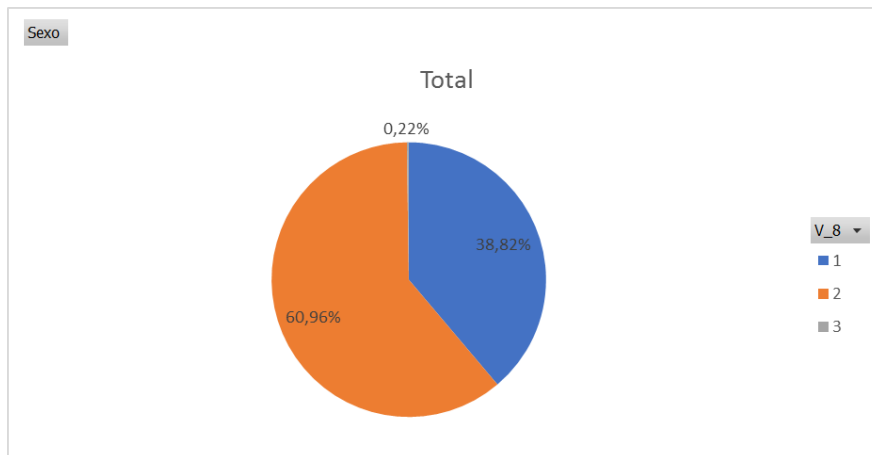
Ilustración 9. Anexo: Edad

El 36.84% de los encuestados están en edades entre 36 y 54 años, seguidos por el 27.41% en edades entre 54 y 72 años.

Tabla 17. Anexo: Sexo de nacimiento

Sexo de nacimiento	
Hombre	177
Mujer	278
Prefiero no decirlo	1
Total general	456

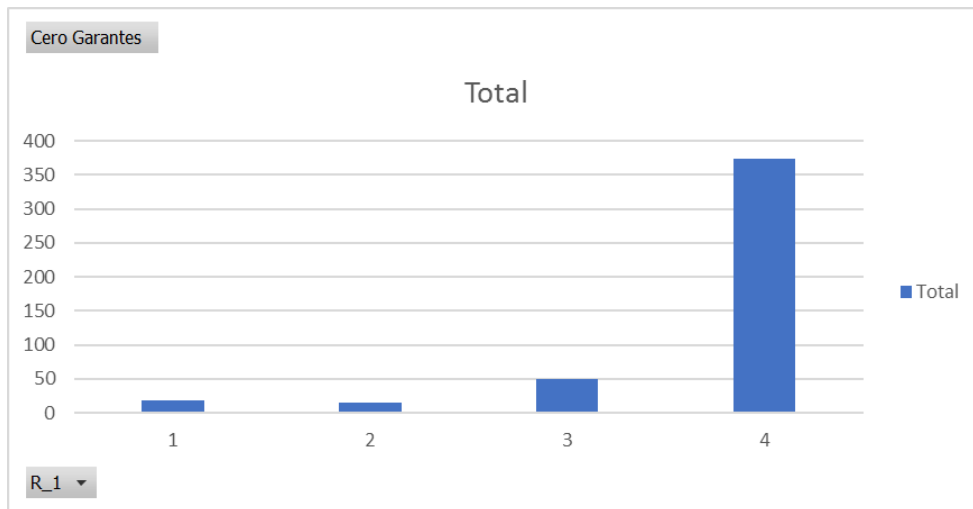
Ilustración 10. Anexo: Gráfico sexo de nacimiento



El 60.96% de los encuestados son mujeres y el 38.82% son hombres.

