

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Posgrados**

**Creación de la Fintech “Toocredit.com.ec”**

**Silvia Eugenia Moreta Vásquez**

**Carlos Córdova, Msc.  
Director del Trabajo de Titulación**

Trabajo de titulación de posgrado presentado como requisito  
para la obtención del título de Máster en Gerencia Bancaria y Financiera

Quito, 29 de junio del 2020

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

COLEGIO DE POSGRADOS

**HOJA DE APROBACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Creación de la Fintech “Toocredit.com.ec”**

**Silvia Eugenia Moreta Vázquez**

Firmas

Carlos Córdova, Msc.

Director del Trabajo de Titulación

---

Santiago Mosquera, PhD.

Director de la Maestría en Gerencia Bancaria y Financiera

---

Hugo Burgos, PhD.

Decano del Colegio de Posgrados

---

**Quito, 29 de junio del 2020**

**© Derechos de Autor**

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante: \_\_\_\_\_

Nombre: Silvia Eugenia Moreta Vázquez

Código de estudiante: \_\_\_\_\_

C. I.: 1716973217

Lugar, Fecha: Quito, 29 de junio del 2020

### **ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN**

**Nota:** El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

### **UNPUBLISHED DOCUMENT**

**Note:** The following graduation project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de titulación a mis padres por su incondicional apoyo, motivación y por guiar mis pasos para el logro de mis metas profesionales y personales.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a mi esposo e hija por su comprensión, paciencia y apoyo.

Un agradecimiento especial a mis compañeros por compartir todos sus conocimientos,  
experiencias profesionales y ante todo por su amistad.

## RESUMEN

El desarrollo del presente trabajo de titulación, propone la creación de una página web innovadora, que se ajusta a las necesidades de las entidades financieras enfocadas en la transformación digital de sus servicios y en el crecimiento de su cartera de crédito.

Esta página web contiene un grupo de servicios financieros direccionados a captar un segmento del mercado no atendido, la propuesta de valor es la entrega de clientes precalificados y evaluados de acuerdo a su necesidad de crédito.

En el mercado actual y en base a las políticas de manejo de datos toocredit.com.ec entregará a las entidades financieras, datos actualizados de los clientes junto a la autorización del uso de los mismos para la oferta de nuevos productos.

Palabras clave: precalificación de clientes, banca digital, cartera de crédito, manejo de datos.

## **ABSTRACT**

The development of this thesis proposes the creation of an innovative website that adjusts to financial institutions necessities, focused on the digital transformation of their services and credit portfolio increases. This website contains a group of financial services orientate to attract an unattended market segment, the value proposition is the delivery of prequalified clients and evaluated according their credit necessity.

In the current market and according on data management policies, [toocredit.com.ec](http://toocredit.com.ec) will provide financial institutions with updated customer data with authorization to use them to offer new products.

Key words: customer prequalification, digital banking, credit portfolio, data management.



## TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO 1 .....	13
1. Problemática .....	13
1.1 Descripción.....	13
1.1.1 Crédito .....	14
1.1.2 Crédito de Consumo .....	14
1.1.3 Crédito Hipotecario .....	14
1.2 Dimensionamiento del problema .....	15
1.3 Análisis regulatorio .....	18
1.4 Métrica .....	20
1.4.1 Indicador de Profundización Financiera.....	20
1.4.2 Indicador Total Cartera de Crédito.....	21
1.4.3 Indicador Cartera de Crédito de Vivienda.....	22
1.4.4 Indicador Cartera de Crédito de Consumo .....	23
1.5 Customer Journey Map .....	23
CAPÍTULO 2 .....	26
2. Diseño y creación.....	26
2.1 Prototipo 1. Modelo Operativo.....	26
2.2 Prototipo 2. Flujograma del proceso .....	27
2.3 Prototipo 3. Diseño Página Web .....	28
2.4 The value Proposition Canvas.....	31
2.5 Estrategia de implementación .....	32
CAPÍTULO 3 .....	33
3. Modelo del Negocio Canvas.....	33
3.1 Socios Clave.....	34
3.2 Actividades Clave .....	34
3.3 Propuesta de Valor .....	35
3.4 Relaciones con el Cliente .....	35
3.5 Segmento de Clientes .....	36
3.6 Canales .....	36
3.7 Costos Estructurales .....	36
3.8 Fuente de Ingreso .....	37

CAPÍTULO 4 .....	38
4. Estrategia de levantamiento de capital y conclusiones .....	38
4.1 Estrategia de levantamiento de capital .....	38
4.1.1 Inversión recursos propios .....	38
4.1.2 Inversión Ángel .....	38
4.1.3 Obtención de crédito de entidades financieras .....	39
4.2 Resumen de inversión y financiamiento .....	40
CONCLUSIONES .....	41
REFERENCIAS .....	42
ANEXO A: ENCUESTAS .....	44

**ÍNDICE DE TABLAS**

TABLA # 1. PROFUNDIZACIÓN FINANCIERA – CRÉDITO DOMÉSTICO.....	21
TABLA # 2. TOTAL CARTERA DE CRÉDITO.....	22
TABLA # 3. CARTERA DE CRÉDITO DE VIVIENDA .....	23
TABLA # 4. CARTERA DE CRÉDITO DE CONSUMO.....	23
TABLA # 5. ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN .....	32
TABLA # 6. MODELO DE NEGOCIO CANVAS .....	33
TABLA # 7. DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN.....	40
TABLA # 8. RESUMEN DEL FINANCIAMIENTO .....	40

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA # 1. CARTERA DE CREDITO SECTOR FINANCIERO PRIVADO/SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO .....	15
FIGURA # 2. ADULTOS CON ACCESO A CRÉDITO (%).....	16
FIGURA # 3. PROFUNDIZACIÓN FINANCIERA (%).....	17
FIGURA # 4. SENSACIONES - CUSTOMER JOURNEY MAP.....	24
FIGURA # 5. CUSTOMER JOURNEY MAP .....	25
FIGURA # 6. PROTOTIPO 1 - MODELO OPERATIVO.....	26
FIGURA # 7. PROTOTIPO 2 - FLUJOGRAMA DEL PROCESO .....	27
FIGURA # 8. PROTOTIPO 3 - PANTALLA DE INICIO TOOCREDIT.COM.EC .....	28
FIGURA # 9. PROTOTIPO 3 - PANTALLA SERVICIOS TOOCREDIT.COM.EC .....	28
FIGURA # 10. PROTOTIPO 3 - PANTALLA INGRESO DE DATOS PERSONALES 1 TOOCREDIT.COM.EC.....	29
FIGURA # 11. PROTOTIPO 3 - PANTALLA INGRESO DE DATOS PERSONALES 2 TOOCREDIT.COM.EC.....	29
FIGURA # 12. PROTOTIPO 3 - PANTALLA INGRESO DE DATOS PERSONALES 3 TOOCREDIT.COM.EC.....	30
FIGURA # 13. PROTOTIPO 3 - PANTALLA INGRESO DE DATOS PERSONALES 4 TOOCREDIT.COM.EC.....	30
FIGURA # 14. PROTOTIPO 3 - PANTALLA DE SOLICITUD PROCESADA TOOCREDIT.COM.EC.....	31
FIGURA # 15. GRÁFICO CANVAS .....	31

# CAPÍTULO 1

## 1. Problemática

### 1.1 Descripción

La Inclusión Financiera (IF) consiste en tener acceso a productos financieros útiles para personas y empresas, que satisfagan sus necesidades de pago, ahorros, créditos. Según el Banco Mundial, “La inclusión Financiera es clave para reducir la pobreza e impulsar la prosperidad”.

En un estudio realizado por la Superintendencia de Bancos del Ecuador a diciembre de 2017 sobre IF, el total de incluidos IF, bordearía el 57.38% de la Población Económicamente Activa Ocupada (PEAO). La IF está relacionada directamente a una situación de pleno empleo de la población y un crecimiento sostenido del país. Se requiere una mayor IF para la población de menores ingresos y habilitar servicios en áreas rurales que no cuentan con presencia de agencias bancarias.

El acceso y el uso de servicios financieros integrales (ahorro, crédito, seguros, pagos, transferencias) y ante esto, la exigencia de adecuar los servicios financieros a la necesidad de la población, requieren una implementación de programas e ideas innovadoras atadas a un marco regulatorio que garantice condiciones de solvencia y un adecuado control del riesgo.

El análisis del presente trabajo está enfocado al servicio financiero denominado “Crédito”, específicamente “Crédito de Consumo” y “Crédito Hipotecario”, por lo que es necesario conocer que es el crédito y sus tipos.

### **1.1.1 Crédito**

Es el uso de un capital ajeno por un tiempo determinado a cambio del pago de una cantidad de dinero que se conoce como interés.

Obtención de recursos financieros en el presente sin efectuar un pago inmediato, bajo la promesa de restituirlos en el futuro en condiciones previamente establecidas.

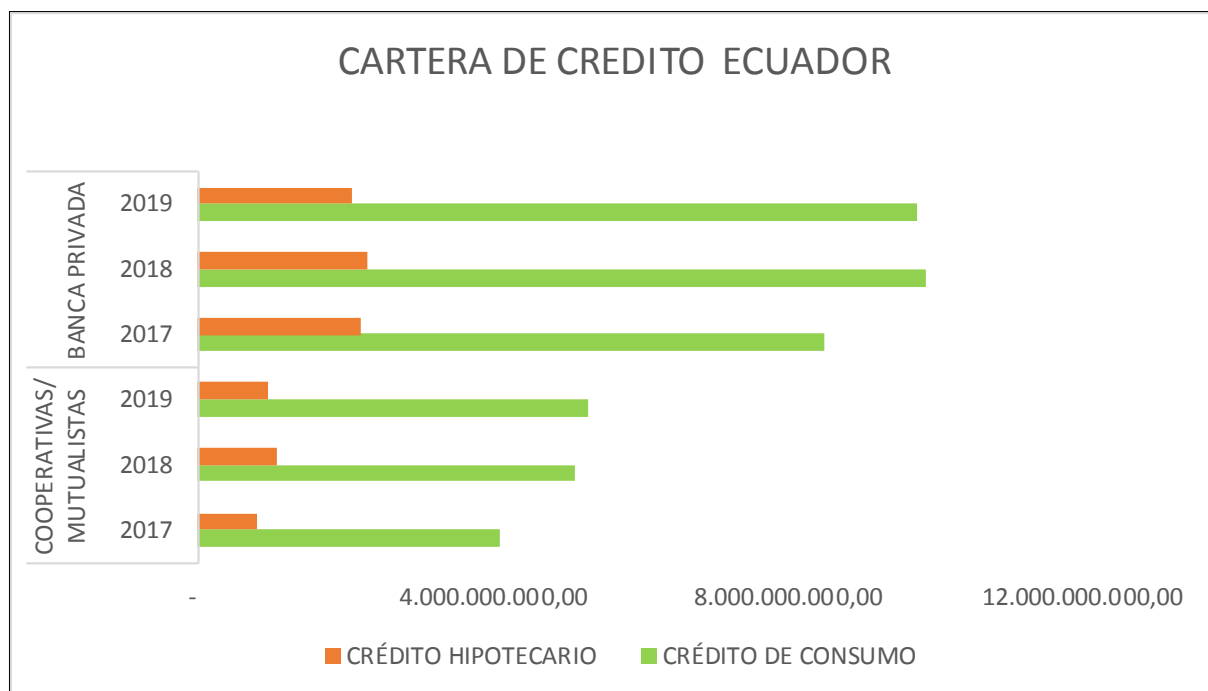
### **1.1.2 Crédito de Consumo**

Los otorgados a personas naturales que tengan por destino la adquisición de bienes de consumo o pago de servicios; que generalmente se amortizan en función de un sistema de cuotas periódicas y cuya fuente de pago es el ingreso neto mensual promedio del deudor, entendiéndose por éste el promedio de los ingresos brutos mensuales del núcleo familiar menos los gastos familiares estimados mensuales.

