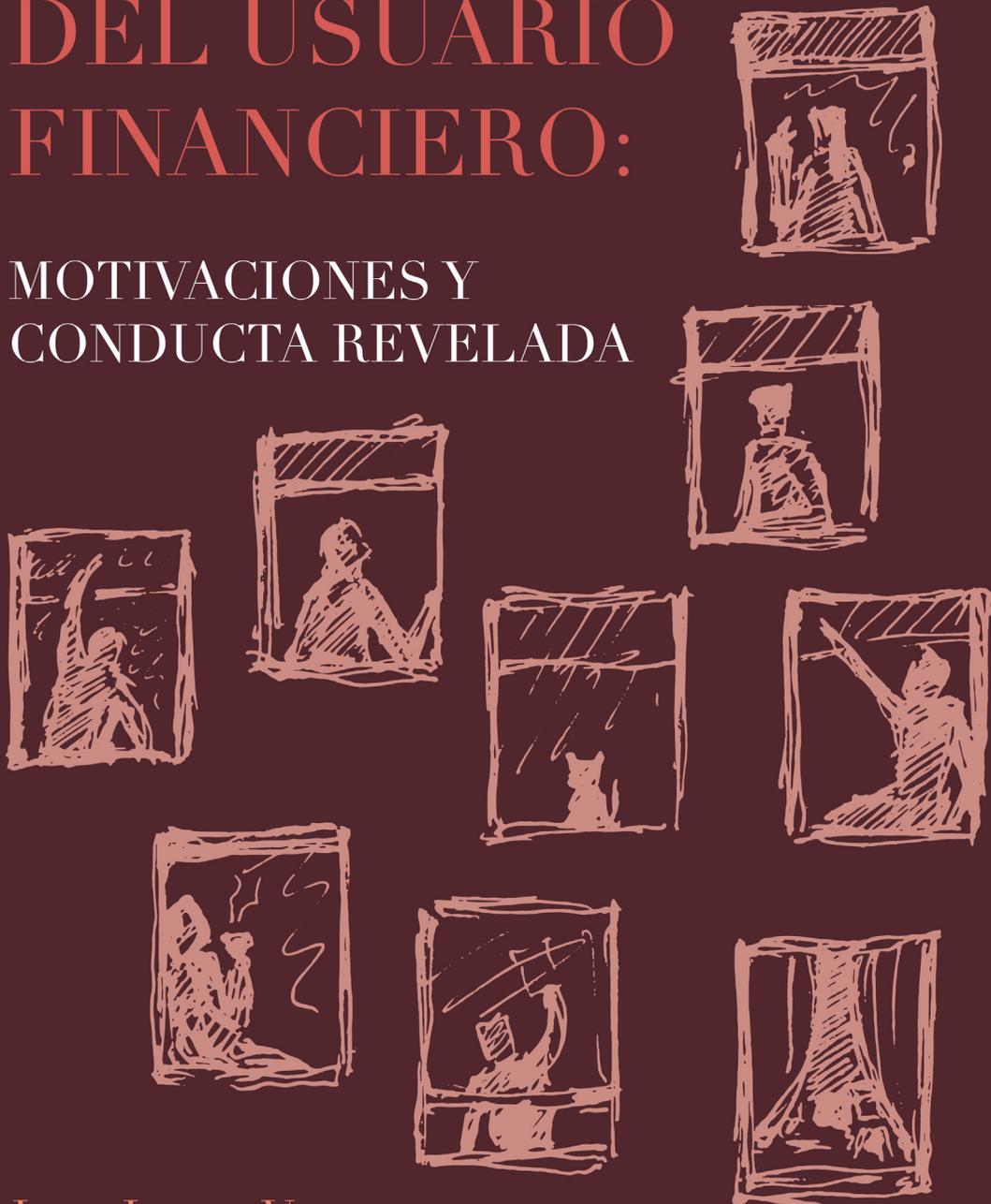


# CARACTERIZACIÓN DEL USUARIO FINANCIERO:

## MOTIVACIONES Y CONDUCTA REVELADA



Juan Lopez Vera  
(organizador)

 EDITORA  
ARTEMIS  
2025

# CARACTERIZACIÓN DEL USUARIO FINANCIERO:

## MOTIVACIONES Y CONDUCTA REVELADA



Juan Lopez Vera  
(organizador)



O conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons Atribuição-Não-Comercial NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0). Direitos para esta edição cedidos à Editora Artemis pelos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento, desde que sejam atribuídos créditos aos autores, e sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

A responsabilidade pelo conteúdo dos artigos e seus dados, em sua forma, correção e confiabilidade é exclusiva dos autores. A Editora Artemis, em seu compromisso de manter e aperfeiçoar a qualidade e confiabilidade dos trabalhos que publica, conduz a avaliação cega pelos pares de todos manuscritos publicados, com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <b>Editora Chefe</b>     | Prof.ª Dr.ª Antonella Carvalho de Oliveira |
| <b>Editora Executiva</b> | M.ª Viviane Carvalho Mocellin              |
| <b>Direção de Arte</b>   | M.ª Bruna Bejarano                         |
| <b>Diagramação</b>       | Elisangela Abreu                           |
| <b>Organizador</b>       | Prof. Me. Juan Gabriel López-Vera          |
| <b>Imagem da Capa</b>    | groprop/123RF                              |
| <b>Bibliotecário</b>     | Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422       |

#### Conselho Editorial

Prof.ª Dr.ª Ada Esther Portero Ricol, *Universidad Tecnológica de La Habana “José Antonio Echeverría”*, Cuba  
Prof. Dr. Adalberto de Paula Paranhos, Universidade Federal de Uberlândia, Brasil  
Prof. Dr. Agustín Olmos Cruz, *Universidad Autónoma del Estado de México*, México  
Prof.ª Dr.ª Amanda Ramalho de Freitas Brito, Universidade Federal da Paraíba, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Ana Clara Monteverde, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina  
Prof.ª Dr.ª Ana Júlia Viamonte, Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal  
Prof. Dr. Ángel Mujica Sánchez, *Universidad Nacional del Altiplano*, Peru  
Prof.ª Dr.ª Angela Ester Mallmann Centenaro, Universidade do Estado de Mato Grosso, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Begoña Blandón González, *Universidad de Sevilla*, Espanha  
Prof.ª Dr.ª Carmen Pimentel, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Catarina Castro, Universidade Nova de Lisboa, Portugal  
Prof.ª Dr.ª Círcia Cervera Delgado, *Universidad de Guanajuato*, México  
Prof.ª Dr.ª Cláudia Neves, Universidade Aberta de Portugal  
Prof.ª Dr.ª Cláudia Padovesi Fonseca, Universidade de Brasília-DF, Brasil  
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos, Universidade Federal da Grande Dourados, Brasil  
Dr. Cristo Ernesto Yáñez León – New Jersey Institute of Technology, Newark, NJ, Estados Unidos  
Prof. Dr. David García-Martul, *Universidad Rey Juan Carlos de Madrid*, Espanha  
Prof.ª Dr.ª Deuzimar Costa Serra, Universidade Estadual do Maranhão, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Dina Maria Martins Ferreira, Universidade Estadual do Ceará, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Edith Luévano-Hipólito, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, México  
Prof.ª Dr.ª Eduarda Maria Rocha Teles de Castro Coelho, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal  
Prof. Dr. Eduardo Eugênio Spers, Universidade de São Paulo (USP), Brasil  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhoras, Universidade Federal de Roraima, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Elvira Laura Hernández Carballido, *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*, México

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Emilas Darlene Carmen Lebus, *Universidad Nacional del Nordeste/ Universidad Tecnológica Nacional, Argentina*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Erla Mariela Morales Morgado, *Universidad de Salamanca, Espanha*  
Prof. Dr. Ernesto Cristina, *Universidad de la República, Uruguay*  
Prof. Dr. Ernesto Ramírez-Briones, *Universidad de Guadalajara, México*  
Prof. Dr. Fernando Hitt, *Université du Québec à Montréal, Canadá*  
Prof. Dr. Gabriel Díaz Cobos, *Universitat de Barcelona, Espanha*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Gabriela Gonçalves, Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Galina Gumovskaya – Higher School of Economics, Moscow, Russia  
Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointer Malpass, Universidade Federal do Triângulo Mineiro, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Gladys Esther Leoz, *Universidad Nacional de San Luis, Argentina*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Glória Beatriz Álvarez, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*  
Prof. Dr. Gonçalo Poeta Fernandes, Instituto Politécnico da Guarda, Portugal  
Prof. Dr. Gustavo Adolfo Juarez, *Universidad Nacional de Catamarca, Argentina*  
Prof. Dr. Guillermo Julián González-Pérez, *Universidad de Guadalajara, México*  
Prof. Dr. Håkan Karlsson, *University of Gothenburg, Suécia*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Iara Lúcia Tescarollo Dias, Universidade São Francisco, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Isabel del Rosario Chiyon Carrasco, *Universidad de Piura, Peru*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Isabel Yohena, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*  
Prof. Dr. Ivan Amaro, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil  
Prof. Dr. Iván Ramon Sánchez Soto, *Universidad del Bío-Bío, Chile*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ivânia Maria Carneiro Vieira, Universidade Federal do Amazonas, Brasil  
Prof. Me. Javier Antonio Albornoz, *University of Miami and Miami Dade College, Estados Unidos*  
Prof. Dr. Jesús Montero Martínez, *Universidad de Castilla - La Mancha, Espanha*  
Prof. Dr. João Manuel Pereira Ramalho Serrano, Universidade de Évora, Portugal  
Prof. Dr. Joaquim Júlio Almeida Júnior, UniFIMES - Centro Universitário de Mineiros, Brasil  
Prof. Dr. Jorge Ernesto Bartolucci, *Universidad Nacional Autónoma de México, México*  
Prof. Dr. José Cortez Godinez, Universidad Autónoma de Baja California, México  
Prof. Dr. Juan Carlos Cancino Diaz, Instituto Politécnico Nacional, México  
Prof. Dr. Juan Carlos Mosquera Feijoo, *Universidad Politécnica de Madrid, Espanha*  
Prof. Dr. Juan Diego Parra Valencia, *Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín, Colômbia*  
Prof. Dr. Juan Manuel Sánchez-Yáñez, *Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México*  
Prof. Dr. Juan Porras Pulido, *Universidad Nacional Autónoma de México, México*  
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil  
Prof. Dr. Leinig Antonio Perazolli, Universidade Estadual Paulista (UNESP), Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Livia do Carmo, Universidade Federal de Goiás, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Luciane Spanhol Bordignon, Universidade de Passo Fundo, Brasil  
Prof. Dr. Luis Fernando González Beltrán, *Universidad Nacional Autónoma de México, México*  
Prof. Dr. Luis Vicente Amador Muñoz, *Universidad Pablo de Olavide, Espanha*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Macarena Esteban Ibáñez, *Universidad Pablo de Olavide, Espanha*  
Prof. Dr. Manuel Ramiro Rodriguez, *Universidad Santiago de Compostela, Espanha*  
Prof. Dr. Manuel Simões, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, Portugal  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Márcia de Souza Luz Freitas, Universidade Federal de Itajubá, Brasil  
Prof. Dr. Marcos Augusto de Lima Nobre, Universidade Estadual Paulista (UNESP), Brasil  
Prof. Dr. Marcos Vinicius Meiado, Universidade Federal de Sergipe, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Mar Garrido Román, *Universidad de Granada, Espanha*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Margarida Márcia Fernandes Lima, Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> María Alejandra Arecco, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Aparecida José de Oliveira, Universidade Federal da Bahia, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Carmen Pastor, *Universitat Jaume I, Espanha*