Tabla 18. Anexo: Nivel de confianza con cero garantes

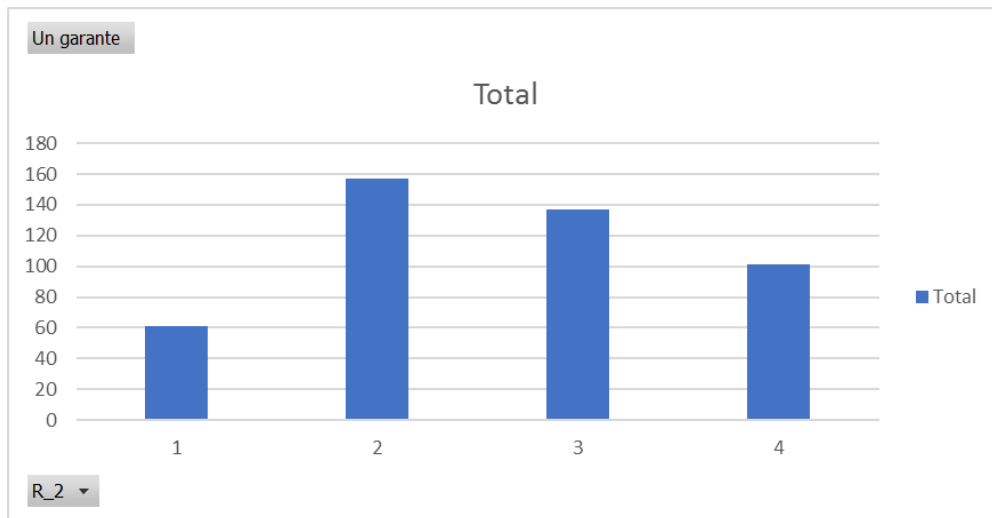
Cero garantes	
1	18
2	15
3	50
4	373
Total general	456

Ilustración 11. Anexo: Gráfico nivel de confianza con cero garantes

presentar la política de cero garantes se puede observar que el 81.79% de los encuestados presentan una confianza muy alta hacia la institución.

Tabla 19. Anexo: Nivel de confianza con un garante

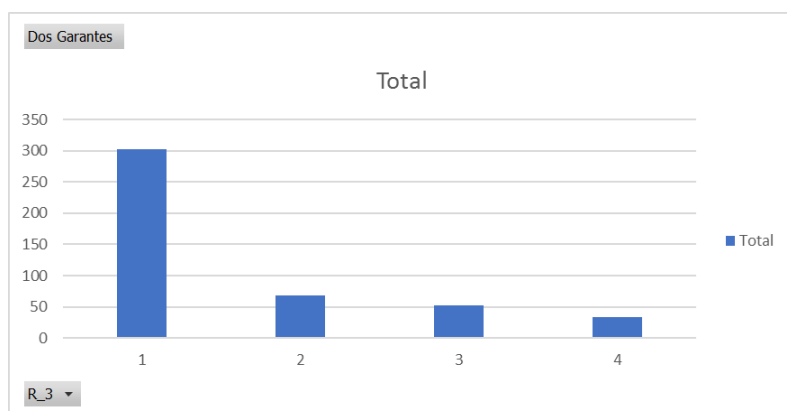
Un garante	
1	61
2	157
3	137
4	101
Total general	456

Ilustración 12. Anexo: Gráfico nivel de confianza con un garante

Al presentar la política de un garante se puede observar que el 34.42% de los encuestados presentan una confianza medio baja hacia la institución, seguidos del 30.04% que presentan medio alta.

Tabla 20. Anexo: Nivel de confianza con dos garantes

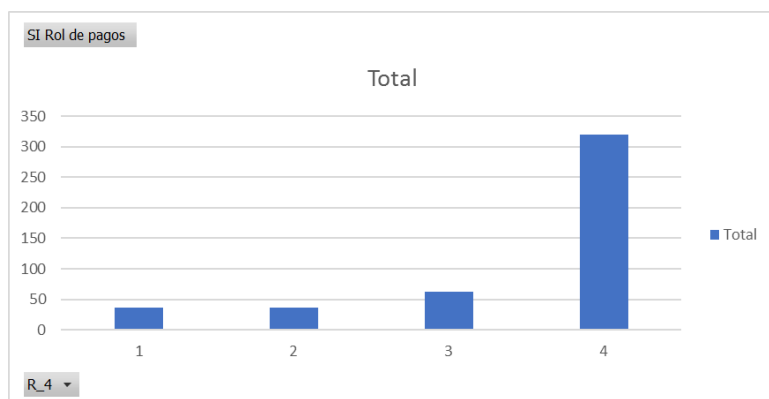
Dos garantes	
1	302
2	68
3	52
4	34
Total general	456

Ilustración 13. Anexo: Gráfico nivel de confianza con dos garantes

Al presentar la política de dos garantes se puede observar que el 66.23% de los encuestados presentan una confianza muy baja hacia la institución.