### **1.1.3 Crédito Hipotecario**

Aquel en el que el deudor cuenta con el respaldo de una garantía de un bien inmueble hipotecado a la institución financiera. Por lo general, es de mediano o largo plazo y se otorga para la compra, ampliación, reparación o construcción de una vivienda, compra de sitios, oficinas o locales comerciales, o para libre disponibilidad; tales propiedades quedan como garantía del préstamo, a favor de la institución financiera que lo otorga, para asegurar el cumplimiento de su pago.

En el Ecuador, la cartera de crédito de consumo es mayor a la cartera de crédito hipotecario, incrementándose cada año.



**FIGURA # 1. CARTERA DE CREDITO SECTOR FINANCIERO PRIVADO/SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO**

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS /SUPERINTEDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, 2019) AUTOR

## 1.2 Dimensionamiento del problema

Según Marulanda & Consultores en su “Diagnóstico y Recomendaciones para Promover la Inclusión Financiera (IF) en Ecuador (marzo 2019)”, en Ecuador, el 51% de los adultos puede acceder a una cuenta en el sistema financiero, sin embargo, solo el 12 % de este grupo, accede a un crédito.

El 40% de la población en la parte rural tiene menores ingresos que el resto del país, por lo que el acceso a créditos en estas zonas, es menor.

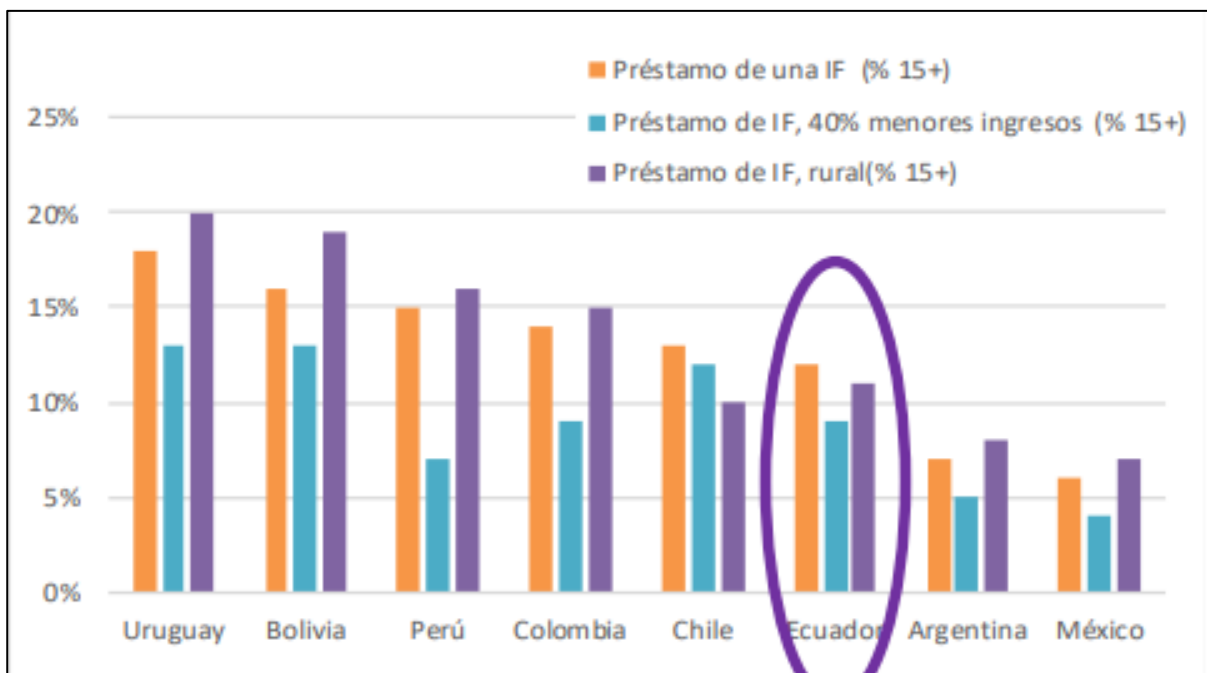


FIGURA # 2. ADULTOS CON ACCESO A CRÉDITO (%)

FUENTE: FINDEX 2017 BANCO MUNDIAL MARULANDA & CONSULTORES

El estudio indica que hay adultos en el país que tienen varias cuentas y que puede haber una inactividad alta de estas; la percepción es que un 40% y 50% pueden estar en esta condición. Algunas se crean para recibir un crédito, pero no se vuelven a usar nunca más, aunque la profundización financiera aumentó la última década, el sector financiero es uno de los más pequeños de la región en relación con el PIB, el 37.7%.



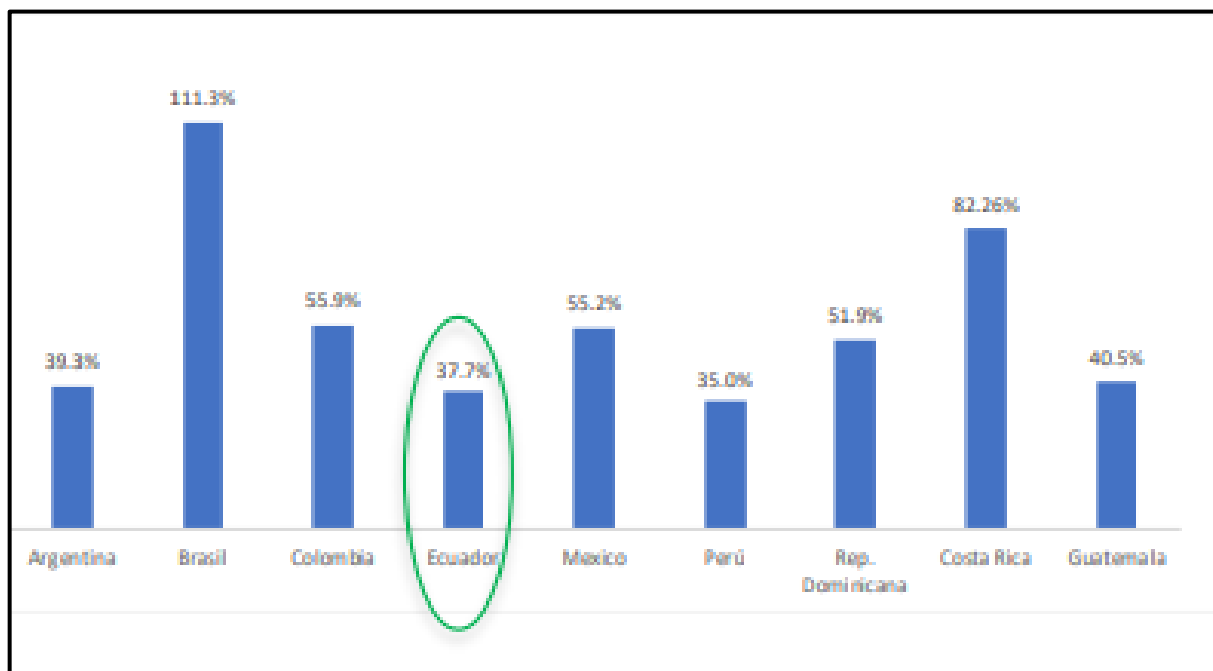


FIGURA # 3. PROFUNDIZACIÓN FINANCIERA (%)

FUENTE: FINDEX 2017 BANCO MUNDIAL MARULANDA & CONSULTORES

El desarrollo tecnológico y el uso habitual de computadores, celulares, dispositivos móviles, ha creado condiciones para que surjan nuevas empresas que pueden proveer productos y servicios soportados en tecnologías de la información.

El giro de negocio de las entidades financieras contiene una extensa lista de productos y servicios por lo que en sus plataformas digitales su objetivo es impulsar todos sus servicios, lo que causa que un gran porcentaje del mercado se encuentre desentendido al no focalizarse en cada uno de sus productos, no cuenta con la capacidad de atender mercados con necesidades específicas.

El sistema financiero tradicional no cuenta con plataformas propias 100% digitales que faciliten el proceso de selección de clientes en base a sus necesidades de crédito y persisten las limitaciones de servicios en línea no habilitados las 24 horas del día debido a

que las instituciones financieras dependen directamente de canales de venta presenciales (agencias físicas).

En base a lo expuesto, se puede ver que las entidades financieras se encuentran ante el gran reto de lograr el crecimiento de sus carteras de crédito, mejorando sus procesos de captación de clientes, perfilamiento, trámites, documentación y asignación de crédito, apoyándose en empresas especializadas, dedicadas exclusivamente al funcionamiento efectivo de estos procesos específicos.

Esta necesidad de las entidades financieras para mejorar la cultura financiera tradicional y la optimización de sus procesos para el otorgamiento de créditos e incremento de su cartera crediticia, hace posible la creación de una Fintech que se convierta en socio estratégico de estas entidades, prestando servicios digitales que satisfagan estas necesidades.

### **1.3 Análisis regulatorio**

Según el Reporte de Regulación Pública elaborado por la firma colombiana Lloreda - Camacho & Co, en el Ecuador no existe una ley o normativa secundaria que regule específicamente las tecnologías Fintech.

Los actores de esta industria deben observar las regulaciones aplicables a todas las actividades de naturaleza financiera. Para el reporte se entrevistó en el Ecuador al estudio jurídico Simone Lasso Abogados, dicho reporte añade que se ha visto una mayor apertura por parte de los organismos de supervisión y control. También menciona que las autoridades ecuatorianas están conscientes de que el crecimiento de dicho mercado depende en gran medida de regulaciones que permitan a los autores del mercado Fintech ejecutar sus servicios “sin temor de ser observados por el ente de control en el futuro”. La mayoría de Fintech en el país, operan bajo la figura de entidades de servicios auxiliares del sistema

financiero. (Revista Lideres).

Las empresas Fintech existentes en el Ecuador que ofrecen servicios por canales virtuales y aplicaciones, funcionan legalmente constituidas bajo la Superintendencia de Compañías quien norma y regula la actividad empresarial dentro del país.