Prof.ª Dr.ª Maria da Luz Vale Dias – Universidade de Coimbra, Portugal  
Prof.ª Dr.ª Maria do Céu Caetano, Universidade Nova de Lisboa, Portugal  
Prof.ª Dr.ª Maria do Socorro Saraiva Pinheiro, Universidade Federal do Maranhão, Brasil  
Prof.ª Dr.ª MªGraça Pereira, Universidade do Minho, Portugal  
Prof.ª Dr.ª Maria Gracinda Carvalho Teixeira, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil  
Prof.ª Dr.ª María Guadalupe Vega-López, *Universidad de Guadalajara, México*  
Prof.ª Dr.ª Maria Lúcia Pato, Instituto Politécnico de Viseu, Portugal  
Prof.ª Dr.ª Maritza González Moreno, *Universidad Tecnológica de La Habana, Cuba*  
Prof.ª Dr.ª Mauriceia Silva de Paula Vieira, Universidade Federal de Lavras, Brasil  
Prof. Dr. Melchor Gómez Pérez, Universidad del País Vasco, Espanha  
Prof.ª Dr.ª Ninfa María Rosas-García, Centro de Biotecnología Genómica-Instituto Politécnico Nacional, México  
Prof.ª Dr.ª Odara Horta Boscolo, Universidade Federal Fluminense, Brasil  
Prof. Dr. Osbaldo Turpo-Gebera, *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Peru*  
Prof.ª Dr.ª Patrícia Vasconcelos Almeida, Universidade Federal de Lavras, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Paula Arcoverde Cavalcanti, Universidade do Estado da Bahia, Brasil  
Prof. Dr. Rodrigo Marques de Almeida Guerra, Universidade Federal do Pará, Brasil  
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares, Universidade Federal do Piauí, Brasil  
Prof. Dr. Sérgio Bitencourt Araújo Barros, Universidade Federal do Piauí, Brasil  
Prof. Dr. Sérgio Luiz do Amaral Moretti, Universidade Federal de Uberlândia, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Silvia Inés del Valle Navarro, *Universidad Nacional de Catamarca, Argentina*  
Prof.ª Dr.ª Solange Kazumi Sakata, Instituto de Pesquisas Energéticas e Nucleares (IPEN)- USP, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Stanislava Kashtanova, *Saint Petersburg State University, Russia*  
Prof.ª Dr.ª Susana Álvarez Otero – Universidad de Oviedo, Espanha  
Prof.ª Dr.ª Teresa Cardoso, Universidade Aberta de Portugal  
Prof.ª Dr.ª Teresa Monteiro Seixas, Universidade do Porto, Portugal  
Prof. Dr. Valter Machado da Fonseca, Universidade Federal de Viçosa, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Vanessa Bordin Viera, Universidade Federal de Campina Grande, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Vera Lúcia Vasilévski dos Santos Araújo, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil  
Prof. Dr. Wilson Noé Garcés Aguilar, *Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, Colômbia*  
Prof. Dr. Xosé Somoza Medina, *Universidad de León, Espanha*

### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

L864c Caracterización del Usuario Financiero [livro eletrônico] :  
Motivaciones y Conducta Revelada / Organizador Juan  
Gabriel López Vera. – Curitiba, PR: Artemis, 2025.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-81701-57-4

DOI 10.37572/EdArt\_160725574

1. Microfinanças. 2. Crescimento econômico. 3. Inclusão  
financeira. I. López Vera, Juan Gabriel.

CDD 336.76

**Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422**



## INTRODUCCIÓN

Este libro se desarrolló dentro del proyecto de investigación “Microfinanzas y Crecimiento Económico en la Provincia de El Oro: Un análisis desde la visión del sector de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del segmento 1 y 2” y del proyecto de vinculación “Economía Familiar: El reto de la asignación eficiente de recursos”; ambos adscritos a la carrera de Economía de la Universidad Metropolitana del Ecuador (UMET), sede Machala.

¿Por qué escribir un libro sobre motivaciones y conducta revelada para caracterizar la conducta de usuarios del sistema financiero?. Pues bien, el enfoque tradicional de la economía supone un comportamiento racionalizador que actúa en todo momento frente a las disyuntivas que se enfrenta el ser humano, nada más alejado de la realidad. Las corrientes actuales que profundizan el campo de la elección en la economía, utilizando bases psicológicas, muestran que el ser humano es más racionalizador que racionalista; lo que implica que para cada acción hay una justificación (o una excusa, depende de cómo se la formule) antes que un proceso de discriminación consciente entre todas las fuentes de información que deben llevar a la acción. Esa conducta racionalizadora es mucho más fuerte en entornos donde la precariedad laboral, la informalidad, la exclusión y la reexclusión del sistema financiero imponen mayor presión sobre la capacidad de generación de recursos para el sostenimiento de los hogares. Junto a ello también coexisten estrategias de conducta que provienen de heurísticas, sesgos y comportamientos de rebaño, que llevan a un mal uso de productos financieros; con las correspondientes cargas emocionales y económicas que se derivan del uso, elusión o resignificación de los instrumentos financieros. De ahí la importancia de desarrollar una obra de este tipo, la cual procedo a presentar a continuación en cuanto a contenidos y aprendizajes que debería dejar para el lector.

El primer capítulo realiza una revisión de literatura sobre los determinantes del uso de servicios financieros, abordando desde perspectivas clásicas hasta enfoques contemporáneos que incorporan variables culturales, sociales y de género. El lector encuentra aquí una síntesis crítica de estudios que explican por qué ciertas poblaciones permanecen al margen del sistema formal o lo utilizan de formas fragmentadas. Uno de los principales aprendizajes es la necesidad de abandonar enfoques unidimensionales que asumen racionalidad plena, dando paso a marcos que reconozcan la diversidad de trayectorias y lógicas de uso financiero. Este capítulo también revela la importancia de factores no económicos – como la confianza, la experiencia previa o las redes sociales – como condicionantes claves del comportamiento financiero.

El segundo capítulo propone una aproximación metodológica mixta para caracterizar a los usuarios financieros, integrando análisis cuantitativos y cualitativos. Se fundamenta en técnicas de minería de datos aplicadas a encuestas, así como entrevistas semiestructuradas que recogen la voz de los propios usuarios. El principal aporte de este capítulo es mostrar cómo una estrategia metodológica robusta permite capturar matices que las estadísticas agregadas suelen ocultar. Además, se destaca el valor de la codificación inductiva de testimonios como herramienta para detectar patrones emergentes de motivación, desconfianza o resignificación de productos financieros. Este capítulo demuestra que la investigación en economía puede enriquecerse al incorporar marcos interpretativos propios de las ciencias sociales.

El capítulo tres presenta una caracterización sociodemográfica y económica de los usuarios financieros en una localidad específica. A través del análisis estadístico de encuestas aplicadas, se identifican perfiles diferenciados según edad, género, ingreso y ocupación, estableciendo correlaciones entre estas variables y el uso de productos financieros. Los hallazgos permiten identificar segmentos vulnerables –como mujeres jefas de hogar o trabajadores informales– que muestran patrones de uso financiero más limitados o de mayor exposición al sobreendeudamiento. Este capítulo resalta la importancia de contextualizar el análisis financiero, evitando generalizaciones que invisibilicen desigualdades estructurales.

En el cuarto capítulo se examina la conducta revelada de los usuarios mediante análisis de patrones de uso financiero concretos: ahorro, endeudamiento, uso de tarjetas, transferencias, entre otros. Este enfoque permite comparar la conducta declarada con la efectivamente observada, revelando incongruencias significativas que ponen en entredicho la validez de ciertos discursos institucionales sobre educación financiera. Uno de los aportes centrales es la evidencia de prácticas de “adaptación creativa”, donde los usuarios reinterpretan el uso de productos formales según sus propios objetivos y restricciones. Este capítulo refuerza la tesis de que el comportamiento financiero es situacional y responde a una racionalidad contextual, no necesariamente alineada con los supuestos normativos del sistema.

El capítulo cinco se adentra en las motivaciones que subyacen a las decisiones financieras, indagando en narrativas personales sobre ahorro, crédito y riesgo. A través del análisis cualitativo de entrevistas, se identifican motivaciones como la búsqueda de estabilidad, el temor al fracaso, el deseo de proteger a la familia o la presión social. Estas motivaciones no siempre se traducen en acciones consistentes con los modelos tradicionales de comportamiento racional. El aprendizaje clave aquí es que la inclusión

financiera no puede limitarse a garantizar acceso, sino que debe considerar los imaginarios, miedos y aspiraciones de los usuarios. Este capítulo enriquece la visión del usuario como sujeto activo, complejo y en permanente negociación con su entorno económico.

En el sexto capítulo se realiza una tipología de usuarios financieros a partir del cruce entre datos sociodemográficos, conducta revelada y motivaciones. Esta segmentación permite identificar perfiles como el usuario resiliente, el usuario desconfiado, el usuario aspiracional o el usuario instrumental. Cada perfil responde a trayectorias de vida, experiencias con el sistema y estrategias adaptativas distintas. Este ejercicio resulta útil no solo para la investigación, sino también para el diseño de políticas públicas y productos financieros más sensibles a las necesidades reales. El capítulo demuestra que la segmentación desde la lógica del marketing es insuficiente, y que es necesario incorporar criterios conductuales y contextuales para una caracterización más precisa y significativa.

El capítulo final articula los hallazgos de los capítulos previos y propone lineamientos para políticas públicas orientadas a la inclusión financiera con enfoque territorial y de derechos. Se argumenta que la verdadera inclusión no se logra solo con cobertura, sino con pertinencia, acompañamiento y corresponsabilidad institucional. Entre las recomendaciones destacan el diseño participativo de productos financieros, la educación financiera situada y la regulación de prácticas abusivas. El aprendizaje global del libro es que caracterizar al usuario financiero desde sus motivaciones y su conducta revelada permite repensar las estrategias de inclusión, reconociendo al usuario como actor reflexivo y no como simple receptor de servicios.

Finalmente, no quiero dejar pasar la oportunidad para dejar constancia de agradecimiento a todos los autores de los diferentes capítulos del libro, quienes hoy son estudiantes graduados de la carrera de Economía de la Universidad Metropolitana sede Machala:

- Ec. Gabriela Ruiz-Rivas
- Ec. Cristina Jaramillo-Aguilar
- Ec. Emily Espinoza-Scaldeferri
- Ec. Katia Saldaña-Hurtado
- Ec. Adrián Curillo-Aguilar
- Ec. Jerónimo Lozano-Espinoza
- Ec. Camila Luna-Bustamante
- Ec. Andy Rogel-Gallardo

También para los docentes que participaron como asesores metodológicos y de contenidos para elevar el rigor de los contenidos:

Dra. Odalys Burgo-Bencomo

Mgs. Germán Morán-Molina

Y para los docentes externos que han participado como revisores externos de la obra, cuyas sugerencias valiosas mejoran el resultado de este texto:

Mgs. Glen Robayo Cabrera

Mgs. Geovanna García Roldán

Esperamos disfruten de este producto académico, con afecto

Juan Gabriel López-Vera, Mgs.