Tabla 21. Anexo: Nivel de confianza si exige rol de pagos

Si rol de pagos	
1	37
2	36
3	63
4	320
Total general	456

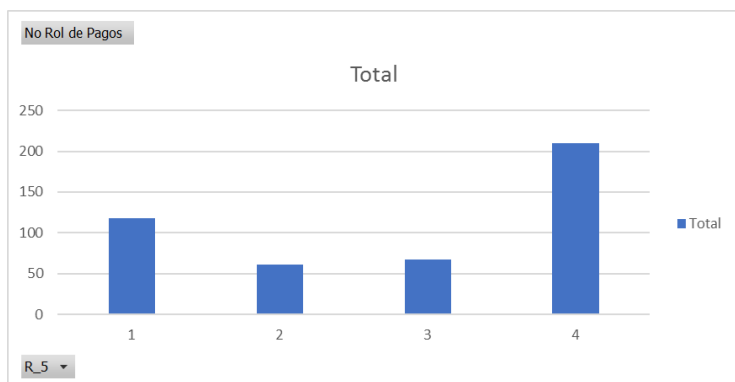
Ilustración 14. Anexo: Gráfico nivel de confianza si exige rol de pagos

Se observa que, si se exige rol de pagos como política del crédito, el 70.18% de los encuestados presentan un nivel de confianza muy alto hacia la institución.

Tabla 22. Anexo: Nivel de confianza si NO exige rol de pagos.

No rol de pagos	
1	118
2	61
3	67
4	210
Total general	456

Ilustración 15. Anexo: Gráfico nivel de confianza si NO exige rol de pagos.



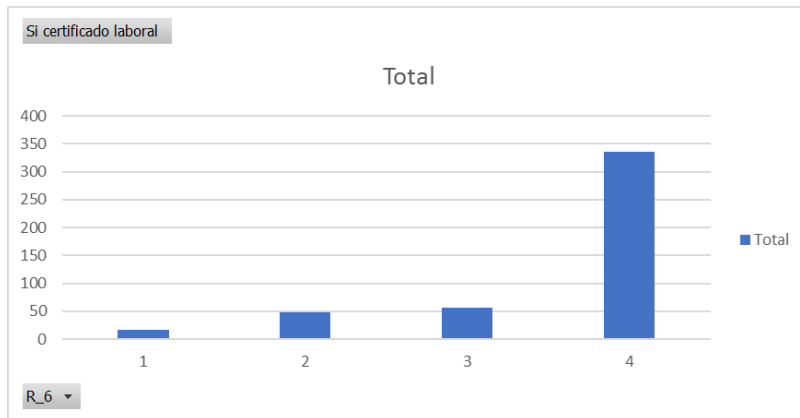
Se observa que, si NO se exige rol de pagos como política del crédito, el 46.05% de los encuestados presentan un nivel de confianza muy alto hacia la institución, seguido por el 25.88% que presentan un nivel de confianza muy bajo.

Tabla 23. Anexo: Nivel de confianza si exige certificado laboral

Si certificado laboral	
1	16
2	48

3	57
4	335
Total general	456

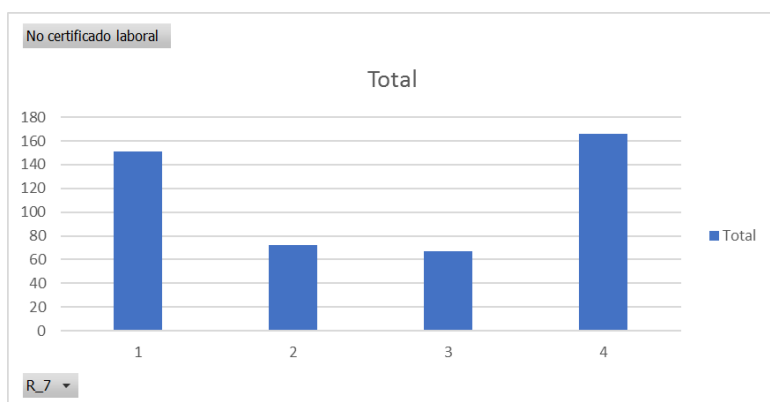
Ilustración 16. Anexo: Gráfico nivel de confianza si exige certificado laboral



Se observa que, si se exige certificado laboral como política del crédito, el 73.46% de los encuestados presentan un nivel de confianza muy alto hacia la institución.