Las compañías Fintech a constituirse, deben registrarse según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas Sección J INFORMACION Y COMUNICACIÓN, Literal J6209 OTRAS ACTIVIDADES DE TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y DE SERVICIOS.

Las empresas Fintech que den servicios de Perfilamiento de Clientes deben recopilar datos de clientes necesarias para realizar las actividades comerciales propias del giro del negocio y de esta forma cumplir con los servicios ofertados.

Para acceder a los servicios ofertados por la Fintech, es necesario se proporcionen datos generales, específicos y sensibles del cliente que se tratan de forma confidencial. Estas actividades de recopilación de datos de clientes y confidencialidad están enmarcadas sobre siguiente base legal:

Constitución Vigente desde el 2008, “Capítulo sexto Art 66. Numeral 19. El derecho a la protección de datos de carácter personal, que incluye el acceso y la decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o difusión de estos datos o información requerirán la autorización del titular o el mandato de la ley”.

Código Orgánico Penal “Artículo 229.- Revelación ilegal de base de datos.- La persona que, en provecho propio o de un tercero, revele información registrada, contenida en ficheros, archivos, bases de datos o medios semejantes, a través o dirigidas a un sistema electrónico, informático, telemático o de telecomunicaciones; materializando voluntaria e

intencionalmente la violación del secreto, la intimidad y la privacidad de las personas, será sancionada con pena privativa de libertad de uno a tres años.

Si esta conducta se comete por una o un servidor público, empleadas o empleados bancarios internos o de instituciones de la economía popular y solidaria que realicen intermediación financiera o contratistas, será sancionada con pena privativa de libertad de tres a cinco años”.

Código Orgánico Monetario y Financiero Art. 360.- Responsabilidad. La Dirección Nacional de Registro de Datos Públicos es responsable por la aplicación de los modelos autorizados conjuntamente por las Superintendencias de Bancos y Seguros, de la Economía Popular y Solidaria, y de Compañías, utilizados para generar los reportes crediticios.

De acuerdo a lo expuesto, se puede observar que la normativa legal en Ecuador permite la creación de empresas Fintech que proporcionen servicios de Perfilamiento de Clientes para las entidades del sector financiero.

## **1.4 Métrica**

Las entidades financieras ofertan productos y servicios a través de sus plataformas tecnológicas, sin embargo, el porcentaje de inclusión financiera en el país es el más bajo de los países de la región. La cartera de crédito no ha presentado un crecimiento significativo en los cuatro últimos años. Lo que evidencia que un gran porcentaje del mercado se encuentra desatendido.

### **1.4.1 Indicador de Profundización Financiera**

La Profundización Financiera permite medir el grado de desarrollo del sistema financiero a través del cálculo de la proporción en la cual la actividad productiva del país se

financia con crédito financiero, así como obtener una comparación internacional del nivel de desarrollo financiero del país; estos indicadores se obtuvieron relacionando la cartera y los depósitos sobre el PIB y el crédito promedio sobre el PIB per cápita.

La Profundización Financiera – Crédito Doméstico, presenta uno de los más bajos de los países de la región, esto relacionado con los bajos niveles de acceso de la población al sistema financiero, con el 37.7%, en el penúltimo puesto, solo supera a Perú que tiene el 35%.

<b>Profundización Financiera</b>	
<b>País</b>	<b>Crédito Doméstico / PIB (%)</b>
Argentina	39,30%
Brasil	111,30%
Colombia	55,90%
<b>Ecuador</b>	<b>37,70%</b>
México	55,20%
Perú	35,00%
República Dominicana	51,90%
Costa Rica	82,60%
Guatemala	40,50%

TABLA # 1. PROFUNDIZACIÓN FINANCIERA – Crédito Doméstico

FUENTE. ASOBANCA

#### 1.4.2 Indicador Total Cartera de Crédito

En el periodo de 2016 -2019 se visualiza la evolución de los créditos otorgados en el sistema financiero.

En la TABLA # 2 se puede observar el crecimiento de la cartera de crédito de consumo y el decrecimiento de la cartera de crédito de vivienda. El resto de segmentos no presenta variaciones significativas.

Tipo de crédito	2016		2017		2018		2019	
	Saldo	%	Saldo	%	Saldo	%	Saldo	%
Crédito Comercial Productivo	9.019	48,00%	11.043	47,00%	12.720	48,00%	13.137	45,00%
Crédito a la Vivienda	1.953	10,00%	2.136	9,00%	2.221	8,00%	2.383	8,00%
Crédito a la Microempresa	1.379	7,00%	1.535	7,00%	1.649	6,00%	1.904	7,00%
Total de crédito a la producción	12.350	65,00%	14.714	63,00%	16.590	62,00%	17.425	60,00%
Crédito al consumo	6.599	35,00%	8.541	37,00%	10.063	38,00%	11.536	40,00%
<b>Total Cartera bruta</b>	<b>18.949</b>	<b>100,00%</b>	<b>23.255</b>	<b>100,00%</b>	<b>26.653</b>	<b>100,00%</b>	<b>28.960</b>	<b>100,00%</b>

**( %) Porcentaje de Composición**

TABLA # 2. TOTAL, CARTERA DE CRÉDITO

FUENTE. ASOBANCA

### 1.4.3 Indicador Cartera de Crédito de Vivienda

La Cartera de Crédito de Vivienda ha decrecido en los últimos cuatro años desde el 2016, lo que puede considerarse como una oportunidad de crecimiento en un segmento aparentemente no atendido.

	2016		2017		2018		2019	
Tipo de crédito	Saldo	%	Saldo	%	Saldo	%	Saldo	%
Crédito a la vivienda	1.953	10%	2.136	9%	2.221	8%	2.383	8%
Total Cartera bruta	18.949	100%	23.255	100%	26.653	100%	28.960	100%

TABLA # 3. CARTERA DE CRÉDITO DE VIVIENDA

FUENTE. ASOBANCA

#### 1.4.4 Indicador Cartera de Crédito de Consumo

La Cartera de Crédito de Consumo experimenta un crecimiento del 5% desde el año 2016. Este tipo de crédito cubre el financiamiento para la adquisición de bienes o servicios, compras de bienes comunes para los hogares, como automóviles, muebles, viajes o cualquier gasto extra o imprevisto. Por ser un segmento atractivo, presenta facilidades para el otorgamiento de créditos, no siendo así los destinados a la producción.

	2016		2017		2018		2019	
Tipo de crédito	Saldo	%	Saldo	%	Saldo	%	Saldo	%
Crédito al consumo	6.599	35%	8.541	37%	10.063	38%	11.536	40%
Total Cartera bruta	18.949	100%	23.255	100%	26.653	100%	28.960	100%

TABLA # 4. CARTERA DE CRÉDITO DE CONSUMO

FUENTE. ASOBANCA

#### 1.5 Customer Journey Map

Para identificar la necesidad de una Fintech de Perfilamiento de Clientes, se realizaron encuestas a 10 personas involucradas en el sector financiero, las que permitieron identificar sus sensaciones en las diferentes etapas del proceso de otorgamiento de un

crédito. Esta información se utilizó para la construcción del Customer Journey Map (CJM).

Las sensaciones registradas en el Customer Journey Map se categorizaron utilizando la siguiente escala:

Escalas	Sensaciones	Representación
1	Alta	
2	Media	
3	Baja	

FIGURA # 4. SENSACIONES - CUSTOMER JOURNEY MAP

FUENTE: AUTOR



Etapas	Conoce al cliente	Analiza su situación financiera	Identifica su necesidad de crédito	Selecciona la mejor alternativa de Crédito	Realiza el tramite: recolección de requisitos / llenado de formularios	Revisión y Aprobación Entidad Financiera	Otorgamiento del Crédito
Necesidades	Identificar clientes potenciales Registrar todos los datos del cliente	Cuantificar sus ingresos y gastos Analizar su historial crediticio	Crédito Hipotecario Crédito de consumo Tarjeta de Crédito	Planes de pago flexibles Tasas de interés preferente Promociones	Solicitud de aprobación Documentos listos	Viabilidad	Desembolso
Actividades	Establecer contacto con clientes	Obtener información clave y detallada Agendar una cita Contacto a través de pagina web	Recolección de datos Asesoramiento	Alianzas con entidades financieras Negociación	Conocer políticas, requisitos de las entidades financieras	Negociar por una respuesta Inmediata	Notificación al cliente
Artefactos	Publicidad paginas entidades financieras aliadas Redes Sociales Visitas presenciales	Ingreso de datos a través de pagina Web Modelo de calificación de clientes	Uso de página web Ejecutivo de cuenta	Uso de pagina Web Ejecutivo de cuenta	Contratos y formularios en el lugar donde decida el cliente	Instrumentos de evaluación Entidad financiera	Acceso a través de canales electrónicos de las entidades financieras
Sensaciones	1 2 3	[Satisfacción]	[Insatisfacción]	[Satisfacción]	[Insatisfacción]	[Satisfacción]	[Satisfacción]
Oportunidades	Obtener una base de clientes limpia con datos actualizados	Proporcionar a las Entidades financieras clientes pre calificados	Clientes Perfilados en base a su necesidad	Fomentar la competitividad financiera	Omitir pasos innecesarios que demoran el proceso	Reducción en tiempos de operación y atención al cliente	Crear empresa Fintech que permita el crecimiento de la cartera hipotecaria y de consumo