Organizador

## SUMÁRIO

### **CAPÍTULO 1..... 1**

RASGOS FAMILIARES Y BIENESTAR FINANCIERO EN LOS HOGARES DE MACHALA

Juan López-Vera

Gabriela Ruiz-Rivas

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_1607255741](https://doi.org/10.37572/EdArt_1607255741)

### **CAPÍTULO 2.....32**

DINÁMICAS DE LAS REMUNERACIONES, EL AHORRO Y EL CRÉDITO EN EL GASTO DE CONSUMO EN ECUADOR

Cristina Jaramillo Aguilar

Juan López-Vera

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_1607255742](https://doi.org/10.37572/EdArt_1607255742)

### **CAPÍTULO 3.....76**

EVOLUCIÓN DEL USO DE LAS TARJETAS DE CRÉDITO EN LA ECONOMÍA DEL HOGAR

Emily Espinoza-Scaldeferri

Juan López-Vera

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_1607255743](https://doi.org/10.37572/EdArt_1607255743)

### **CAPÍTULO 4.....107**

CARACTERIZACIÓN DE LA CULTURA DE PLANIFICACIÓN FINANCIERA EN UNA COMUNIDAD RURAL DE LA PROVINCIA DE EL ORO

Katia Saldaña-Hurtado

Odalys Burgo-Bencomo

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_1607255744](https://doi.org/10.37572/EdArt_1607255744)

### **CAPÍTULO 5..... 140**

PROCRASTINACIÓN Y ECONOMÍA DEL HOGAR EN UNA PARROQUIA RURAL DE LA PROVINCIA DE EL ORO

Germán Morán-Molina

Adrián Curillo-Aguilar

Jerónimo Lozano-Espinoza

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_1607255745](https://doi.org/10.37572/EdArt_1607255745)

**CAPÍTULO 6..... 169**

SATISFACCIÓN CON LA VIDA MEDIANTE EL BIENESTAR FINANCIERO SUBJETIVO, IDENTIDAD FINANCIERA Y VARIABLES DEMOGRÁFICAS EN LA CIUDAD DE MACHALA

Germán Morán-Molina

Juan López-Vera

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_1607255746](https://doi.org/10.37572/EdArt_1607255746)

**CAPÍTULO 7.....195**

EXPERIENCIAS DE EDUCACIÓN FINANCIERA EN EL PROYECTO DE VINCULACIÓN DE LA CARRERA DE ECONOMÍA UMET: CASO DE ESTUDIO

Camila Luna-Bustamante

Andy Rogel-Gallardo

Odalys Burgo-Bencomo

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_1607255747](https://doi.org/10.37572/EdArt_1607255747)

**SOBRE OS AUTORES ..... 211**

**ÍNDICE REMISSIVO .....215**

## CAPÍTULO 3

### EVOLUCIÓN DEL USO DE LAS TARJETAS DE CRÉDITO EN LA ECONOMÍA DEL HOGAR

Data de submissão: 16/06/2025

Data de aceite: 04/07/2025

**Emily Espinoza-Scaldeferri**

Universidad Metropolitana del Ecuador  
<https://orcid.org/0000-0001-6625-2997>

**Juan López-Vera**

Universidad Metropolitana del Ecuador  
<https://orcid.org/0000-0002-8720-0499>

**RESUMEN:** Este capítulo analiza la evolución del uso de las tarjetas de crédito en la economía del hogar ecuatoriano, destacando su transformación de instrumento ocasional a mecanismo recurrente de consumo y liquidez. Basado en un enfoque de economía conductual, se revisan aportes teóricos sobre gratificación instantánea, autorregulación, alfabetización financiera y comportamiento del consumidor. La metodología incluye análisis bibliométrico (mapas de coocurrencia y densidad semántica), y tratamiento estadístico de datos oficiales de la Superintendencia de Bancos, aplicando correlaciones, logaritmos y pruebas de hipótesis para evaluar la relación entre morosidad, avances en efectivo y PIB. Se aporta evidencia de que el crecimiento del crédito ha venido acompañado de mayor morosidad, especialmente tras la pandemia,

sin que exista una correlación significativa con la evolución del PIB, lo cual sugiere vulnerabilidades estructurales más allá de las coyunturas macroeconómicas. Se concluye que el uso inadecuado del crédito responde a factores formativos, psicológicos y culturales. Las recomendaciones se orientan a fortalecer la educación financiera, regular avances en efectivo y rediseñar incentivos al consumo, con el objetivo de promover un uso más consciente y sostenible del crédito en los hogares ecuatorianos.

**PALABRAS CLAVES:** tarjeta de crédito; morosidad; economía del hogar.

#### EVOLUTION OF CREDIT CARD USE IN HOUSEHOLD ECONOMICS

**ABSTRACT:** This chapter examines the evolution of credit card usage within Ecuadorian household economies, highlighting its transformation from an occasional payment tool to a recurring mechanism for consumption and liquidity access. Drawing from behavioral economics, the study reviews key theoretical contributions related to instant gratification, self-regulation, financial literacy, and consumer behavior. The methodological approach includes bibliometric analysis (semantic density and co-occurrence mapping), as well as statistical treatment of official data from the Superintendency of Banks, employing correlation analysis, logarithmic transformations, and hypothesis testing to

assess the relationships among delinquency rates, cash advances, and quarterly GDP. It provides evidence that the expansion of credit usage has been accompanied by rising delinquency – especially in the aftermath of the COVID-19 pandemic – without a statistically significant correlation to GDP growth. This suggests that structural vulnerabilities, rather than macroeconomic fluctuations, are the main drivers of household indebtedness. The findings emphasize that inappropriate credit card use is primarily influenced by educational, psychological, and cultural factors. Consequently, the chapter recommends strengthening financial education, regulating cash advances, and redesigning consumer incentive programs to foster more responsible and sustainable credit practices in Ecuadorian households.

**KEYWORDS:** credit card; rising; household economy.

## EVOLUÇÃO DO USO DOS CARTÕES DE CRÉDITO NA ECONOMIA DOMÉSTICA

**RESUMO:** Este capítulo analisa a evolução do uso dos cartões de crédito na economia doméstica equatoriana, destacando sua transformação de instrumento ocasional para mecanismo recorrente de consumo e liquidez. Com base em uma abordagem da economia comportamental, são revisadas contribuições teóricas sobre gratificação instantânea, autorregulação, alfabetização financeira e comportamento do consumidor. A metodologia inclui análise bibliométrica (mapas de coocorrência e densidade semântica) e tratamento estatístico de dados oficiais da Superintendência de Bancos, aplicando correlações, logaritmos e testes de hipótese para avaliar a relação entre inadimplência, adiantamentos em dinheiro e PIB. Evidencia-se que o crescimento do crédito tem sido acompanhado por um aumento da inadimplência, especialmente após a pandemia, sem que haja uma correlação significativa com a evolução do PIB, o que sugere vulnerabilidades estruturais para além das conjunturas macroeconômicas. Conclui-se que o uso inadequado do crédito está relacionado a fatores formativos, psicológicos e culturais. As recomendações visam fortalecer a educação financeira, regulamentar os adiantamentos em dinheiro e redesenhar os incentivos ao consumo, com o objetivo de promover um uso mais consciente e sustentável do crédito nas famílias equatorianas.

**PALAVRAS-CHAVE:** cartão de crédito; inadimplência; economia doméstica.

### 1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL TEMA

Los últimos datos disponibles de la Superintendencia de Bancos (2024) y la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria revelan que, a junio de 2024, existen en Ecuador 4'998,752 tarjetas de crédito emitidas entre bancos y cooperativas, con las cuales se han hecho pagos por el monto de \$ 1,064 miles de millones de dólares, lo cual implica un consumo de \$ 212.92 mensual. Si se compara ese gasto de consumo con la canasta básica familiar del mes de junio según el INEC (2024): \$ 795.75, se puede apreciar que el 27% del costo de la canasta es cubierto con pagos con tarjeta de crédito.

Con respecto al grupo etario, las personas que más utilizan la tarjeta de crédito como medio de pago son las que se encuentran en tres rangos de edades: 26 a 35, 36 a 45, y 46 a 55. Los dos primeros rangos corresponden al grupo *millennial* y el tercero corresponde al grupo *generación X*. Estos grupos de edades son quienes concentran la mayor parte de la población económicamente activa con alguna forma de ocupación, por tanto, su capacidad de generación de ingresos es la que le permite el acceso a una tarjeta de crédito. En la tabla se muestra la utilización de tarjetas de crédito para los restantes grupos etarios en Ecuador.

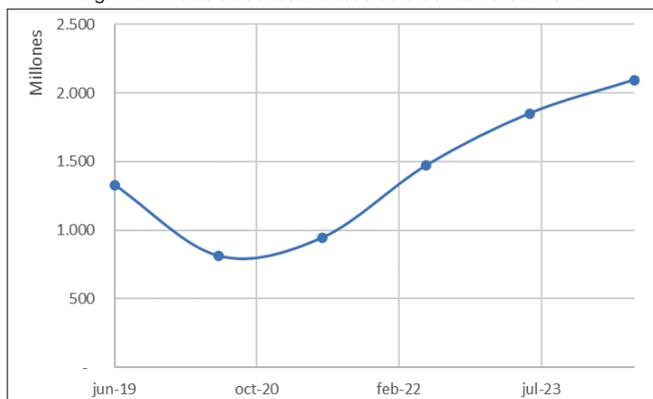
Tabla 22. Uso de tarjeta de crédito por rango de edades.

| <b>RANGO DE EDAD</b>     | <b>USO DE TARJETA DE CRÉDITO</b> |
|--------------------------|----------------------------------|
| <b>Menores a 21 años</b> | 1.0%                             |
| <b>De 21 a 25</b>        | 7.4%                             |
| <b>De 26 a 35</b>        | 28.9%                            |
| <b>De 36 a 45</b>        | 26.8%                            |
| <b>De 46 a 55</b>        | 17.8%                            |
| <b>De 56 a 65</b>        | 11.6%                            |
| <b>Más de 66 años</b>    | 6.4%                             |

Fuente: Superintendencia de Bancos (2024) y Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2024).

Sin embargo, el uso de tarjetas de crédito como medio de pago también ha implicado su uso como una forma de obtención de liquidez adicional en los tarjetahabientes. Los avances de efectivo son un mecanismo mediante el cual el titular o beneficiario de adicional de tarjeta retira una suma de dinero con cargo a su cupo, de esta manera consigue un crédito, que puede pagarlo en su totalidad al siguiente período de facturación o lo cancela a plazos. Sin embargo, de acuerdo a Farías (2017), la facilidad de hacer esos retiros sea por cajeros automáticos o requerimientos en una agencia bancaria, así como el desconocimiento de los costos asociados a la transacción hace que el producto financiero se use de forma descontrolada, afectando la calidad de endeudamiento de las personas. En la figura 7 se muestra la evolución de los montos solicitados en avances de efectivo entre junio de 2019 y junio de 2024. Como se puede apreciar, desde 2021 se mantiene una tendencia al alza, superando incluso los niveles previos a la crisis sanitaria de la COVID19.

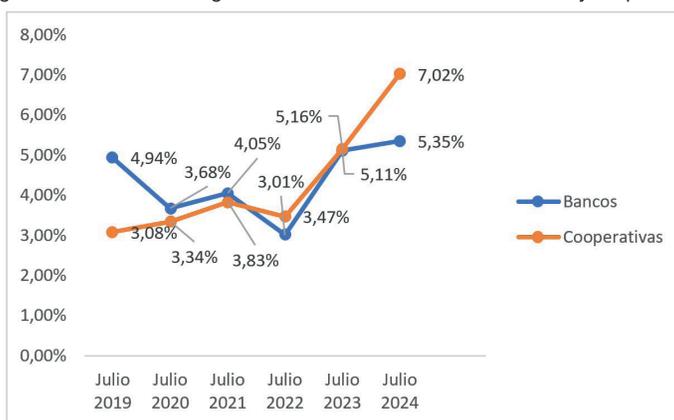
Figura 7. Evolución de los avances de efectivo 2019 a 2024.