Tabla 24. Anexo: Nivel de confianza si NO exige certificado laboral.

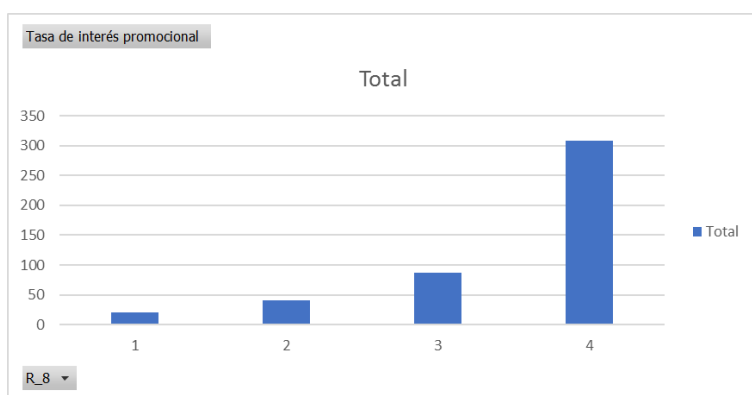
No certificado laboral	
1	151
2	72
3	67
4	166
Total general	456

Ilustración 17. Anexo: Gráfico nivel de confianza si NO exige certificado laboral

Se observa que, si NO se exige certificado laboral como política del crédito, el 36.40% de los encuestados presentan un nivel de confianza muy alto hacia la institución, seguido por el 33.11% que presentan un nivel de confianza muy bajo.

Tabla 25. Anexo: Nivel de Confianza con tasa de interés de 14.90%

Tasa de interés promocional	
1	20
2	41
3	87
4	308
Total general	456

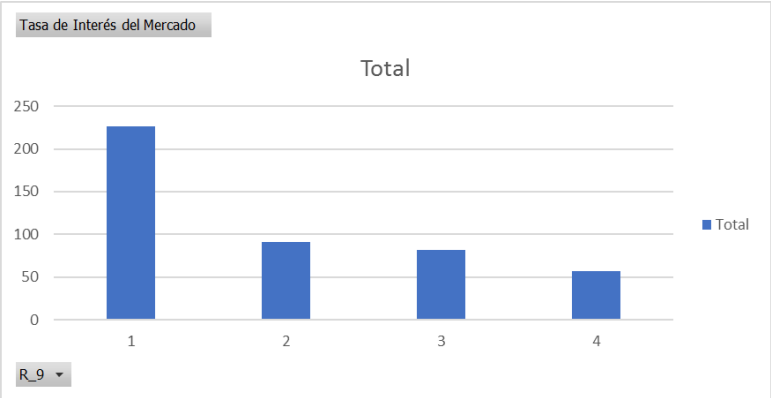
Ilustración 18. Anexo: Gráfico nivel de Confianza con tasa de interés de 14.90%

Se observa que si se presenta la tasa de interés promocional del 14.90%, el 67.54% de los encuestados presentan un nivel muy alto de confianza en la institución financiera.

Tabla 26. Anexo: Nivel de confianza con tasa de interés de 16%

Tasa de interés del mercado	
1	226
2	91
3	82
4	57
Total general	456

Ilustración 19. Anexo: Gráfico nivel de confianza con tasa de interés de 16%



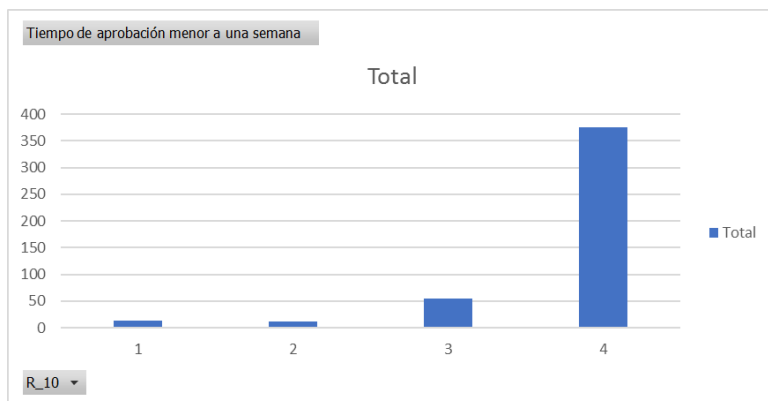
Se observa que, si se presenta la tasa de interés de mercado del 16%, el 49.56% de los encuestados presentan un nivel muy bajo de confianza en la institución financiera.