FIGURA # 5. CUSTOMER JOURNEY MAP

FUENTE: AUTOR

# CAPÍTULO 2

## 2. Diseño y creación

### 2.1 Prototipo 1. Modelo Operativo

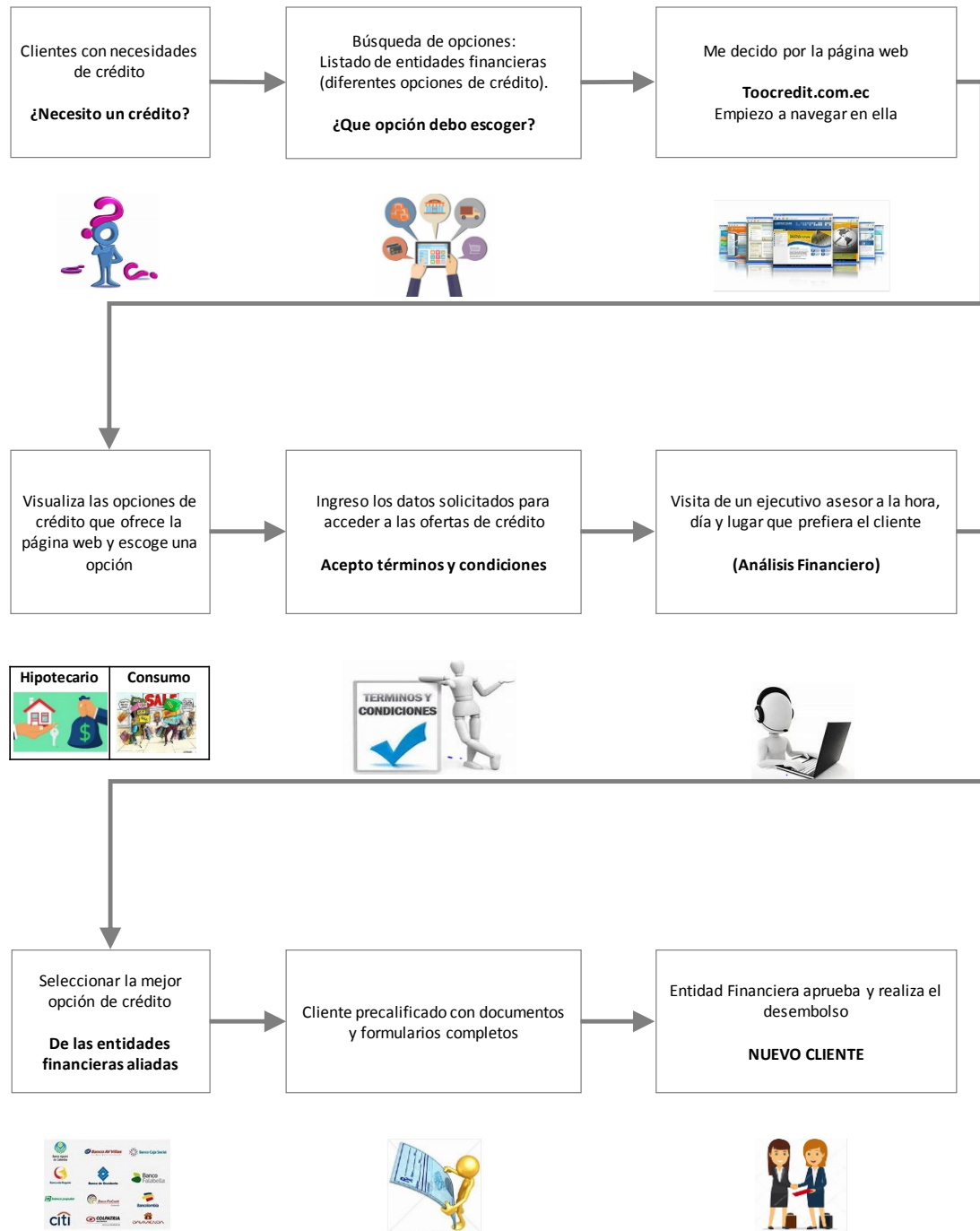


FIGURA # 6. PROTOTIPO 1 - MODELO OPERATIVO

FUENTE: AUTOR

2.2 Prototipo 2. Flujograma del proceso

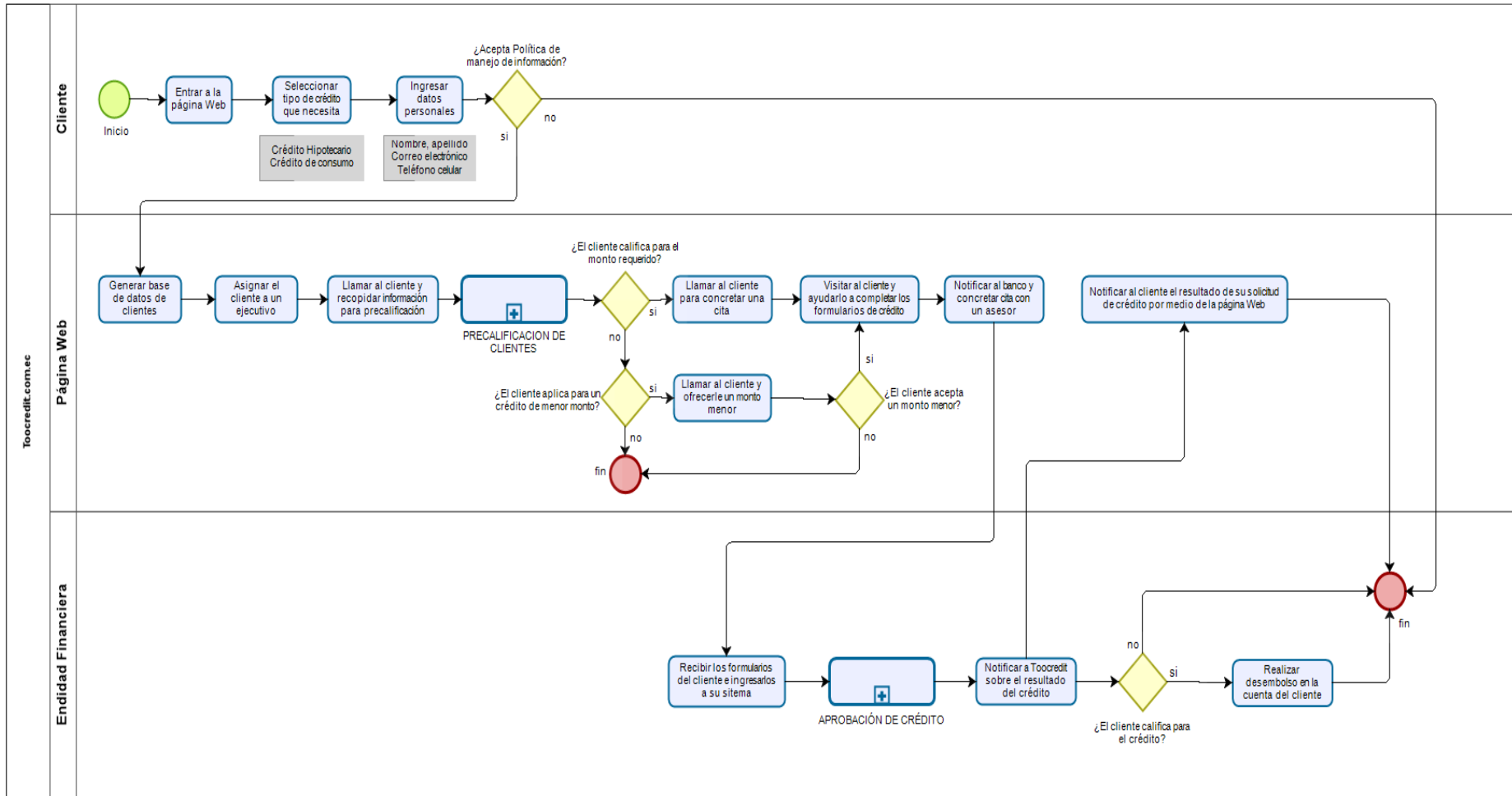


FIGURA # 7. PROTOTIPO 2 - FLUJOGRAMA DEL PROCESO

FUENTE: AUTOR

## 2.3 Prototipo 3. Diseño Página Web



FIGURA # 8. PROTOTIPO 3 - PANTALLA DE INICIO Toocredit.com.ec

FUENTE: AUTOR



FIGURA # 9. PROTOTIPO 3 - PANTALLA SERVICIOS Toocredit.com.ec

FUENTE: AUTOR

**Toocredit.com.ec** INICIO SERVICIOS INFORMACIÓN CONTACTO  
*Perfilamiento de clientes*

Los campos marcados con \* son obligatorios

**Para empezar necesitamos algunos datos personales**

**Nombre \***  ✓ **Apellido \***  ✓  
**Email o Correo electrónico \***  ✓ **Teléfono móvil o celular \***  ✓

**SIGUIENTE**

FIGURA # 10. PROTOTIPO 3 - PANTALLA INGRESO DE DATOS PERSONALES 1  
Toocredit.com.ec

FUENTE: AUTOR

**Toocredit.com.ec** INICIO SERVICIOS INFORMACIÓN CONTACTO  
*Perfilamiento de clientes*

Los campos marcados con \* son obligatorios

Actividad económica más reciente y sobre tus ingresos

**¿Tienes Crédito Hipotecario vigente? \***  
 SI  
 NO

**¿Con cual Banco tienes actualmente tu crédito? \***

**¿Cual es tu actividad económica? \***  
 Actividad económica  
 Empleado  
 Independiente  
 Pensionado  
 Rentista  
 No me encuentro trabajando

**SIGUIENTE**

FIGURA # 11. PROTOTIPO 3 - PANTALLA INGRESO DE DATOS PERSONALES 2  
Toocredit.com.ec

FUENTE: AUTOR

**Toocredit.com.ec** INICIO SERVICIOS INFORMACIÓN CONTACTO

*Perfilamiento de clientes*

Los campos marcados con \* son obligatorios

Actividad económica más reciente y sobre tus ingresos

**¿Tienes Crédito Hipotecario vigente? \***

SI

NO

**¿Con cual Banco tienes actualmente tu crédito? \***

Otro

**¿Cual es tu actividad económica? \***

Actividad economica

Empleado

Independiente

Pensionado

Rentista

No me encuentro trabajando

**SIGUIENTE**

FIGURA # 12. PROTOTIPO 3 - PANTALLA INGRESO DE DATOS PERSONALES 3  
Toocredit.com.ec

FUENTE: AUTOR

**Toocredit.com.ec** INICIO SERVICIOS INFORMACIÓN CONTACTO

*Perfilamiento de clientes*

*Servicios*

Los campos marcados con \* son obligatorios

Tienes algún comentario o información adicional

**¿Cual es la mejor hora para contactarte?**

Mañana

Tarde

Noche

Acepto Términos y Condiciones de Uso y Políticas

Gracias por confiar en nosotros, ten la seguridad que buscaremos la mejor opción para TU CREDITO HIPOTECARIO.