Fuente: Superintendencia de Bancos (2024).

Sin embargo, junto al uso diario de la tarjeta de crédito y el aumento de requerimientos en avances de efectivo, también se ha elevado la morosidad. El sistema financiero evalúa los créditos vencidos de las tarjetas de crédito dentro del segmento de consumo, donde el porcentaje de créditos en situación impaga ha aumentado de considerablemente desde julio de 2022 a julio de 2024 desde 3.01% hasta 7.02% en las cooperativas y desde 3.47% hacia 5.35% en los bancos, respectivamente. En la figura 8 se muestra la evolución de la morosidad de créditos de consumo en bancos y cooperativas.

Figura 8. Morosidad del segmento de crédito de consumo en bancos y cooperativas.



Fuente: ASOBANCA (2024).

En este contexto, se desprende la necesidad de analizar con mayor profundidad los usos del producto tarjeta de crédito en Ecuador y relacionando el cambio de la morosidad con la evolución de otros indicadores económicos como los niveles de ocupación y el

nivel de ingresos de un hogar típico. El desarrollo de esta investigación es pertinente para la creación de un perfil del tarjetahabiente en Ecuador, que permita comprender sus actitudes en el uso de una tarjeta de crédito para sus transacciones diarias.

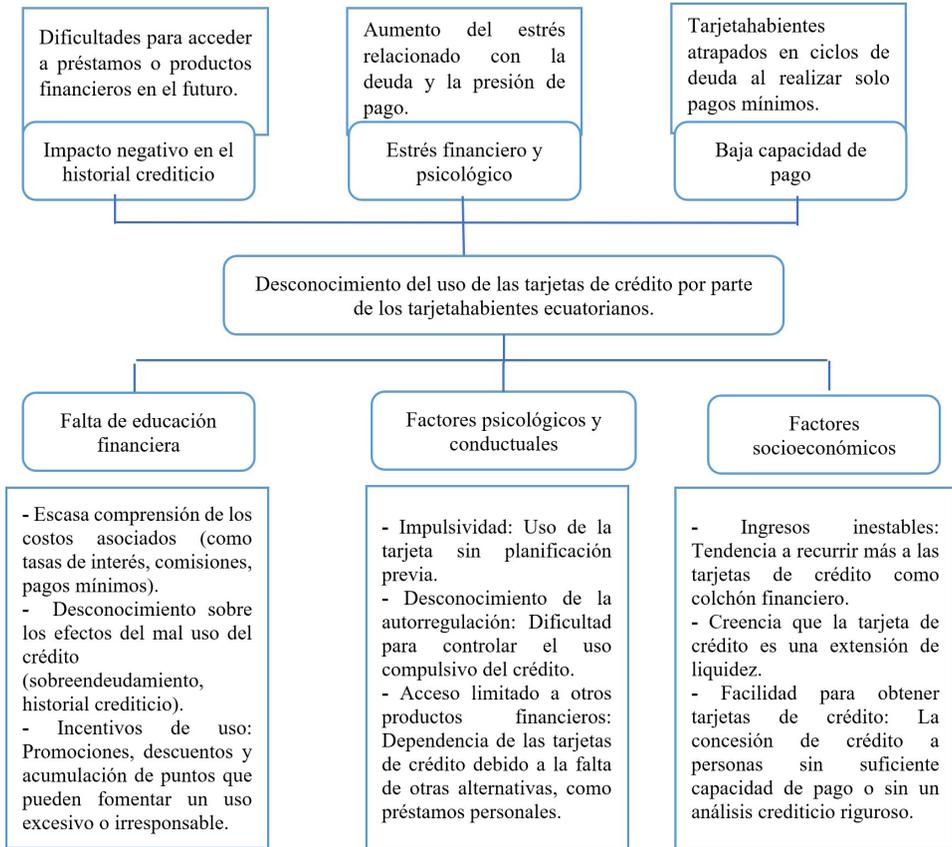
El Banco Central del Ecuador (BCE, 2023) indica que, en los últimos cinco años, el uso de la tarjeta de crédito en Ecuador ha crecido tanto entre empresas como entre la ciudadanía, evidenciando una mayor confianza en esta forma de pago. Este método ofrece beneficios como mayor seguridad y eficiencia frente a los pagos tradicionales, como el efectivo y los cheques. El uso de una tarjeta de crédito no significa incurrir en deudas innecesarias. Si se gestiona adecuadamente, puede contribuir a mejorar la calidad de vida (López, 2024).

A menudo, las deudas son necesarias y representan la única opción para afrontar imprevistos, emergencias o adquirir un bien necesario sin disponer de la totalidad del dinero de inmediato. Las tarjetas de crédito fueron creadas precisamente para esto: ofrecer una manera sencilla de acceder a un préstamo a través de un banco, permitiendo adquirir lo que se necesita y pagarlo posteriormente en cuotas más manejables. Sin embargo, un mal uso de esta herramienta financiera puede resultar perjudicial (López, 2024).

La Red de Instituciones Financieras del Ecuador (RFD, 2024) publicó que “No está bien pagar la comida del supermercado con tarjeta de crédito y a 6 o 12 meses, porque es algo que consumimos enseguida y todos los días”, en Ecuador, de acuerdo a un análisis de la RFD a inicios de este año, reveló que los ecuatorianos cada vez pagan la comida del supermercado con tarjeta de crédito y a plazos cada vez más largos.

El uso desmedido de las tarjetas de crédito, junto con la falta de conocimiento sobre su manejo, puede perjudicar el historial crediticio de una persona y su capacidad de cumplir con pagos, lo que restringe el acceso a otros beneficios financieros, como la obtención de créditos en instituciones bancarias y el progreso económico. Con un perfil de este tipo, resulta complicado acceder a financiamiento para proyectos empresariales o emprendimientos (Correa, 2024). Con estos antecedentes, se presenta la figura 9 el árbol del problema del presente caso de estudio.

Figura 9. Caracterización de la influencia de la alfabetización financiera en el uso de tarjetas de crédito en la economía del hogar.



Elaborado por: La autora.

## 2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

En 1920, Estados Unidos presentó la idea del “dinero de plástico”, conocido hoy como tarjetas de crédito. La iniciativa de estas tarjetas surgió entre compañías petroleras y cadenas hoteleras que las emitían a sus clientes favoritos. Con el paso del tiempo y la aparición de la producción en masa, la idea de las tarjetas de crédito fue bien recibida y alcanzó su auge en 1950, cuando el *Bank of America* se dio cuenta de que la emisión y el uso de tarjetas de crédito podía considerarse como un tipo de negocio de mercado masivo (AlShishanya y AlBashraha, 2020). De ahí en adelante se han transformado en un recurso financiero indispensable para muchas personas y hogares, su uso se ha extendido tanto como un reemplazo del dinero en efectivo como una herramienta para gestionar mejor los gastos. Esto se debe, a que a veces, el sistema genera incentivos para que las personas utilicen sus tarjetas de crédito aprovechando todas las comodidades

que se les ofrecen, como permitir que los consumidores compren productos y servicios a crédito, con la posibilidad de pagar en un futuro.

Al involucrar al emisor y al titular, se facilita el acceso a bienes y servicios sin la necesidad de tener el dinero disponible en ese momento, posteriormente, los consumidores se encuentran con decisiones sobre cómo optimizar el uso de sus tarjetas, como la elección de cuánto pagar el saldo pendiente y cuándo utilizar funciones potencialmente costosas como los adelantos en efectivo, estas decisiones conllevan compromisos entre la disponibilidad de fondos para compras inmediatas y la deuda a largo plazo, así como la calificación crediticia y la satisfacción financiera (Atlas, et al., 2019, p.175). Con el auge de las tecnologías digitales y el crecimiento del comercio electrónico, el uso de las tarjetas de crédito ha experimentado una transformación significativa en la última década. La digitalización de los servicios financieros ha facilitado el acceso al crédito de una manera sin precedentes, hoy en día, es posible solicitar y obtener una tarjeta de crédito en línea en cuestión de minutos, y cada vez más personas prefieren realizar sus compras a través de plataformas digitales que aceptan pagos con tarjeta (Awanis y Cui, 2014).

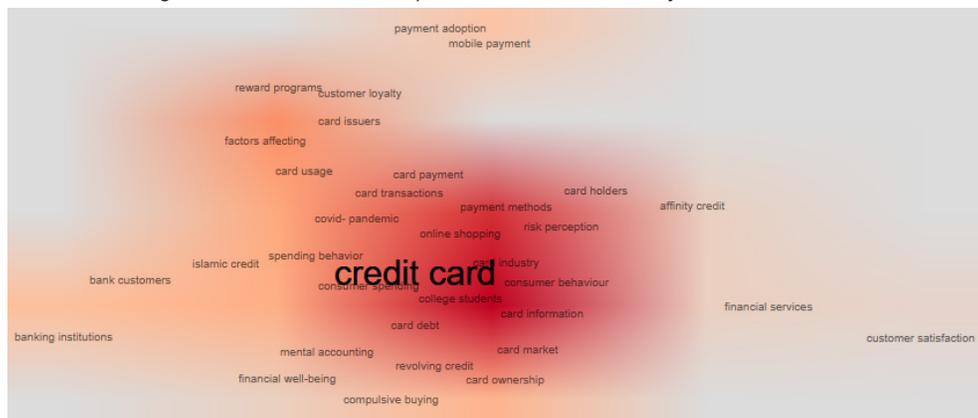
La facilidad de uso y la conveniencia de las tarjetas de crédito en el mundo digital ha llevado a que las familias las utilicen no solo para compras ocasionales, sino también para transacciones cotidianas, como la compra de alimentos, el pago de servicios públicos y otros gastos regulares, esta dependencia creciente de las tarjetas de crédito ha transformado las economías domésticas, haciendo que el crédito sea una parte esencial de la planificación financiera diaria. La teoría del costo de las transacciones respalda el atractivo de las tarjetas de crédito al señalar que simplifican el proceso de compra, reduciendo el esfuerzo y tiempo necesarios, además de esta ventaja operativa, ofrecen una capa de seguridad al consumidor, ya que les permite reconsiderar su compra o incluso solicitar un reembolso si es necesario (AISHishanya y AlBashraha, 2020, p. 409). Por tanto, las tarjetas de crédito se han convertido en una opción preferida no solo por su conveniencia, sino también por las protecciones que ofrecen, lo que hace que llamen la atención tanto desde el punto de vista económico como psicológico (Banthia y Dey, 2022).

Como parte del ejercicio exploratorio para contextualizar las dinámicas asociadas al uso de tarjetas de crédito desde una perspectiva de economía conductual, se realizó un análisis de coocurrencia de bigrams (pares de palabras consecutivas) extraídos de resúmenes de artículos científicos indexados en la base de datos Scopus. La visualización obtenida – bajo la forma de un mapa de densidad semántica – permite identificar los principales conceptos articulados en torno al término central *credit card*, así como los patrones de relación temática con variables conductuales, tecnológicas

y de inclusión financiera. Esta herramienta bibliométrica ofrece una visión estructural del campo, permitiendo ubicar no solo los ejes conceptuales dominantes, sino también los focos emergentes y las zonas temáticas periféricas que pueden representar oportunidades de investigación.