Tabla 27. Anexo: Nivel de confianza con un tiempo de aprobación menor a una semana

Tiempo de aprobación menor a una semana	
1	14
2	12

3	55
4	375
Total general	456

Ilustración 20. Anexo: Gráfico nivel de confianza con un tiempo de aprobación menor a una semana



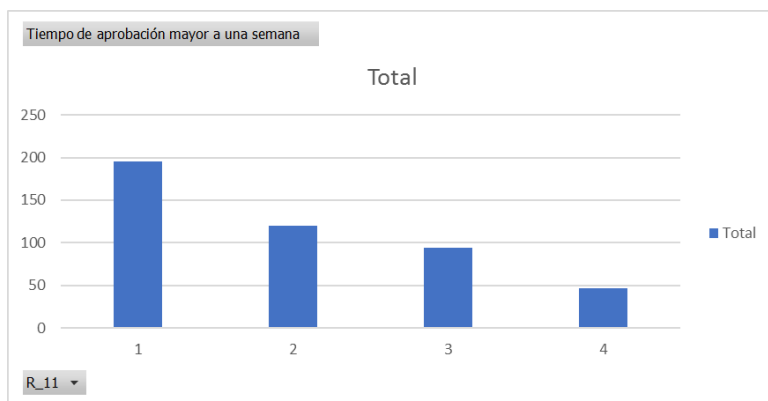
Se observa que, si se presenta un tiempo de aprobación menor a una semana, el 82.23% de los encuestados presentan un nivel muy alto de confianza en la institución financiera.

Tabla 28. Anexo: Nivel de confianza con un tiempo de aprobación mayor a una semana.

Tiempo de aprobación mayor a una semana	
1	195
2	120
3	94
4	47

Total general	456
---------------	-----

Ilustración 21. Anexo: Gráfico nivel de confianza con un tiempo de aprobación mayor a una semana.



Se observa que, si se presenta un tiempo de aprobación mayor a una semana, el 42.76% de los encuestados presentan un nivel muy bajo de confianza en la institución financiera, seguido por el 26.32% con un nivel de confianza medio bajo.

3. Tablas de contingencia frente al nuevo nivel de confianza

Tabla 29. *Tabla de contingencia nuevo nivel de confianza frente a escenarios*

Escenarios	Nuevo nivel de confianza	
	No	Si
1	10,96%	89,04%
2	14,69%	85,31%
3	7,89%	92,11%
4	42,98%	57,02%
5	33,55%	66,45%
6	53,95%	46,05%
Total general	27,34%	72,66%

El escenario que presenta el mayor porcentaje de respuestas positivas en el nivel de confianza es el 3, siendo este el que presenta mayores beneficios y exigencias con el 92.11%, seguido por el escenario 1 que presenta menores exigencias y máximos beneficios (véase tabla 5), con el 89.04%. Así también se puede observar que el escenario que presenta mayor porcentaje de repuestas negativas es el escenario 6, el cual posee los mayores niveles de exigencia, con el mínimo de beneficios (véase tabla 5), con el 53.95%.

Tabla 30. *Tabla de contingencia nuevo nivel de confianza frente a tiempo de otorgamiento del crédito*

	Nuevo nivel de confianza	
	No	Si
Tiempo de otorgamiento del crédito		
Menos de un año	34,78%	65,22%
Más de un año	25,20%	74,80%
No tengo crédito activo	26,65%	73,35%
Total general	27,34%	72,66%

Se puede observar que aquellos usuarios que poseen un crédito activo hace más de un año, presenta el mayor porcentaje de respuestas positivas en el nivel de confianza con un 74.80%, y aquellos que poseen un crédito activo hace menos de un año presentan el menor porcentaje con 65.22%

Tabla 31. *Tabla de contingencia nuevo nivel de confianza frente a motivación a solicitar un nuevo préstamo*

	Nuevo nivel de confianza	
	No	Si
¿Piensa solicitar un crédito en el periodo de un año?		
Si	28,27%	71,73%
No	26,95%	73,05%
Total general	27,34%	72,66%

Se puede observar que aquellos usuarios que no tienen pensado aplicar a un nuevo préstamo en el periodo de un año poseen el mayor porcentaje de respuestas positivas con un 73.05%.