**ENVIAR**

**ANTERIOR**

FIGURA # 13. PROTOTIPO 3 - PANTALLA INGRESO DE DATOS PERSONALES 4  
Toocredit.com.ec

FUENTE: AUTOR



FIGURA # 14. PROTOTIPO 3 - PANTALLA DE SOLICITUD PROCESADA Toocredit.com.ec

FUENTE: AUTOR

### 2.4 The value Proposition Canvas

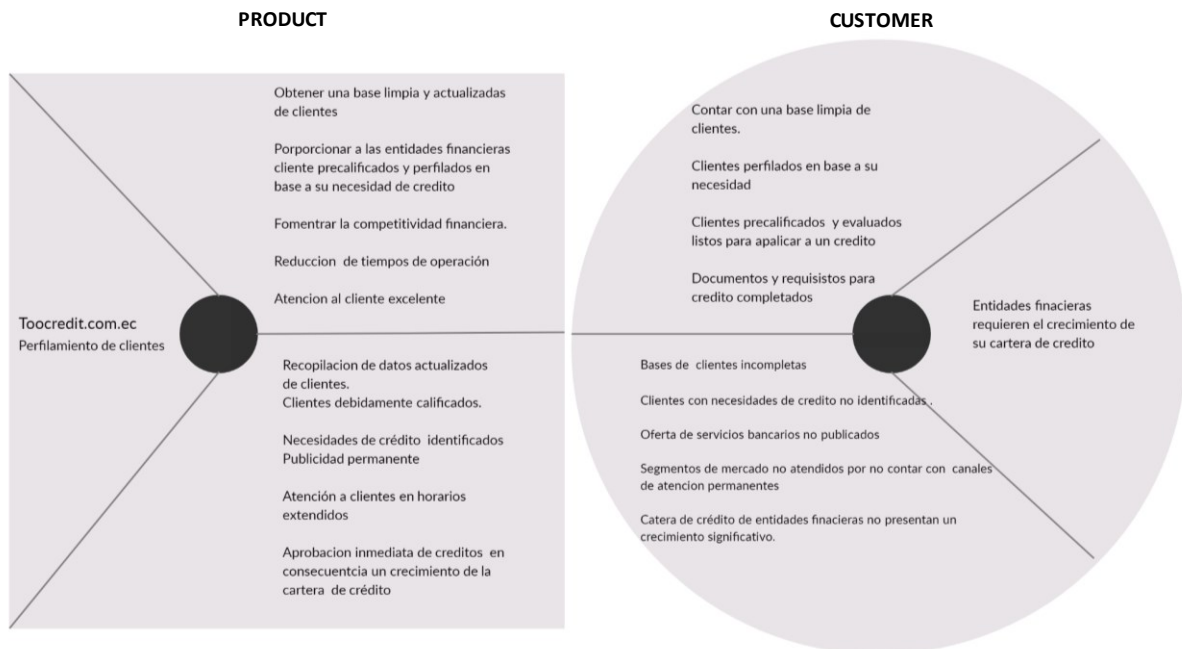


FIGURA # 15. GRÁFICO CANVAS

FUENTE: AUTOR

## 2.5 Estrategia de implementación

Actores	Descripción	Incentivos
Entidades Financieras	Información de clientes actualizada	Base de datos limpia datos actualizados
	Captar segmentos de clientes de difícil acceso	Todos los clientes tienen acceso
	Promoción de sus productos y ofertas	Publicación de la mejor tasa
	Atención en horarios extendidos	Sin limitación por horarios de atención en agencias y sucursales
	Cobertura a Nivel nacional	Atención a nivel nacional
	Competitividad	Publicidad permanente en redes sociales y páginas de entidades financieras
	Procesos operativos	Reducción procesos operativos los clientes llegan listos para la etapa final de aprobación
	Atención al cliente	Cliente Satisfecho, acompañamiento hasta el proceso final
	Crecimiento de cartera de crédito	Nuevos clientes
Clientes	Necesidad de financiamiento	Asesoramiento personalizado
	Conocer la mejor opción del mercado	Los mejores en un solo sitio web
	Evaluación financiera	Evaluación sin costo y en el menor tiempo
	Viabilidad	Resultados de la evaluación financiera inmediatos
	Requisitos y Documentos para aplicar al crédito	Sin trámites burocráticos, ayuda para completar formularios
	Tiempo de aprobación	Menor tiempo atención preferencial
Toocredit.com.ec	Ingreso de base de datos de clientes	Recopilación de datos actualizados proporcionados de forma directa
	Calificación de clientes	Modelo de evaluación de riesgo fácil se encuentra parametrizado de acuerdo a la calificación de activos de riesgo de la Normativa Junta de Política Monetaria
	Ejecutivos especializados	Asesoramiento garantizado
	Desembolso de créditos	Cliente aprobado, se genera el fue para la empresa

TABLA # 5. ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN

FUENTE. AUTOR



## CAPÍTULO 3

### 3. Modelo del Negocio Canvas

<p><b>Socios claves</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Superintendencia de Compañías</li> <li>• Proveedor Software calificado</li> <li>• Empresas autorizadas para Análisis de datos</li> <li>• Superintendencia de Bancos</li> <li>• Dirección Nacional de Registro de Datos Públicos (Dinardap)</li> </ul>	<p><b>Actividades claves</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar el sitio web</li> <li>• Desarrollo modelo de precalificación</li> <li>• Tratamiento de datos de Promocionar sitio web cliente</li> <li>• Garantizar la atención permanente y rapidez en la respuesta en el sitio web</li> </ul>	<p><b>Propuesta de valor</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sitio web habilitado (24/7)</li> <li>• Atención a sectores de difícil acceso Servicio personalizado que garantiza la entrega de clientes precalificados con datos actualizados a las entidades financieras asociadas</li> <li>• Reducción tiempo en la operación para las entidades financieras</li> </ul>	<p><b>Relación con el cliente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparar un showroom para las entidades financieras</li> <li>• Innovación constante y promoción</li> <li>• Propuesta de costos por cliente aprobado</li> </ul>	<p><b>Segmento de clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entidades financieras</li> </ul>
	<p><b>Recursos claves</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de la página web</li> <li>• Recursos Tecnológicos</li> <li>• Recurso Humano</li> </ul>		<p><b>Canales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Página web</li> <li>• Contacto telefónico</li> <li>• Visita de ejecutivos</li> </ul>	
<p><b>Costos Estructurales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inversión: creación de la compañía, software, desarrollo página web y modelo de precalificación, equipos de computación, equipos de oficina.</li> <li>• Gastos: Mantenimiento sitio web, pago proveedor de análisis de datos, sueldos (Gerente General, Contador, Especialista y Asesor legal de negocios online, Ejecutivos especialistas en análisis de crédito, Ejecutivo de marketing, pago de servicios básicos.</li> </ul>		<p><b>Fuentes de Ingreso</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Suscripción de las entidades Financieras a la empresa.</li> <li>• Entrega de información de clientes evaluados y entrega de formularios.</li> <li>• Comisión por cliente aprobado.</li> </ul>		

TABLA # 6. MODELO DE NEGOCIO CANVAS

FUENTE. AUTOR

### **3.1 Socios Clave**

De igual forma, para que Toocredit.com.ec pueda brindar este servicio, es necesario contar con la aprobación de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, para su constitución.

Con los permisos otorgados, Toocredit.com.ec estaría en capacidad de ofrecer sus servicios a las entidades financieras del país , con un modelo de precalificación y lo cual se logrará con un modelo de evaluación , complementado con un reporte de crédito el cual debe ser proporcionado por un proveedor autorizado, enmarcándose en políticas de seguridad, tratamiento de datos confidenciales de clientes custodiados mediante herramientas de seguridad de la información y procedimientos de control de acceso como software de antivirus que garantice el acceso no autorizado de terceros, software que debe ser proporcionado por un proveedor calificado.

### **3.2 Actividades Clave**

Las actividades clave que permitirán que la funcionalidad ofertada por Toocredit.com.ec, cuente con todas las facilidades para obtener las mejores opciones de crédito y con las mejores entidades financieras, son:

- Desarrollar el sitio web y modelo de precalificación
- Promocionarlo a través de redes sociales y páginas de entidades financieras aliadas.
- Garantizar la atención permanente y respuesta ágil.
- Garantizar seguridad de la información en el tratamiento de datos confidenciales del cliente, obtenidos directamente con el ingreso a la página junto con la aceptación establecida en los términos y condiciones del sitio web.

### 3.3 Propuesta de Valor

Al identificar las sensaciones negativas e inconformidades experimentadas por usuarios que han solicitado créditos por medios tradicionales de captación de clientes en forma presencial, siendo atendidos por ejecutivos con tiempos limitados, hacen que la propuesta de Toocredit.com de cambiar este esquema convencional, sea una opción atractiva.

A continuación, se detallan los beneficios de la propuesta, en el que se evidencia este factor de diferenciación:

- Página web habilitada todo el tiempo (24/7/365).
- Atención a sectores de difícil acceso físico.
- Servicio personalizado que garantiza la entrega de datos actualizados de clientes a las entidades financieras asociadas.
- Aprobación inmediata de créditos y, en consecuencia, el crecimiento de la cartera de crédito.
- Facilidad de visualización de opciones de crédito, debido a que cada necesidad está debidamente identificada.
- Los clientes de Toocredit.com.ec son las entidades financieras aliadas, quienes se beneficiarán del servicio de perfilamiento de clientes, lo que incrementará su cartera de crédito, reducirá notablemente sus procesos operativos y obtendrán una base limpia de clientes a los cuales podrán ofertar productos adicionales.

### 3.4 Relaciones con el Cliente

Al ser los clientes directos de Toocredit.com, las entidades financieras interesadas en el crecimiento de su cartera de crédito mediante la oferta de sus productos, es necesario:

- Establecer un canal de comunicación con las áreas de negocio de dichas instituciones, para lo cual se propone la realización de un showroom en cada entidad financiera, cuyo objetivo es dar a conocer los beneficios de la alianza.
- Mantener costos diferenciados: por entrega de información, llenado de documentos y pago, una vez que el cliente cuente con su crédito aprobado.

### **3.5 Segmento de Clientes**

Toocredit.com está diseñada para atender a las entidades financieras interesadas en el crecimiento de su cartera de crédito (hipotecaria y de consumo).

### **3.6 Canales**

Las ofertas de crédito se realizarán mediante el portal web, donde estarán a disposición de los interesados en obtener un crédito.

Además de esta interacción directa, se reforzará el contacto con el cliente, mediante llamadas telefónicas personalizadas y de ser necesario se han previsto visitas de un ejecutivo para finalizar con el proceso de llenado de documentos, de manera que el cliente no tenga que hacer gestiones por su cuenta.

### **3.7 Costos Estructurales**

Los costos que tendrá Toocredit.com se dividen en los siguientes:

#### **Gastos mensuales:**

- Sueldo - Gerente General
- Sueldo - Especialista en negocios online
- Sueldo - Asesor legal de negocios online

- Sueldo - Ejecutivos especialistas en análisis de crédito
- Sueldo - Ejecutivo de marketing
- Pago de servicios básicos (agua, luz, comunicaciones)

**Inversión inicial donde se consideran los siguientes rubros:**

- Costos por creación de la compañía (trámites de constitución)
- Costo de software (desarrollo página web, dominio, certificados de seguridad, espacios virtuales de almacenamiento)
- Costo del desarrollo del modelo de precalificación
- Costo por acceso a datos de clientes
- Costo de equipos de computación (laptops, impresoras), equipos de oficina (escritorios, sillas, teléfonos).

### **3.8 Fuente de Ingreso**

Las fuentes de ingreso que generará Toocredit.com.ec a través de su modelo de negocio son:

- Ingresos por suscripciones de las entidades financieras a la empresa
- Ingresos por entrega de información de clientes evaluados y entrega de formularios
- Comisión por cada cliente aprobado

## CAPÍTULO 4

### 4. Estrategia de levantamiento de capital y conclusiones

#### 4.1 Estrategia de levantamiento de capital

En este proyecto se ha desarrollado un modelo de negocio, que ha sido identificado como tecnológicamente viable

Se realiza el levantamiento de capital y su esquema de financiamiento es el siguiente:

##### 4.1.1 Inversión recursos propios

El 30 % son fondos derivados del ahorro propio, necesarios como capital inicial para impulsar el desarrollo del proyecto y arranque de la empresa, desde su etapa inicial, es decir desde cero.