Desde el punto de vista metodológico, la red se generó a partir de una búsqueda avanzada con los términos “credit card” AND “consumer behavior”, filtrando artículos de los últimos 15 años, en áreas de economía, finanzas, psicología del consumidor y ciencias sociales. Se procesaron 194 registros con resúmenes disponibles, utilizando el paquete Bibliometrix sobre RStudio, que permite calcular la frecuencia y fuerza de aparición conjunta de términos. La figura generada muestra en rojo las zonas de mayor densidad semántica – esto es, donde las combinaciones de palabras clave aparecen con mayor frecuencia y conectividad –, mientras que los tonos grises representan menor intensidad temática. En la figura 10 se muestra la red de coocurrencia resultante.

Figura 10. Red de coocurrencia para los términos credit card y consumer behavior.



Elaborado: A partir de búsqueda de literatura con Bibliometrix (Aria y Cuccurullo, 2017).

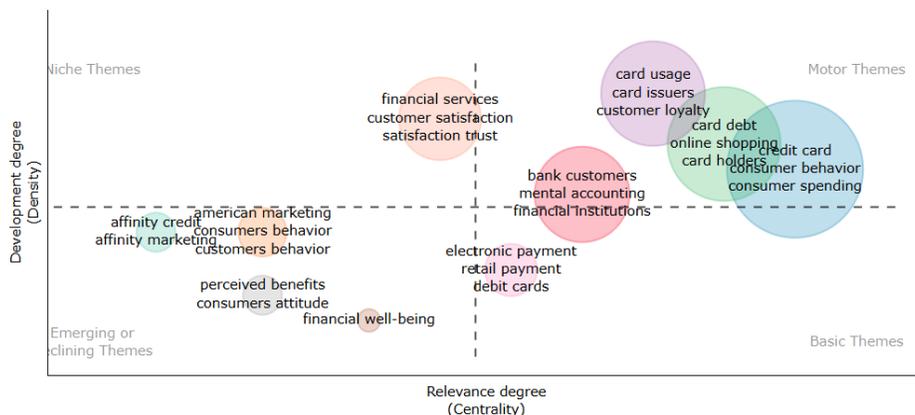
El análisis revela que el término *credit card* ocupa el nodo central del mapa, con fuerte coocurrencia con bigrams como *consumer behavior*, *online shopping*, *card usage*, *card debt*, y *payment methods*, lo cual confirma que el campo académico ha centrado su atención en el análisis del gasto, las decisiones de pago y el uso digital de las tarjetas en contextos de consumo. La presencia destacada de términos como *self-control*, *consumer spending*, *college students* y *mobile payment* sugiere un enfoque cada vez más orientado al estudio de los factores psicológicos y generacionales que influyen en el comportamiento financiero, especialmente en entornos de creciente digitalización.

En los bordes del mapa se visualizan temáticas menos frecuentes, pero conceptualmente significativas, como *islamic credit*, *bank customers*, *financial services*, y

*customer satisfaction*, lo cual indica una expansión temática que incorpora preocupaciones por la inclusión financiera, la diversidad cultural y la calidad de los servicios financieros. Asimismo, la aparición de bigrams como COVID 19 y *mobile phone* refleja el interés reciente por estudiar cómo los shocks externos y los cambios tecnológicos acelerados inciden sobre el comportamiento crediticio. En conjunto, el mapa de densidad permite observar que el campo se estructura alrededor de tres ejes temáticos principales: (i) las decisiones individuales de uso y gasto con tarjetas de crédito, (ii) la incorporación de nuevas tecnologías y canales digitales de pago, y (iii) los factores de bienestar financiero, inclusión y regulación que modulan estas prácticas. Esta caracterización es clave para entender la evolución del crédito al consumo y su vínculo con la transformación de los hábitos financieros de los hogares.

A modo de complementar el análisis de densidad semántica presentado anteriormente y profundizar en la comprensión estructural del campo, se recurrió a la construcción de un mapa temático cuadripolar que clasifica los principales conceptos en función de su centralidad (relevancia dentro de la red general) y su densidad (grado de desarrollo interno). Esta herramienta, basada en el modelo de Callon et al. (1991) y procesada mediante el paquete Bibliometrix en R, permite visualizar la posición estratégica de cada subtema dentro del corpus de literatura. A diferencia del mapa de densidad que representa la frecuencia y concentración de coocurrencias, el mapa temático aporta una visión más relacional y dinámica del campo, al situar cada clúster en uno de los cuatro cuadrantes analíticos. Esta clasificación ofrece una lectura más estratégica de la evolución y madurez de los temas, permitiendo identificar no solo qué áreas dominan la literatura, sino también cuáles presentan oportunidades para futuras investigaciones o requieren consolidación conceptual.

Figura 11. Mapa temático para los términos credit card y consumer behavior.



Elaborado: A partir de búsqueda de literatura con Bibliometrix (Aria y Cuccurullo, 2017).

El análisis del mapa temático revela una estructura compuesta por cuatro cuadrantes diferenciados. En el cuadrante superior derecho, correspondiente a los temas motores, se ubican clústeres como *card usage*, *card issuers* y *customer loyalty*, que combinan alta centralidad con una densidad temática desarrollada. Estos temas no solo son fundamentales dentro del campo, sino que muestran una evolución conceptual sostenida, lo que los convierte en pilares teóricos y empíricos consolidados. En contraste, el cuadrante inferior derecho agrupa los temas básicos, donde se encuentran nociones clave como *credit card*, *consumer behavior*, *card debt*, *online shopping* y *consumer spending*. Estos conceptos son altamente relevantes, pero aún presentan márgenes para un mayor desarrollo teórico, lo que los convierte en fundamentos esenciales del campo, susceptibles de ser enriquecidos mediante nuevas perspectivas interdisciplinarias. Por otro lado, el cuadrante superior izquierdo alberga los temas especializados o nicho, como *customer satisfaction* y *financial services*, que, si bien han alcanzado una madurez conceptual, mantienen una baja conexión con el resto de la red. Finalmente, el cuadrante inferior izquierdo presenta los temas emergentes o declinantes, entre los que destacan *financial well-being*, *perceived benefits* y *consumers attitude*. Aunque actualmente marginales, estos tópicos podrían representar oportunidades para investigaciones futuras, particularmente desde enfoques conductuales o de bienestar financiero que aún no han sido plenamente integrados al núcleo temático del campo.

La literatura internacional ha profundizado en la comprensión del comportamiento individual relacionado con el uso y gasto a través de tarjetas de crédito, revelando una complejidad creciente en los factores que motivan estas decisiones. Estudios recientes han resaltado la influencia de variables psicológicas como la conciencia de imagen, el materialismo y el locus de control en la propensión al uso del crédito, particularmente entre jóvenes consumidores (Nga et al., 2011). Asimismo, la literatura ha abordado las diferencias entre el impulso de compra y el comportamiento impulsivo propiamente dicho, destacando que aunque relacionados, ambos constructos operan con mecanismos distintos y tienen implicaciones diferenciadas en el uso del crédito (Badgaiyan y Verma, 2015). Por otro lado, investigaciones como la de Ali et al. (2025) sugieren que incluso en contextos aparentemente ajenos al crédito, como el comportamiento en propinas, los patrones de gasto pueden estar mediados por factores temporales, lo que invita a explorar la dimensión situacional del endeudamiento. En conjunto, estos estudios permiten concluir que el uso de tarjetas de crédito está estrechamente ligado a patrones de consumo influenciados tanto por rasgos personales como por estímulos contextuales, lo que refuerza la necesidad de integrar modelos de economía conductual y psicología del consumidor en el análisis del crédito al consumo.

La digitalización ha transformado radicalmente las formas de interacción financiera, y la literatura académica ha comenzado a capturar esta transición en el ámbito del crédito. Por ejemplo, Alaeddin et al. (2018) exploran el paso de medios físicos a digitales en el consumo y evidencian cómo esta transición no solo modifica el canal de pago, sino también los hábitos y motivaciones del consumidor. A su vez, Jahankhani (2009) advierte que la confianza en las transacciones electrónicas, la percepción de seguridad y la facilidad de uso siguen siendo barreras clave para la adopción de pagos digitales entre consumidores con poca alfabetización tecnológica. Más recientemente, Lupşa-Tătaru et al. (2023) analizan el fenómeno del *Buy Now, Pay Later* como una tendencia creciente en contextos digitales, destacando que, aunque ofrece acceso más flexible al crédito, también incrementa los riesgos de sobreendeudamiento en grupos jóvenes y vulnerables. Estas contribuciones sugieren que la incorporación de nuevas tecnologías de pago no solo amplía las posibilidades de transacción, sino que también plantea desafíos regulatorios y pedagógicos vinculados al manejo responsable del crédito en entornos digitales.

Una tercera línea de investigación relevante se refiere a los factores estructurales que condicionan el acceso y el uso adecuado de las tarjetas de crédito, con énfasis en la inclusión financiera, la percepción de los servicios y la regulación institucional. En este sentido, Hsieh et al. (2013) destacan diferencias significativas entre consumidores urbanos y rurales en el acceso a servicios financieros, mostrando cómo las disparidades territoriales afectan el bienestar financiero y la apropiación del crédito. Desde una perspectiva más relacional, Koritos et al. (2014) analizan cómo los beneficios funcionales y relacionales percibidos por los clientes influyen en su fidelidad y satisfacción con los emisores de crédito, lo cual tiene implicaciones en el diseño de políticas públicas centradas en el consumidor. Por su parte, Benchimol et al. (2022) vinculan el crédito al consumo con dinámicas macroeconómicas, argumentando que la percepción de inflación y la capacidad de ajuste del gasto doméstico están condicionadas por el acceso y manejo de líneas de crédito. Estos estudios reafirman que el uso de tarjetas de crédito no puede comprenderse aisladamente, sino que debe analizarse en relación con los marcos institucionales, las condiciones económicas y las capacidades financieras de los usuarios, especialmente en contextos emergentes donde persisten brechas de inclusión.

### **3. BENEFICIOS PSICOLÓGICOS Y SOCIALES DEL USO DE LAS TARJETAS DE CRÉDITO**

Desde un punto de vista psicológico, las tarjetas de crédito proporcionan a los consumidores una sensación de control sobre sus finanzas, ya que permiten posponer el

pago de una compra. Este factor psicológico, combinado con la sensación de seguridad que ofrecen las tarjetas en caso de errores o fraudes en las transacciones, ha sido fundamental en la popularización de este medio de pago, la posibilidad de dividir los pagos en cuotas o financiar compras grandes también otorga a los consumidores flexibilidad financiera, algo que es difícil de obtener con otros métodos de pago, como el efectivo (Rai, Dua y Yadav, 2019).

Por otro lado, la comodidad que ofrecen las tarjetas de crédito en términos de no tener que llevar grandes sumas de dinero en efectivo es otro de sus principales beneficios. Esto es particularmente relevante en sociedades modernas donde la mayoría de las transacciones ocurren de manera digital o en línea. Según Huntera y Heathb (2017), los avances tecnológicos que facilitaron la adopción de las tarjetas de crédito también han impulsado su uso como una opción de pago para las compras en internet, la protección adicional que ofrecen en términos de seguridad ha hecho que cada vez más personas opten por este método en lugar de otros como son las transferencias o pagos en efectivo.