Tabla 32. *Tabla de contingencia nuevo nivel de confianza frente a monto del crédito*

Monto del Crédito que Solicitaría	Nuevo nivel de confianza	
	No	Si
Entre \$1 000 y \$5 000	29,63%	70,37%
Entre \$5 000 y \$10 000	29,40%	70,60%
Entre \$10 000 y \$20 000	21,07%	78,93%
Entre \$20 000 y \$30 000	26,52%	73,48%
Entre \$30 000 y \$40 000	30,26%	69,74%
Total general	27,34%	72,66%

Se puede observar que el monto del crédito entre \$10 000 y \$20 000, es el que presenta el mayor nivel de respuestas positivas con un 78.93%, y el que presenta el menor porcentaje es el monto entre \$30 000 y \$40 000, con un 69.74%.

Tabla 33. *Tabla de contingencia nuevo nivel de confianza frente a nivel de confianza actual*

Nivel de confianza actual	Nuevo nivel de confianza	
	No	Si
1	79,17%	20,83%
2	29,17%	70,83%
3	30,00%	70,00%
4	25,87%	74,13%
Total general	27,34%	72,66%

El nivel de confianza actual que presenta el mayor porcentaje de respuestas positivas frente al nuevo nivel de confianza es el 4, con un 74.13%, y el menor es el 1, con un 20.83%.

Tabla 34. *Tabla de contingencia nuevo nivel de confianza frente a nivel de conocimiento financiero*

	Nuevo nivel de confianza	
Nivel de conocimiento financiero	No	Si
1	27,84%	72,16%
2	28,14%	71,86%
3	25,73%	74,27%
4	28,39%	71,61%
Total general	27,34%	72,66%

El nivel de conocimiento financiero que presenta el mayor porcentaje de repuestas positivas es el 3, con el 74.27%.

Tabla 35. *Tabla de contingencia nuevo nivel de confianza frente a nivel académico*

	Nuevo nivel de confianza	
Nivel Académico	No	Si
Primaria	39,17%	60,83%
Secundaria	27,06%	72,94%
Tercer Nivel	27,80%	72,20%
Maestría	22,64%	77,36%
PhD	11,11%	88,89%
Total general	27,34%	72,66%

El nivel académico que presenta el mayor porcentaje de respuestas positivas es PhD, con el 88.89%, y el que presenta el mínimo es primaria con el 60.83%.

Tabla 36. *Tabla de contingencia nuevo nivel de confianza frente a sector en el que labora*

	Nuevo nivel de confianza	
Sector en el que Labora	No	Si
Agricultura	66,67%	33,33%
Alimentaria	38,89%	61,11%
Comercio	27,44%	72,56%
Educación Privada	15,52%	84,48%
Función Pública	24,75%	75,25%
Hotelería y turismo	33,33%	66,67%
Medios de Comunicación	23,81%	76,19%
Producción de Bienes	26,98%	73,02%
Servicios de Salud	24,24%	75,76%
Servicio Financieros	27,72%	72,28%
Prefiero no decirlo	30,38%	69,62%
Total general	27,34%	72,66%

El sector que presenta el mayor nivel de respuestas positivas es educación privada, con el 84.48%, y el que presenta el menor es agricultura con el 33.33%.

Tabla 37. *Tabla de contingencia nuevo nivel de confianza frente a sexo de nacimiento*

	Nuevo nivel de confianza	
Sexo	No	Si
Hombre	26,84%	73,16%

Mujer	27,76%	72,24%
Prefiere No Decirlo	0,00%	100,00%
Total general	27,34%	72,66%

El sexo que presenta el mayor porcentaje de respuestas positivas es prefiero no decirlo con el 100%, seguido por hombre con 73.16%.