El 15% son fondos que se obtendrán de partes interesadas como: familiares, amigos o conocidos que deseen involucrarse en el proyecto desde el principio en calidad de socios-accionistas.

Este aporte será registrado como un recurso no rembolsable ya que es un aporte de Capital.

Una característica preferente que se buscará en estos socios, es el conocimiento en áreas de tecnología, específicamente en el desarrollo y mantenimiento de páginas Web.

##### 4.1.2 Inversión Ángel

El 35% se obtendrá de una empresa incubadora de emprendimientos tecnológicos llamada *Buen Trip Hub* con la que se realizará un acercamiento para explicarle el proyecto.

La incubadora *Buen Trip Hub* conecta Inversionistas Ángeles con emprendimientos y nuevos proyectos.

Los Inversionistas Ángeles se caracterizan por buscar pequeñas participaciones accionarias, lo que los convierte en un potencial inversor de Toocredit.com.ec.

La incubadora *Buen Trip Hub* invierte sumas desde USD 25.000 a USD 250.000, se preocupa por el éxito de las empresas en quienes invierten, asumiendo incluso el riesgo de sus fracasos y ofrecen una ventaja de períodos cortos de negociación para la obtención de su apoyo económico.

*Buen Trip Hub* impulsa, además, el desarrollo de mujeres emprendedoras en el país, ya que cree firmemente en su gran potencial para desarrollar nuevos productos y/o servicios que brindan soluciones a la sociedad, lo que constituye una ventaja para la creadora de este proyecto.

#### **4.1.3 Obtención de crédito de entidades financieras**

Para el 20% restante, se recurrirá a la CFN, que cuenta con una línea de crédito para emprendedores, facilitando financiamiento para la obtención de Activo Fijo y/o Capital de Trabajo.

La CPF ofrece financiamiento para proyectos nuevos o en marcha, de hasta el 100%.

## 4.2 Resumen de inversión y financiamiento

DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN	
DESCRIPCIÓN	MONTO
Costos por creación de la compañía	\$1.000
Creación y diseño del sitio web	\$6.750
Costo del desarrollo del modelo de precalificación	\$2.500
Costo por acceso a datos de clientes	\$1.200
Costo de equipos de computación	\$2.500
Gastos generales	\$2.500
<b>MONTO TOTAL</b>	<b>\$16.450</b>

TABLA # 7. DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN

FUENTE. AUTOR

	RESÚMEN DEL FINANCIAMIENTO		
	RECURSOS PROPIOS	INVERSOR ÁNGEL	CRÉDITO (Entidades Financieras)
<b>Porcentaje de inversión</b>	45%	35%	20%
<b>Monto de inversión</b>	\$7.403	\$5.758	\$3.290

TABLA # 8. RESUMEN DEL FINANCIAMIENTO

FUENTE. AUTOR



## CONCLUSIONES

El proyecto analizado es viable, debido a que existe un mercado objetivo que requiere de soluciones efectivas y rápidas para la colocación de créditos a sectores de difícil acceso y en el que las entidades financieras no pueden instalar agencias presenciales, ya que presentan costos altos de operación. De esta forma estas entidades pueden incrementar su cartera de consumo y vivienda.

El servicio brindado a través del portal de Toocredit.com.ec, apalanca en las instituciones financieras su total transformación digital, ya que ésta está enfocada en captar a una nueva generación de personas cuya preferencia es realizar todos sus movimientos y transacciones a través de canales digitales. Además Toocredit.com.ec está alineada con políticas seguras de manejo de datos sensibles de clientes, que bajo su autorización serán entregadas a las entidades financieras para que puedan ofertar toda su gama de productos.

Este proyecto es legalmente viable y es posible implementarlo en el país bajo todos los requerimientos de ley y normativos para la creación de empresas de este tipo y está amparada, además, bajo la nueva Ley Orgánica del Emprendimiento e Innovación del Ecuador.

En base a todos los componentes de negocio, definidos para este proyecto y la correcta combinación para el levantamiento de capital, se garantiza su viabilidad y sostenibilidad.

## REFERENCIAS

- Superintendencia de Bancos de Ecuador. (2019). *Indicadores Financieros Banca Privada*. Obtenido el 17 de agosto 2019 de <http://estadisticas.superbancos.gob.ec/portalestadistico/portalestudios/>
- Superintendencia de Bancos de Ecuador. (2019). *Sistema de Bancos privados Reporte comportamiento crediticio reporte comportamiento crediticio sectorial*. Obtenido el 31 de agosto de 2019 de <https://www.superbancos.gob.ec/bancos/>
- Banco Central del Ecuador. (2019). *Boletín Informativo de Integración Financiera*. Obtenido el 31 de agosto de 2019 de <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica/integracion-monetaria-y-financiera-regional/boletines>
- Superintendencia de Bancos de Ecuador. (2017). *Libro I.-Normas Generales para las Instituciones del Sistema Financiero*. Obtenido el 03 de septiembre de 2019 de <https://estadisticas.superbancos.gob.ec/portalestadistico/portalestudios/>
- Banco Central del Ecuador. (2018). *Inclusión financiera*. Obtenido el 05 de septiembre de 2019 de <https://studylib.es/doc/7863794/bolet%C3%ADn-informativo-de-integraci%C3%B3n-financiera>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2019). *Diagnóstico y Recomendaciones para Promover la Inclusión Financiera en Ecuador*. Obtenido el 16 de agosto de 2019 de <https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/07/1.-Presentacion-Beatriz-Marulanda.pdf>
- INEC. (2019). *Glosario de términos-ENENDU*. Obtenido el 16 de agosto de 2019 de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/?s=PEA>
- INEC (2019). *Boletín Técnico*. Obtenido el 16 de agosto de 2019 de <https://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog/695/download/1...>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2019). *Resolución No. 338-2017-F*. Obtenido el 17 de agosto 2019 de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/03/RESOLUCIO%CC%81N-JUNTA-MONETARIA-.pdf>
- Secretaría de Economía Popular y Solidaria. (2019). *Productos Estadísticos*. Obtenido el 15 de septiembre 2019 de <http://www.seps.gob.ec/estadisticas?productos-estadisticos>
- ASOBANCA. (2018). *Profundización Financiera*. Obtenido el 17 de agosto 2019 de <http://www.asobanca.org.ec/>
- FINNOVISTA. (2019). *Programas para startups*. Obtenido el 15 de mayo de 2020 de <https://www.finnovista.com/tag/fintech-radar/>

**ÍNDICE DE ANEXOS**

<b>ENCUESTA 1</b> .....	44
<b>ENCUESTA 2</b> .....	46
<b>ENCUESTA 3</b> .....	49
<b>ENCUESTA 4</b> .....	52
<b>ENCUESTA 5</b> .....	54
<b>ENCUESTA 6</b> .....	56
<b>ENCUESTA 7</b> .....	58
<b>ENCUESTA 8</b> .....	60
<b>ENCUESTA 9</b> .....	62
<b>ENCUESTA 10</b> .....	64

## ANEXO A: ENCUESTAS

### ENCUESTA 1

**Nombre:** Ernesto Acevedo

**1. ¿Que requiere conocer de un cliente para otorgarle un crédito?**

Capacidad de pago/tipo de negocio/experiencia con otras instituciones/que no registre en la Central de Riesgos.

**2. ¿En los últimos años considera que ha existido un crecimiento notable en los créditos hipotecarios y de consumo?**

Me parece que no en préstamos Hipotecarios la industria de la construcción así lo manifiesta, este momento se está dando mucha apertura a este tipo de préstamos por medio del seguro social y del banco del estado justamente para fortalecer a la construcción. En préstamos de consumo de lo que se escucha en las noticias y medios financieros también ha tenido una baja por limitaciones de los bancos.

**3. ¿Cree que las instituciones financieras guardan en sus bases de datos información actualizada del 100% de sus clientes?**

No.

**4. ¿Si una Institución financiera arranca con una campaña masiva ofertando productos de crédito y su contacto lo realiza con los datos almacenados en sus bases, cree que alcanzará el 100% de efectividad?**

No.

**5. ¿Cuando un cliente se acerca a un Entidad Financiera solicitando un crédito, se le facilita las mejores opciones en base a su necesidad?**

Debería ser así pero creo que esa no es la política de los bancos, es decir no existe el debido asesoramiento para el cliente.

**6. ¿Los ejecutivos se toman todo el tiempo necesario para detallar todos los productos que oferta la entidad financiera?**

Considerando la afluencia de clientes en los canales presenciales. Creo que esta pregunta está atada a la anterior, no existe el debido asesoramiento.

**7. ¿Qué canales considera son los más usados por los clientes actualmente para obtener información de créditos?**

En forma presencial en las instituciones, personalmente creo que pocas personas utilizan los canales virtuales.

**8. ¿Cree que existen empresas que brinden un servicio de perfilamiento de clientes es decir un servicio de precalificación de clientes?**

No.

**9. ¿Considera usted interesante trabajar con una empresa que realice todo el proceso por la entidad financiera (actualización datos de cliente, análisis financiero, preparación de documentos)?**

Si.

**10. ¿Considera que el Perfilamiento de clientes optimizaría el tiempo de otorgamiento de créditos y reduciría los tiempos de operación?**

Si, la institución financiera tendría lista la información que actualmente es parte de su proceso.

**11. ¿La implementación de este servicio a través de medios digitales habilitado 24 horas representa una oportunidad para el crecimiento en las colocaciones de créditos hipotecarios y Consumo?**

Claro, le permitiría captar más clientes.

## ENCUESTA 2

**Nombre:** José Luis Cevallos

### **1. ¿Que requiere conocer de un cliente para otorgarle un crédito?**

Su calificación crediticia, si tiene algún respaldo para apalancar el crédito.

### **2. ¿En los últimos años considera que ha existido un crecimiento notable en los créditos hipotecarios y de consumo?**

Hace 10 años si existió un crecimiento notable en solicitudes de crédito hipotecarios, los mismos que fueron atendidos en su mayoría por el IESS. Hace 5 años por el gobierno de turno existió una recesión económica por lo que las solicitudes bajaron y eso se ha mantenido hasta el momento.

Respecto de los créditos de consumo si ha existido un notable incremento debido a la recesión económica que el país ha experimentado, la gente se endeuda en tarjetas de crédito o en créditos ya que en promedio los ingresos no son mayores a los gastos.

### **3. ¿Cree que las instituciones financieras guardan en sus bases de datos información actualizada del 100% de sus clientes?**

Se pensaría que sí, sin embargo la actualización de información depende en un 90% del mismo cliente, el mismo que no se acerca a las instituciones financieras para actualizar su información. Las IFIS suelen obtener información de clientes basados en acuerdos comerciales.