Además de ofrecer conveniencias y seguridad, el uso de tarjetas de crédito también está asociado con beneficios sociales, en muchas culturas, el hecho de poseer y utilizar una tarjeta de crédito puede ser visto como un símbolo de estatus o una señal de que dicha persona tiene acceso a crédito y confianza por parte de las instituciones financieras, para algunos, tener una tarjeta de crédito representa una señal de responsabilidad financiera y estabilidad (Bhargava et al., 2022).

#### **4. RIESGOS QUE CONLLEVA USO DE LAS TARJETAS DE CRÉDITO**

El uso de las tarjetas de crédito no está exento de riesgos. Se advierte que los hogares que gastan más de lo que ingresan tienen más probabilidades de experimentar problemas financieros, las deudas elevadas generadas por el uso de las tarjetas de crédito han sido vinculadas a una disminución del bienestar personal, lo que resalta la importancia de un manejo adecuado del crédito. Según el modelo del ciclo de vida, muchas familias optan por utilizar el crédito para financiar el consumo presente con la esperanza de poder saldar la deuda con ingresos futuros (Huntera y Heathb, 2017).

Un aspecto clave a considerar es el impacto del endeudamiento en la salud mental de los consumidores. Las personas con altos niveles de deuda de tarjeta de crédito a menudo experimentan ansiedad y estrés relacionados con su capacidad para cumplir con los pagos, investigaciones han demostrado que la deuda excesiva puede afectar no solo el bienestar financiero de los individuos, sino también su bienestar emocional y psicológico (Saria, Nugrohoa y Rahmiyati, 2023).

## 5. LA ALFABETIZACIÓN FINANCIERA Y EL CORRECTO USO DEL CRÉDITO

Para utilizar las tarjetas de crédito de manera responsable, la alfabetización financiera se ha convertido en un factor fundamental. La falta de conocimientos financieros es una de las principales causas de endeudamiento excesivo, esta falta de educación financiera está estrechamente relacionada con el uso irresponsable del crédito y el aumento del endeudamiento (Santos et al. 2016). Muchos consumidores no entienden del todo cómo funcionan sus tarjetas, lo que puede llevar a errores al calcular los pagos mensuales y a una acumulación de deuda (Hadianto et al., 2023). Esta falta de educación financiera está estrechamente relacionada con el uso irresponsable del crédito y el aumento del endeudamiento (Santos et al. 2016).

El concepto de alfabetización financiera no solo implica conocer cómo funcionan los productos financieros, como las tarjetas de crédito, sino también comprender cómo las decisiones relacionadas con el crédito afectan el bienestar financiero a largo plazo. Estudios han demostrado que las personas con mayor conocimiento financiero tienen menos probabilidades de acumular deudas y más probabilidades de tomar decisiones responsables en relación con su crédito (Morris et al., 2022). Esto se debe a que son más conscientes de las implicaciones de sus acciones financieras y están mejor preparadas para evitar las trampas del endeudamiento, sin embargo, el nivel de alfabetización financiera sigue siendo preocupante en muchas partes del mundo.

La falta de educación financiera formal en las escuelas y la complejidad de los productos financieros han contribuido a que muchos consumidores no estén adecuadamente preparados para manejar el crédito de manera responsable (Aristei y Gallo, 2021). Como resultado, es común que las personas se encuentren con dificultades financieras debido al uso indebido de tarjetas de crédito, lo que refuerza la necesidad de implementar programas de educación financiera más accesibles y efectivos.

## 6. FACTORES PSICOLÓGICOS Y SU INFLUENCIA EN EL ENDEUDAMIENTO

Además de la educación financiera, los factores psicológicos juegan un papel clave en el uso de las tarjetas de crédito. Investigaciones han demostrado que una actitud más liberal hacia el uso del crédito, junto con la impulsividad y la falta de gratificación instantánea, está asociada a un mayor nivel de endeudamiento (Santos et al., 2016). La psicología del consumidor puede influir en gran medida en la forma en que las personas utilizan el crédito, la facilidad con la que se puede acceder al crédito y la posibilidad de posponer el pago crean un entorno propicio para decisiones impulsivas que a menudo llevan al endeudamiento.

El concepto de gratificación instantánea también juega un papel importante en el uso del crédito, muchas personas utilizan tarjetas de crédito para satisfacer deseos inmediatos, sin considerar completamente las implicaciones a largo plazo de estas decisiones, esto es especialmente problemático cuando los consumidores utilizan el crédito para financiar compras no esenciales, como artículos de lujo o entretenimiento, lo que puede llevar rápidamente a la acumulación de deudas difíciles de manejar (Chen, Yu y Sun, 2022).

El materialismo también se ha vinculado con un uso irresponsable de las tarjetas, especialmente en consumidores con bajos ingresos que buscan mejorar su autoimagen a través de la compra de bienes materiales, este comportamiento puede ser perjudicial, ya que las personas con una alta necesidad de aprobación social pueden sentirse impulsadas a gastar más de lo que pueden permitirse, acumulando deudas para mantener una imagen social favorable (Matos, et al.2019). Además, este patrón de gasto puede crear un ciclo de endeudamiento difícil de romper, ya que las personas buscan constantemente mejorar su estatus a través del consumo.

## 7. PROGRAMAS DE RECOMPENSAS Y SU IMPACTO EN EL CONSUMO FAMILIAR

Una de las estrategias más utilizadas por las instituciones financieras para fomentar el uso de las tarjetas de crédito ha sido la introducción de programas de recompensas, estos programas ofrecen incentivos a los usuarios en forma de puntos, millas de viajero frecuente o devolución de dinero (*cashback*) cada vez que utilizan su tarjeta para realizar una compra, para muchas familias, estos beneficios se han convertido en un factor decisivo a la hora de elegir una tarjeta de crédito y en un estímulo para aumentar el gasto con tarjeta.

Los programas de recompensas han influido en el comportamiento de consumo de los hogares de diversas maneras, por un lado, han motivado a muchas familias a utilizar sus tarjetas para la mayoría de sus compras, con el objetivo de acumular puntos o recompensas. Esto ha llevado a una mayor frecuencia de uso de las tarjetas, incluso para compras que antes se habrían hecho con efectivo o con otros métodos de pago, al mismo tiempo, estos programas han creado una relación más estrecha entre los consumidores y las instituciones financieras, que pueden utilizar estos beneficios para incentivar el uso continuado de sus productos de crédito (Santos et al. 2016).

No obstante, si bien los programas de recompensas pueden ofrecer ventajas tangibles, también han sido objeto de críticas por su potencial para fomentar el gasto excesivo, muchos consumidores, atraídos por la promesa de recompensas adicionales,

terminan gastando más de lo que habrían gastado sin la tarjeta de crédito, lo que puede llevar a un aumento del endeudamiento si no se gestionan adecuadamente los saldos.

## 8. EL IMPACTO DE LAS TARJETAS DE CRÉDITO EN DIFERENTES GRUPOS DEMOGRÁFICOS

Según Matos et al, (2019), el comportamiento de las mujeres en el uso de tarjetas de crédito también ha sido objeto de estudio, las mujeres tienden a utilizar las tarjetas con mayor frecuencia que los hombres, y sus decisiones de compra a menudo están influenciadas por factores emocionales y de identidad. Aunque esto puede llevarlas a un mayor endeudamiento, las mujeres también pueden influir positivamente en la gestión de las tarjetas si se emplea un enfoque responsable, basado en el autocontrol y la alfabetización financiera, por ejemplo, estudios sugieren que las mujeres son más propensas a buscar asesoramiento financiero profesional en comparación con los hombres, lo que puede ayudarlas a evitar problemas financieros graves.

Por otro lado, las personas jóvenes también son especialmente vulnerables al endeudamiento excesivo debido a la falta de experiencia en la gestión del crédito, muchos jóvenes obtienen tarjetas de crédito sin una comprensión adecuada de cómo funcionan los intereses o los cargos por pagos tardíos, lo que puede llevar a problemas financieros tempranos en su vida adulta, para este grupo demográfico, la educación financiera temprana es clave para fomentar un uso responsable del crédito (Dubyna et al., 2022).

## 9. FUTURO DEL USO DE TARJETAS DE CRÉDITO

A pesar de estos retos, las tarjetas de crédito siguen siendo una herramienta clave en la vida financiera de muchos consumidores, su uso no solo permite realizar compras cotidianas, como las de bienes duraderos, sino que también otorgan recompensas y beneficios que han incrementado su popularidad (Hadianto et al., 2023). Las tarjetas de crédito ofrecen una variedad de incentivos, como puntos de recompensa, millas de viajero frecuente y devolución de dinero, lo que las hace atractivas para los consumidores que buscan maximizar el valor de sus compras, sin embargo, estos beneficios pueden llevar a un gasto excesivo si no se manejan con cuidado.

El futuro de las tarjetas de crédito también está marcado por avances tecnológicos, como el uso de tarjetas sin contacto, además, el uso de las billeteras digitales o *wallets* como *Apple Pay*, *Google Pay* y *Samsung Pay*, también representa un avance significativo en el sector financiero, estas plataformas permiten a los usuarios almacenar sus tarjetas de crédito en sus dispositivos móviles y realizar pagos sin necesidad de portar una

tarjeta física. Como señala un informe de Capgemini (2020), el pago sin contacto está transformando las transacciones diarias y es probable que continúe siendo el medio preferido en un mundo luego de la pandemia, donde el contacto físico se minimiza en pro de la seguridad sanitaria.

A lo largo de su evolución, las tarjetas de crédito han pasado de ser un medio de pago conveniente a convertirse en un componente esencial en la gestión financiera de los hogares modernos, la facilidad con la que los consumidores pueden acceder al crédito, realizar compras y manejar sus finanzas diarias ha contribuido a su popularidad, especialmente en un mundo donde el comercio electrónico y los pagos digitales se han vuelto predominantes. Al ofrecer una mayor flexibilidad financiera, las tarjetas de crédito han transformado la forma en que las personas manejan sus recursos económicos, permitiendo compras sin la necesidad de efectivo y ofreciendo protección en transacciones y contra fraudes.

Desde una perspectiva psicológica y social, las tarjetas de crédito proporcionan un sentido de control financiero, permitiendo a los consumidores posponer pagos y acceder a crédito cuando lo necesitan, además, los beneficios sociales, como el estatus asociado a poseer una tarjeta de crédito, han incentivado su adopción en diferentes segmentos de la población, sin embargo, estos beneficios vienen acompañados de ciertos riesgos, especialmente en lo que respecta al endeudamiento.

El uso inadecuado de las tarjetas de crédito, en especial cuando los consumidores no comprenden totalmente las implicaciones de sus decisiones financieras, puede generar una acumulación de deuda difícil de manejar, los altos niveles de deuda asociados a las tarjetas de crédito pueden tener efectos negativos tanto en el bienestar financiero como en el emocional y psicológico de los individuos, resaltando la importancia de una educación financiera adecuada.

La alfabetización financiera es, sin duda, un factor crucial para el uso responsable del crédito, los consumidores con un mayor conocimiento financiero son más propensos a tomar decisiones informadas que les permitan evitar trampas de endeudamiento y maximizar los beneficios de sus tarjetas de crédito, sin embargo, la falta de educación financiera formal en muchos países sigue siendo un obstáculo, lo que destaca la necesidad de implementar programas accesibles que ayuden a los consumidores a mejorar sus habilidades de gestión financiera.