### **4. ¿Si una Institución financiera arranca con una campaña masiva ofertando productos de crédito y su contacto lo realiza con los datos almacenados en sus bases, cree que alcanzará el 100% de efectividad?**

Depende de la cantidad de acuerdos comerciales tenga con otras empresas para obtener esta información que finalmente se guarda en alguna parte de la base de datos de la IFI.

**5. ¿Cuando un cliente se acerca a un Entidad Financiera solicitando un crédito, se le facilita las mejores opciones en base a su necesidad?**

Creo que sí ya que el cliente indica su necesidad y la persona que le atiende le da sugerencias con la mejor opción.

**6. ¿Los ejecutivos se toman todo el tiempo necesario para detallar todos los productos que oferta la entidad financiera?, considerando la afluencia de clientes en los canales presenciales.**

No, los ejecutivos también buscan eficiencia en sus procesos y por eso no es posible que con la cantidad de afluencia de clientes se detalle a todos los clientes los productos que oferta la IFI. Para las IFIS existen 2 tipos de clientes los que necesitan del banco y los que necesita el banco, a estos últimos si se les detalla todos los productos que se oferta.

**7. ¿Qué canales considera son los más usados por los clientes actualmente para obtener información de créditos?**

La web y las App's, ya que los clientes ya no quieren acercarse al banco, razón por la que muchas IFIS están abriendo sus agencias virtuales.

**8. ¿Cree que existen empresas que brinden un servicio de perfilamiento de clientes es decir un servicio de precalificación de clientes?**

Si existen desde hace algún tiempo y se las puede ver en las tiendas que ofrecen crédito directo.

**9. ¿Considera usted interesante trabajar con una empresa que realice todo el proceso por la entidad financiera (actualización datos de cliente, análisis financiero, preparación de documentos)?**

Si me parece interesante, sin embargo, todo dependerá de los objetivos y la estrategia de la IFI para que se contrate este servicio.

**10. ¿Considera que el Perfilamiento de clientes optimizaría el tiempo de otorgamiento de créditos y reduciría los tiempos de operación?**

Actualmente, en las IFIS ya se habla de digitalización por lo que en algunas IFIS ya existe este proceso de perfilamiento de clientes.

**11. ¿La implementación de este servicio a través de medios digitales habilitado 24 horas representa una oportunidad para el crecimiento en las colocaciones de créditos hipotecarios y Consumo?**

Por supuesto, representa una oportunidad de llegar a más clientes y ser más eficientes ya que se ahorran recursos.



### ENCUESTA 3

**Nombre:** Sabrina Salazar M.

**1. ¿Que requiere conocer de un cliente para otorgarle un crédito?**

Datos personales y demográficos.

Historial Crediticio.

Capacidad de Pago.

**2. ¿En los últimos años considera que ha existido un crecimiento notable en los créditos hipotecarios y de consumo?**

Si, incluso por las facilidades de cobro y beneficios en tasas de interés (vip hipotecario) más bajo que ha permitido a la población acceder a estos productos no solo en los bancos privados y públicos.

**3. ¿Cree que las instituciones financieras guardan en sus bases de datos información actualizada del 100% de sus clientes?**

No, definitivamente.

En especial a lo que concierne a datos laborales. La tasa de desempleo ha incrementado notablemente. Sin embargo, es obvio que las instituciones no tienen esta data actualizada, la oferta de sus productos es masiva, solo pueden acceder a esta información cuando el cliente está aplicando al mismo.

**4. ¿Si una Institución financiera arranca con una campaña masiva ofertando productos de crédito y su contacto lo realiza con los datos almacenados en sus bases, cree que alcanzará el 100% de efectividad?**

Sí, el mantener los datos actualizados facilita ese contacto. El medio más rápido y fácil para hacerlo es a través de las mismas páginas web de las instituciones siempre y cuando mantengan estas opciones, claro.

**5. ¿Cuando un cliente se acerca a un Entidad Financiera solicitando un crédito, se le facilita las mejores opciones en base a su necesidad?**

No. La institución le entrega al cliente la gama de productos que mantiene y en base a eso el cliente debe buscar a cuál puede adaptarse de acuerdo a sus condiciones.

De no encontrar una opción en la que su condición le permita aplicar el cliente no podrá obtener el crédito.

**6. ¿Los ejecutivos se toman todo el tiempo necesario para detallar todos los productos que oferta la entidad financiera?, considerando la afluencia de clientes en los canales presenciales.**

Depende mucho de la experiencia del ejecutivo de negocio.

**7. ¿Qué canales considera son los más usados por los clientes actualmente para obtener información de créditos?**

Páginas web y directamente en la institución.

**8. ¿Cree que existen empresas que brinden un servicio de perfilamiento de clientes es decir un servicio de precalificación de clientes?**

Si, definitivamente. De hecho en la mayoría de instituciones financieras se utiliza la metodología de pre evaluación para capturar ya al cliente con la oferta de un producto a su alcance.

**9. ¿Considera usted interesante trabajar con una empresa que realice todo el proceso por la entidad financiera (actualización datos de cliente, análisis financiero, preparación de documentos)?**

Totalmente, mientras menos se incomode al cliente y facilite este trámite en gestión y tiempo.

**10. ¿Considera que el Perfilamiento de clientes optimizaría el tiempo de otorgamiento**

**de créditos y reduciría los tiempos de operación?**

Sí. Datos actualizados y completos permite no solo una optimización en la operación de la institución sino en el tiempo del cliente. Brindando una experiencia satisfactoria en la que prevalezca a eficiencia.

**11. ¿La implementación de este servicio a través de medios digitales habilitado 24 horas representa una oportunidad para el crecimiento en las colocaciones de créditos hipotecarios y Consumo?**

Sí, se debe encaminar a sacar más provecho de las herramientas tecnológicas que actualmente permiten al cliente una atención rápida, cómoda desde el lugar de su preferencia y sobre todo efectiva.

**ENCUESTA 4****Nombre: JUAN ELVIS MOREIRA ALAVA****1. ¿Que requiere conocer de un cliente para otorgarle un crédito?**

Su capacidad de pago.

Garantía en caso de que tenga problemas de pago.

**2. ¿En los últimos años considera que ha existido un crecimiento notable en los créditos hipotecarios y de consumo?**

A pesar de que el crecimiento de la economía no ha estado en los niveles de crecimiento de los países vecinos, el crédito de consumo ha tenido un crecimiento constante debido a las condiciones de acceso y en menor grado el crédito hipotecario por las condiciones para obtenerlos.

**3. ¿Cree que las instituciones financieras guardan en sus bases de datos información actualizada del 100% de sus clientes?**

No, generalmente cuentan con la información con la que se inició la relación, les resulta difícil mantenerla actualizada ya que los clientes no tienen la cultura de mantenerla actualizada.

**4. ¿Si una Institución financiera arranca con una campaña masiva ofertando productos de crédito y su contacto lo realiza con los datos almacenados en sus bases, cree que alcanzará el 100% de efectividad?**

Este tipo de campañas suelen tener entre 15% a 20% de efectividad.

**5. ¿Cuando un cliente se acerca a un Entidad Financiera solicitando un crédito, se le facilita las mejores opciones en base a su necesidad?**

Esto depende de si la necesidad de crédito del cliente puede ser cubierta por su capacidad de pago, generalmente los posibles clientes de un crédito redimensionan su necesidad.

6. **¿Los ejecutivos se toman todo el tiempo necesario para detallar todos los productos que oferta la entidad financiera?, considerando la afluencia de clientes en los canales presenciales.**

Los ejecutivos de cuentas generalmente tratan de indagar la necesidad específica.

7. **¿Qué canales considera son los más usados por los clientes actualmente para obtener información de créditos?**

Primero Página web.

Segundo call center.

Tercero oficinas.

8. **¿Cree que existen empresas que brinden un servicio de perfilamiento de clientes es decir un servicio de precalificación de clientes?**

Si, existen y dan un buen servicio.

9. **¿Considera usted interesante trabajar con una empresa que realice todo el proceso por la entidad financiera (actualización datos de cliente, análisis financiero, preparación de documentos)?**

Si es una buena opción de empresa, no existen muchas en el mercado.

10. **¿Considera que el Perfilamiento de clientes optimizaría el tiempo de otorgamiento de créditos y reduciría los tiempos de operación?**

Definitivamente si.

11. **¿La implementación de este servicio a través de medios digitales habilitado 24 horas representa una oportunidad para el crecimiento en las colocaciones de créditos hipotecarios y Consumo?**

Si más modelos de score que construyen las instrucciones financieras.

**ENCUESTA 5**

**Nombre:** Fernando Castillo

**1. ¿Que requiere conocer de un cliente para otorgarle un crédito?**

Su historial de crédito.

**2. ¿En los últimos años considera que ha existido un crecimiento notable en la cartera inmobiliaria y cartera de Consumo?**

Aparentemente el crecimiento de cartera de consumo se ha incrementado notablemente especialmente en el consumo de tarjeta de crédito, para el crédito inmobiliario existe más restricciones.

**3. ¿Cree que las instituciones financieras guardan en sus bases de datos información actualizada del 100% de sus clientes?**

No.

**4. ¿Si una Institución financiera arranca con una campaña masiva ofertando productos de crédito y su contacto lo realiza con los datos almacenados en sus bases, cree que alcanzará el 100% de efectividad?**

No debido a que no se tiene datos actualizados de clientes

**5. ¿Cuando un cliente se acerca a un Entidad Financiera solicitando un crédito, se le facilita las mejores opciones en base a su necesidad?**

Depende de la institución financiera y no siempre le ofrecen lo que quiere el cliente sino lo que tienen disponibles.

**6. ¿Los ejecutivos se toman todo el tiempo necesario para detallar todos los productos que oferta la entidad financiera?, considerando la afluencia de clientes en los canales presenciales.**

Los ejecutivos tratan de indagar en lo que requieren los clientes sin embargo por la afluencia

de clientes su tiempo es limitado.

**7. ¿Qué canales son los más usados por los clientes actualmente para obtener información de créditos?**

Internet y visita a agencias.

**8. ¿Cree que existen empresas que brinden un servicio de perfilamiento de clientes es decir un servicio de precalificación de clientes?**

Si existen algunas empresas.

**9. ¿Considera usted interesante trabajar con una empresa que realice todo el proceso (actualización datos de cliente, análisis financiero, preparación de documentos)?**

Si, ya que se contaría con clientes listos para aplicar a cualquier producto en entidades financieras.

**10. ¿Considera que el Perfilamiento de clientes optimizaría el tiempo de otorgamiento de créditos y reduciría los tiempos de operación?**

Sí, es una opción interesante.

**11. ¿La implementación de este servicio a través de medios digitales habilitado 24 horas representa una oportunidad para el crecimiento en las colocaciones de créditos hipotecarios y Consumo?**

Si mejora de atención de servicio al cliente.

**ENCUESTA 6****Nombre: Andrés Espinoza****1. ¿Que requiere conocer de un cliente para otorgarle un crédito?**

Su capacidad de pago y su historial.