El impacto psicológico, particularmente en relación con la gratificación instantánea y el materialismo, también desempeña un papel importante en el uso excesivo del crédito, los consumidores que no logran controlar estos impulsos corren el riesgo de caer en patrones de gasto irresponsable, lo que puede llevar a un ciclo

de endeudamiento difícil de romper. Además, ciertos grupos demográficos, como las mujeres y los jóvenes, pueden verse particularmente afectados, ya que sus decisiones de consumo a menudo están influenciadas por factores emocionales y una falta de experiencia en la gestión del crédito.

Por otro lado, los programas de recompensas han contribuido tanto a la popularización del uso de tarjetas de crédito como a los desafíos asociados con el gasto excesivo, aunque ofrecen beneficios tangibles a los consumidores, estos incentivos también pueden fomentar un aumento en el consumo que, si no se maneja con cuidado, puede llevar al endeudamiento; las instituciones financieras deben encontrar un equilibrio entre ofrecer estos incentivos y promover prácticas de gasto responsable entre sus clientes. En el futuro, el uso de las tarjetas de crédito estará mucho más arraigado por los avances tecnológicos como son las tarjetas sin contacto y las billeteras electrónicas, estos desarrollos probablemente facilitarán aún más el acceso al crédito, pero también plantearán nuevos desafíos en términos de control del gasto y educación financiera, en este contexto, es esencial que los consumidores mantengan un enfoque prudente y responsable en su uso del crédito para asegurar su estabilidad financiera a largo plazo.

## 10. EVALUACIÓN DEL USO DE LA TARJETA DE CRÉDITO

La figura 12 muestra los usos más frecuentes de tarjetas de crédito (TC) entre 2015 y 2021, divididos en varios sectores de consumo.

Figura 12. Usos más frecuentes con tarjeta de crédito de 2015 a 2021.



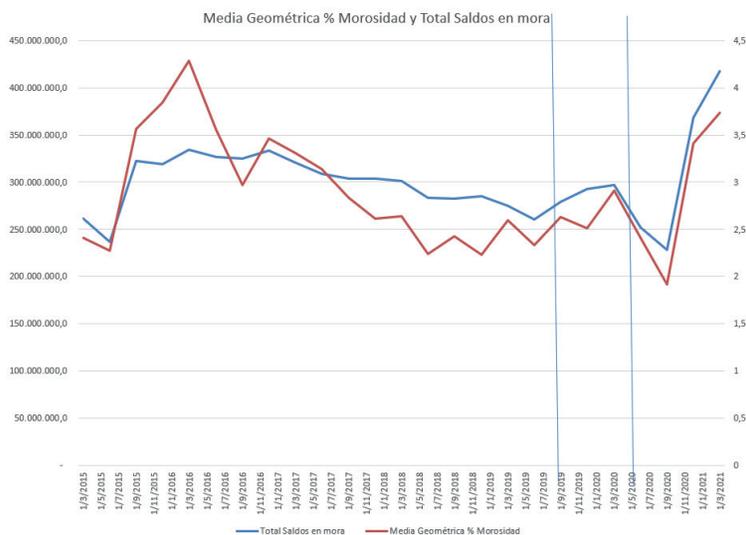
Fuente: A partir de datos de la Superintendencia de Bancos (2024).

- Supermercados (16,51%): Esta es la categoría más representativa ya que indica que una parte considerable de los gastos con tarjeta de crédito se destina a la compra de alimentos y productos básicos.
- Salud y afines (10,65%): Ocupa el segundo lugar porque refleja el uso extendido de tarjetas de crédito para servicios médicos, farmacias y otros gastos relacionados con la salud.
- Restaurantes (8,94%): Una proporción notable del gasto con tarjetas de crédito es destinado a comidas fuera de casa.
- Comunicaciones (8,45): Incluye pagos de servicios de telecomunicaciones como teléfonos, internet y posiblemente servicios de televisión.
- Servicios profesionales (5,73%): Incluye seguros y otros servicios como asesorías o servicios legales.
- Supermercados departamentales (5,18%): representa el uso de tarjetas en tiendas donde las compras son más diversas, desde ropa hasta productos electrónicos.
- Transporte aéreo (4,83%): Muestra el uso de tarjetas en la compra de boletos de avión, destacando la relación entre el uso del crédito y los viajes.
- Ferretería y herramientas (4,72%): Representa el uso de tarjetas de crédito para mejoras del hogar y compra de herramientas, lo que sugiere una inversión en proyectos personales o profesionales.
- Hotelería y alojamiento (4,04%): Indica el uso de las tarjetas de crédito para pagar estancias en hoteles y otros tipos de alojamiento relacionado al turismo.
- Vestidos y calzado (4,02%): Representa el uso de tarjetas de crédito para ropa y zapatos, reflejando así el gasto en la moda y necesidades personales.
- Educación (3,89%): Este uso incluye pagos por matrícula, materiales educativos o cursos, indicando la importancia de las tarjetas de crédito en la financiación de la educación.
- Vehículos y repuestos (3,89%): Refleja el uso de tarjetas para la compra o mantenimiento de vehículos y la adquisición de repuestos.
- Otros (19,49%): esta categoría agrupa otros gastos diversos que no caen en las categorías principales pero que son una variedad de transacciones menores con tarjeta de crédito.

Luego de caracterizar los sectores de consumo más representativos en el uso de tarjetas de crédito, resulta pertinente examinar la sostenibilidad financiera de dicho comportamiento mediante indicadores de morosidad. En este contexto, se incorporan

métricas como los saldos en mora y la media geométrica del porcentaje de morosidad, que permiten evaluar el grado de cumplimiento crediticio de los usuarios a lo largo del tiempo. Esta aproximación, sustentada en medidas estadísticas robustas, ofrece una visión integral sobre la evolución del riesgo de crédito en el sistema financiero ecuatoriano y su sensibilidad ante eventos disruptivos, como la pandemia. En la figura 13 se muestra el comportamiento de las variables; media geométrica de % de morosidad y Total saldos en mora. Se utiliza esta medida debido a que se analizan porcentajes, y utilizar la media aritmética devolvería un indicador no ajustable a la realidad que se pretende representar.

Figura 13. Comportamiento de la media geométrica de % de morosidad y total en saldos de mora.



Fuente: A partir de Datos de la Superintendencia de Bancos (2024).

Se puede apreciar el comportamiento variable tanto en el Total Saldos en mora (línea azul) y la Media Geométrica de la tasa de morosidad (línea roja). Para un mejor análisis, se procede a dividir la interpretación en comportamientos antes y posterior a la pandemia.

## 11. COMPORTAMIENTO ANTES DE LA PANDEMIA

En el tercer trimestre de 2019, los saldos en mora muestran una tendencia estable, con valores alrededor de los 300 millones de unidades monetarias. Desde principios de 2018, se observa una ligera disminución, pero en general, durante 2019 los saldos en mora permanecen dentro de un rango relativamente constante. Esta estabilidad significa que, previo a la pandemia, los niveles de deuda en mora estaban controlados, con fluctuaciones mínimas a lo largo del tiempo.

La media geométrica del porcentaje de morosidad, hacia el tercer trimestre de 2019, oscila cerca del 3%. Aunque se observan ligeras fluctuaciones, el comportamiento es también bastante estable durante este periodo. Esto indica que, previo a la pandemia, el porcentaje de morosidad mantenía un comportamiento relativamente bajo, sin grandes picos de incremento.

## 12. COMPORTAMIENTO LUEGO DE LA PANDEMIA

Después del tercer trimestre de 2020, se observa una drástica caída en los saldos en mora, cayendo a menos de 250 millones en su punto más bajo durante el último trimestre de 2020. Esto puede estar relacionado con medidas de alivio financiero, como moratorias en los pagos, que redujeron artificialmente los saldos en mora en ese periodo. Sin embargo, a partir de principios de 2021, se observa una fuerte recuperación de los saldos en mora, con un repunte significativo hasta superar los 400 millones en el segundo trimestre de 2021. Esta tendencia refleja el fin de las moratorias y el impacto acumulado de la crisis económica, con un aumento de personas y empresas que comenzaron a tener dificultades para cumplir con sus pagos una vez que las políticas de ayuda terminaron.

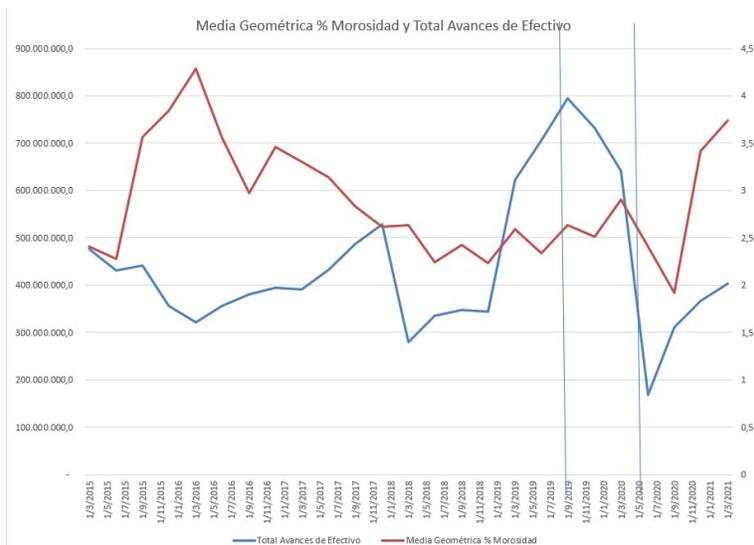
Similar al comportamiento de los saldos en mora, el porcentaje de morosidad cae bruscamente en el tercer trimestre de 2020, alcanzando un mínimo cercano al 2%. Este comportamiento podría explicarse también por las moratorias, ya que los deudores no estaban obligados a pagar sus créditos, lo que mantuvo baja la morosidad en términos porcentuales. A partir de principios de 2021, la morosidad vuelve a subir rápidamente, llegando a superar el 4%. Este incremento está alineado con el fin de las medidas de alivio y el impacto económico luego de la pandemia, que afectó a muchas personas y empresas, dificultando el cumplimiento de sus obligaciones crediticias.

Como se ha podido apreciar, el comportamiento de los saldos en mora y la tasa de morosidad estuvo directamente influenciado por la pandemia. Antes de la crisis sanitaria, ambas variables mostraban estabilidad. Con la llegada de la pandemia, la morosidad inicialmente disminuyó debido a medidas de alivio, pero a partir del tercer trimestre de 2020 en adelante, estas variables comenzaron a crecer nuevamente, reflejando el daño económico más profundo que la crisis dejó, especialmente una vez que las ayudas temporales terminaron y las empresas y personas enfrentaron las dificultades financieras.

Una dimensión clave en la comprensión del sobreendeudamiento asociado al uso de tarjetas de crédito corresponde a los avances en efectivo, un tipo de operación que implica una disposición inmediata de liquidez con condiciones usualmente menos favorables para el usuario. Al comparar estos avances con la media geométrica de la

morosidad, se puede inferir no solo la magnitud del uso de este instrumento, sino también su correlación con situaciones de estrés financiero. Este análisis permite identificar patrones de comportamiento previos y posteriores a la pandemia, aportando insumos clave para evaluar la salud financiera de los hogares. En la figura 14 se muestra el comportamiento de las variables: Total avances de Efectivo y media geométrica de la tasa de morosidad. Se utiliza esta medida debido a que se analizan porcentajes, y utilizar la media aritmética devolvería un indicador no ajustable a la realidad que se pretende representar.