**2. ¿En los últimos años considera que ha existido un crecimiento notable en la cartera inmobiliaria y cartera de Consumo?**

Si, existen varias facilidades para adquirir créditos para adquirir casas y departamentos.

Pero existe un grupo de personas que no puede acceder a créditos por su ubicación o porque no confía en las entidades financieras.

**3. ¿Cree que las instituciones financieras guardan en sus bases de datos información actualizada del 100% de sus clientes?**

No, los clientes cambian constantemente de números telefónicos.

**4. ¿Si una Institución financiera arranca con una campaña masiva ofertando productos de crédito y su contacto lo realiza con los datos almacenados en sus bases, cree que alcanzará el 100% de efectividad?**

Depende de las bases de datos que mantenga la entidad financiera.

**5. ¿Cuando un cliente se acerca a un Entidad Financiera solicitando un crédito, se le facilita las mejores opciones en base a su necesidad?**

No, las entidades te ofertan solo sus productos disponibles y no necesariamente es la mejor opción.

**6. ¿Los ejecutivos se toman todo el tiempo necesario para detallar todos los productos que oferta la entidad financiera?, considerando la afluencia de clientes en los canales presenciales.**

Las entidades financieras en sus agencias no tienen personal para que dedique el tiempo



adecuado a sus clientes.

**7. ¿Qué canales son los más usados por los clientes actualmente para obtener información de créditos?**

Redes sociales, agencias de instituciones financieras.

**8. ¿Cree que existen empresas que brinden un servicio de perfilamiento de clientes es decir un servicio de precalificación de clientes?**

No tengo conocimiento, pero existen empresas que brindan información de historial crediticio de los clientes.

**9. ¿Considera usted interesante trabajar con una empresa que realice todo el proceso (actualización datos de cliente, análisis financiero, preparación de documentos)?**

Definitivamente si.

**10. ¿Considera que el Perfilamiento de clientes optimizaría el tiempo de otorgamiento de créditos y reduciría los tiempos de operación?**

Si.

**11. ¿La implementación de este servicio a través de medios digitales habilitado 24 horas representa una oportunidad para el crecimiento en las colocaciones de créditos hipotecarios y Consumo?**

Atención a sectores de difícil acceso.

## ENCUESTA 7

**Nombre:** Johana Hidalgo

**1. ¿Que requiere conocer de un cliente para otorgarle un crédito?**

Capacidad de pago.

**2. ¿En los últimos años considera que ha existido un crecimiento notable en la cartera inmobiliaria y cartera de Consumo?**

El sistema se ha enfocado en el crecimiento del crédito de consumo especialmente el de tarjeta de crédito y está enfocado en los clientes existentes.

**3. ¿Cree que las instituciones financieras guardan en sus bases de datos información actualizada del 100% de sus clientes?**

No, las bases de clientes no están actualizadas.

**4. ¿Si una Institución financiera arranca con una campaña masiva ofertando productos de crédito y su contacto lo realiza con los datos almacenados en sus bases, cree que alcanzará el 100% de efectividad?**

Llegar a un 100% es muy complejo por la calidad de los datos y la disponibilidad de clientes.

**5. ¿Cuando un cliente se acerca a un Entidad Financiera solicitando un crédito, se le facilita las mejores opciones en base a su necesidad?**

Depende de la entidad financiera, sin embargo, no siempre es la mejor opción para el cliente

**6. ¿Los ejecutivos se toman todo el tiempo necesario para detallar todos los productos que oferta la entidad financiera?, considerando la afluencia de clientes en los canales presenciales.**

Sí, hay ejecutivos de servicio que toman su tiempo ´para asesorar a los clientes

**7. ¿Qué canales son los más usados por los clientes actualmente para obtener**

**información de créditos?**

Páginas web, agencias de instituciones financieras

**8. ¿Cree que existen empresas que brinden un servicio de perfilamiento de clientes es decir un servicio de precalificación de clientes?**

No que brinden ese servicio específicamente, pero si empresas que evalúan el historial crediticio.

**9. ¿Considera usted interesante trabajar con una empresa que realice todo el proceso (actualización datos de cliente, análisis financiero, preparación de documentos)?**

Sí, optimizaría tiempo de operación y mejora el servicio.

**10. ¿Considera que el Perfilamiento de clientes optimizaría el tiempo de otorgamiento de créditos y reduciría los tiempos de operación?**

Sí, excelente opción.

**11. ¿La implementación de este servicio a través de medios digitales habilitado 24 horas representa una oportunidad para el crecimiento en las colocaciones de créditos hipotecarios y Consumo?**

Sí, marcaría un mercado competitivo de servicios financieros.

**ENCUESTA 8**

**Nombre:** Stalin Montero

**1. ¿Que requiere conocer de un cliente para otorgarle un crédito?**

Su capacidad de crédito y sus necesidades de tenerlo.

**2. ¿En los últimos años considera que ha existido un crecimiento notable en la cartera inmobiliaria y cartera de Consumo?**

Sí.

**3. ¿Cree que las instituciones financieras guardan en sus bases de datos información actualizada del 100% de sus clientes?**

Guardan información, pero no actualizada.

**4. ¿Si una Institución financiera arranca con una campaña masiva ofertando productos de crédito y su contacto lo realiza con los datos almacenados en sus bases, cree que alcanzará el 100% de efectividad?**

Posiblemente llegue a un alto porcentaje.

**5. ¿Cuando un cliente se acerca a una Entidad Financiera solicitando un crédito, se le facilitan las mejores opciones en base a su necesidad?**

No.

**6. ¿Los ejecutivos se toman todo el tiempo necesario para detallar todos los productos que oferta la entidad financiera?, considerando la afluencia de clientes en los canales presenciales.**

No.

**7. ¿Qué canales son los más usados por los clientes actualmente para obtener información de créditos?**

Primero internet.

**8. ¿Cree que existen empresas que brinden un servicio de perfilamiento de clientes es decir un servicio de precalificación de clientes?**

No he escuchado de ninguna.

**9. ¿Considera usted interesante trabajar con una empresa que realice todo el proceso (actualización datos de cliente, análisis financiero, preparación de documentos)?**

Facilitaría las cosas.

**10. ¿Considera que el Perfilamiento de clientes optimizaría el tiempo de otorgamiento de créditos y reduciría los tiempos de operación?**

Sí, lo haría más rápido.

**11. ¿La implementación de este servicio a través de medios digitales habilitado 24 horas representa una oportunidad para el crecimiento en las colocaciones de créditos hipotecarios y Consumo?**

Definitivamente es una buena propuesta.

## ENCUESTA 9

**Nombre:** Gabriela Hidalgo

**1. ¿Que requiere conocer de un cliente para otorgarle un crédito?**

Cupo de crédito, estabilidad laboral.

**2. ¿En los últimos años considera que ha existido un crecimiento notable en la cartera inmobiliaria y cartera de Consumo?**

El crecimiento se ha dado especialmente en la cartera de consumo pues ahora es muy fácil obtener una tarjeta de crédito.

**3. ¿Cree que las instituciones financieras guardan en sus bases de datos información actualizada del 100% de sus clientes?**

Supongo que sí.

**4. Si una Institución financiera arranca con una campaña masiva ofertando productos de crédito y su contacto lo realiza con los datos almacenados en sus bases, ¿cree que alcanzará el 100% de efectividad?**

Si mantiene los datos de sus clientes podría alcanzar ese porcentaje.

**5. ¿Cuando un cliente se acerca a un Entidad Financiera solicitando un crédito, se le facilita las mejores opciones en base a su necesidad?**

Sí, las entidades financieras cuentan con ejecutivos especializados en varios productos.

**6. ¿Los ejecutivos se toman todo el tiempo necesario para detallar todos los productos que oferta la entidad financiera?, considerando la afluencia de clientes en los canales presenciales.**

Cuando el número de personas en espera es excesivo los ejecutivos se limitan a responder preguntas al cliente y no le presenta las opciones disponibles.

**7. ¿Qué canales son los más usados por los clientes actualmente para obtener**

**información de créditos?**

Agencias de instituciones financieras.

- 8. ¿Cree que existen empresas que brinden un servicio de perfilamiento de clientes es decir un servicio de precalificación de clientes?**

No, conozco empresas que promocionen ese servicio.

- 9. ¿Considera usted interesante trabajar con una empresa que realice todo el proceso (actualización datos de cliente, análisis financiero, preparación de documentos)?**

Se evitaría las filas de clientes en las instituciones financieras.

- 10. ¿Considera que el Perfilamiento de clientes optimizaría el tiempo de otorgamiento de créditos y reduciría los tiempos de operación?**

Sí, excelente opción.

- 11. ¿La implementación de este servicio a través de medios digitales habilitado 24 horas representa una oportunidad para el crecimiento en las colocaciones de créditos hipotecarios y Consumo?**

Definitivamente.

**ENCUESTA 10**

**Nombre:** Bryan Cisneros

**1. ¿Que requiere conocer de un cliente para otorgarle un crédito?**

Primero. Identificar su necesidad de crédito

Segundo. Historial crediticio

**2. ¿En los últimos años considera que ha existido un crecimiento notable en la cartera inmobiliaria y cartera de Consumo?**

Crédito de consumo indudable.

**3. ¿Cree que las instituciones financieras guardan en sus bases de datos información actualizada del 100% de sus clientes?**

No, varios clientes cambian de dirección o número telefónicamente.

**4. Si una Institución financiera arranca con una campaña masiva ofertando productos de crédito y su contacto lo realiza con los datos almacenados en sus bases, ¿cree que alcanzará el 100% de efectividad?**

Depende de la capacidad del ejecutivo vendedor y datos de cliente actualizados.

**5. ¿Cuando un cliente se acerca a un Entidad Financiera solicitando un crédito, se le facilita las mejores opciones en base a su necesidad?**

Sí, las entidades financieras cuentan con ejecutivos especializados en préstamos.

**6. ¿Los ejecutivos se toman todo el tiempo necesario para detallar todos los productos que oferta la entidad financiera?, considerando la afluencia de clientes en los canales presenciales.**

En algunas ocasiones no, por la afluencia de clientes a agencias

**7. ¿Qué canales son los más usados por los clientes actualmente para obtener información de créditos?**



Agencias de instituciones financieras, páginas web.

**8. ¿Cree que existen empresas que brinden un servicio de perfilamiento de clientes es decir un servicio de precalificación de clientes?**

Esa gestión la realizan en los bancos.

**9. ¿Considera usted interesante trabajar con una empresa que realice todo el proceso (actualización datos de cliente, análisis financiero, preparación de documentos)?**

Mejoraría la experiencia de cliente.

**10. ¿Considera que el Perfilamiento de clientes optimizaría el tiempo de otorgamiento de créditos y reduciría los tiempos de operación?**

Definitivamente.

**11. ¿La implementación de este servicio a través de medios digitales habilitado 24 horas representa una oportunidad para el crecimiento en las colocaciones de créditos hipotecarios y Consumo?**

Excelente poder realizar consultas y créditos a cualquier hora.