Figura 14. Comportamiento de la media geométrica de % de morosidad y total de avances en efectivo.



Fuente: A partir de datos de la Superintendencia de Bancos (2024).

Se puede apreciar el comportamiento cíclico en ambas variables. Para un mejor análisis, se procede a dividir la interpretación en comportamientos antes y posterior a la pandemia.

### 13. COMPORTAMIENTO ANTES DE LA PANDEMIA

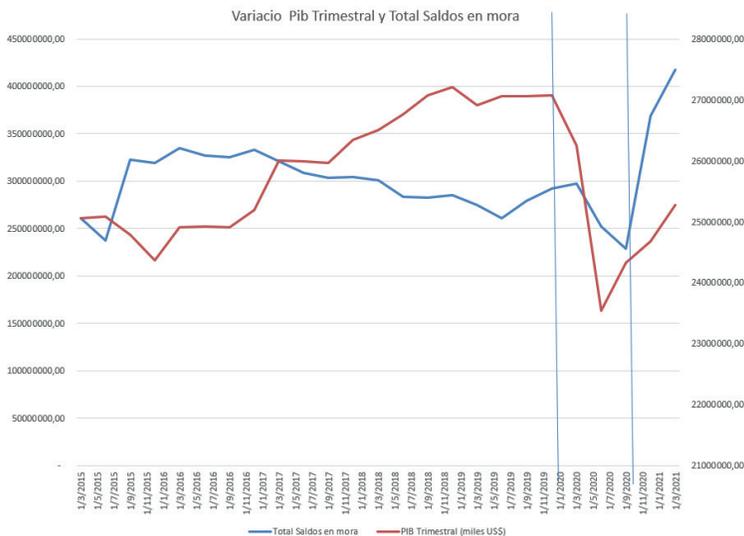
En el 3er trimestre de 2019, los avances de efectivo rondaban los 500 millones, mostrando un crecimiento continuo desde el 2017. Esto indica que, en el período previo a la pandemia, los usuarios seguían solicitando avances de efectivo de manera constante. La morosidad se mantenía estable alrededor del 2.5%, con ligeras fluctuaciones desde 2018, lo que sugiere que el nivel de incumplimiento de pagos no había sufrido grandes cambios justo antes de la pandemia.

## 14. COMPORTAMIENTO LUEGO DE LA PANDEMIA

En el 3er trimestre de 2020, los avances de efectivo cayeron drásticamente, pasando de aproximadamente 500 millones a poco más de 200 millones. Este fuerte descenso coincide con el impacto de la pandemia, lo que refleja una contracción en la demanda o la capacidad de los usuarios de acceder a efectivo. Curiosamente, la morosidad también disminuye en el 2020, pero en el 2021 se observa un rápido aumento que supera el 3.5%. Esto podría deberse a medidas de apoyo financiero temporal (como moratorias) implementadas durante la pandemia, que mantuvieron controlada la morosidad a corto plazo. Sin embargo, una vez finalizadas estas ayudas, la morosidad se disparó debido a las dificultades económicas prolongadas.

Con el objetivo de contextualizar el deterioro en los indicadores de morosidad dentro del ciclo económico, se procede a vincular el comportamiento de los saldos en mora con la evolución del Producto Interno Bruto (PIB) trimestral. Esta perspectiva macroeconómica permite interpretar la dinámica del incumplimiento crediticio no solo como un fenómeno financiero aislado, sino como una expresión de la capacidad agregada de los agentes económicos para afrontar sus obligaciones en distintos escenarios. Así, se logra evidenciar la interacción entre variables reales y financieras en períodos de estabilidad, contracción y recuperación. La figura 15 muestra la evolución de los saldos en mora y variación del PIB trimestral.

Figura 15. Variación PIB trimestral y total saldos en mora.



Fuente: A partir de datos de la Superintendencia de Bancos (2024).

Se puede apreciar el comportamiento cíclico en ambas variables. Para un mejor análisis, se procede a dividir la interpretación en comportamientos antes, durante y posterior a la pandemia.

## 15. ANTES DE LA PANDEMIA

El PIB muestra una tendencia relativamente estable, con un ligero crecimiento hasta mediados de 2019. Esto indica que, antes de la pandemia, la economía estaba en una fase de expansión moderada. Los saldos en mora también se mantienen estables durante este periodo, aunque con una ligera tendencia a la baja hacia finales de 2019. Esto sugiere que, con la estabilidad económica, las personas y empresas lograban mantener sus pagos al día, y la morosidad estaba controlada.

## 16. DURANTE LA PANDEMIA

Con el inicio de la pandemia en el primer trimestre de 2020, se observa una caída brusca del PIB en el segundo trimestre de 2020. Este comportamiento es un reflejo directo de los efectos del confinamiento, las restricciones de movilidad y la interrupción de las actividades económicas en todo el mundo. Muchas empresas cerraron o redujeron su producción, mientras que el consumo también cayó debido a la incertidumbre y el aumento del desempleo.

Aunque se mantiene estable en los primeros meses de 2020, los saldos en mora comienzan a aumentar en el tercer trimestre de 2020. Esto puede estar relacionado con el impacto directo de la recesión en los ingresos de las personas y las empresas, lo que aumentó la incapacidad de cumplir con las obligaciones financieras.

## 17. LUEGO DE LA PANDEMIA

Después de la caída histórica en el segundo trimestre de 2020, el PIB muestra una recuperación rápida en los trimestres siguientes, aunque no llega a los niveles previos a la pandemia. Esto refleja una fase de reactivación económica impulsada por las medidas de estímulo gubernamentales, la reapertura de muchas actividades económicas y la adaptación a las nuevas condiciones sanitarias. A pesar de la recuperación, la economía aún parece estar en proceso de ajuste, sin alcanzar la plena estabilidad.

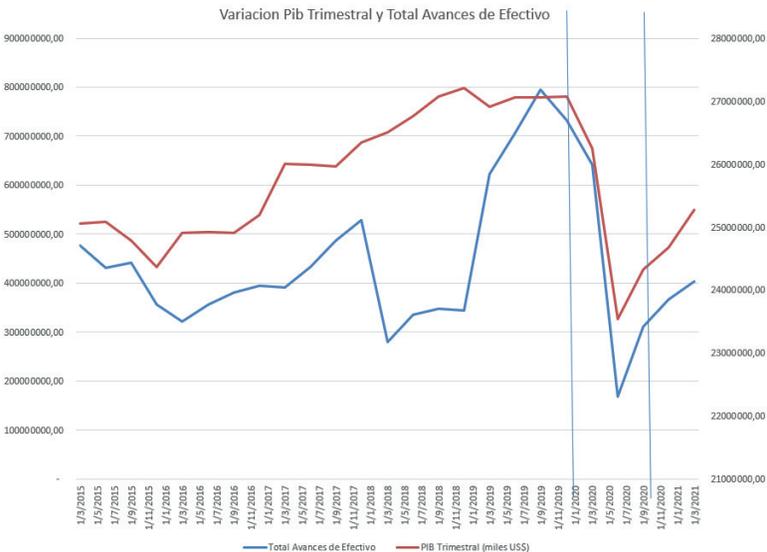
Los saldos en mora continúan aumentando notablemente a partir del tercer trimestre de 2020, lo cual es un efecto retardado de la crisis económica. Muchas empresas y personas que pudieron aplazar pagos durante los primeros meses de la pandemia enfrentaron dificultades financieras más profundas a medida que los efectos de la crisis

persistían. Además, es probable que las medidas de alivio, como moratorias y apoyos financieros, comenzaran a desaparecer, lo que resultó en un aumento de la morosidad.

Como se puede apreciar, antes de la pandemia el PIB estaba en una tendencia de crecimiento moderado y los saldos en mora eran estables, lo que indicaba un entorno económico relativamente saludable. Durante la pandemia el PIB sufrió una caída pronunciada en el segundo trimestre de 2020 debido a las medidas de confinamiento, y aunque los saldos en mora no aumentaron inmediatamente, comenzaron a subir a medida que la recesión profundizaba sus efectos. Luego de la pandemia el PIB mostró una recuperación importante, aunque no completa, mientras que los saldos en mora aumentaron de manera significativa, lo que refleja las dificultades persistentes en la capacidad de pago de los deudores tras el impacto inicial de la pandemia.

Complementando el análisis anterior, se contrasta el comportamiento de los avances de efectivo con la trayectoria del PIB, a fin de dilucidar si el recurso a este tipo de financiamiento guarda relación con las fases del ciclo económico. Dado que los avances de efectivo reflejan decisiones de consumo diferido y necesidades de liquidez inmediata, su evolución puede interpretarse como un termómetro de la resiliencia o fragilidad económica de los hogares. Esta comparación permite visualizar la elasticidad del crédito frente a variaciones del ingreso nacional, ofreciendo evidencia empírica sobre los mecanismos de ajuste financiero durante crisis y recuperaciones. La figura 16 muestra la evolución de los avances de efectivo y la variación del PIB trimestral.

Figura 16. Evolución de los saldos en avance de efectivo y el PIB trimestral.



Fuente: A partir la Superintendencia de Bancos (2024).

Se puede apreciar el comportamiento cíclico en ambas variables. Para un mejor análisis, se procede a dividir la interpretación en comportamientos antes, durante y posterior a la pandemia.

## 18. ANTES DE LA PANDEMIA

Hasta el tercer trimestre de 2019, la economía muestra una tendencia de crecimiento estable en el PIB. La línea roja evidencia una fase de expansión económica que fue sostenida durante los años previos, con un aumento constante en los valores del PIB trimestral. Los avances de efectivo también presentan una tendencia de crecimiento progresivo. Aunque la línea azul muestra algunos altibajos, desde 2017 se ve un crecimiento más marcado en los avances de efectivo, lo que sugiere que las personas y empresas estaban accediendo a este tipo de financiamiento de manera sostenida, posiblemente impulsados por la estabilidad económica.

## 19. DURANTE LA PANDEMIA

Con la llegada de la pandemia en 2020, se produce una caída drástica del PIB en el segundo trimestre de ese año. Esta contracción es resultado directo de los efectos del confinamiento, la interrupción de las actividades económicas, y la incertidumbre global que afectó tanto la oferta como la demanda. En el mismo periodo, los avances de efectivo también caen significativamente. La línea azul muestra que, a partir del primer trimestre de 2020, el uso de avances de efectivo se desploma. Esto puede reflejar tanto una contracción del consumo como una posible restricción en el crédito por parte de las entidades financieras durante el peor momento de la crisis económica.

## 20. LUEGO DE LA PANDEMIA

Después de la caída abrupta del PIB en el segundo trimestre de 2020, comienza una recuperación económica a partir del tercer trimestre de ese año, con un rebote significativo. Aunque se observa un crecimiento importante en los trimestres posteriores, el PIB aún no logra alcanzar los niveles de antes de la pandemia de forma inmediata. Similar al PIB, los avances de efectivo empiezan a recuperarse a partir del tercer trimestre de 2020. La tendencia ascendente en la línea azul indica una reactivación del acceso a estos productos financieros, posiblemente como una medida de las personas y empresas para cubrir gastos ante la lenta recuperación de los ingresos.

De esta manera, el PIB y los avances de efectivo antes de la pandemia mostraban crecimiento, pero la pandemia causó una caída significativa en ambos. Luego de la

pandemia, el PIB se ha recuperado rápidamente, mientras que los avances de efectivo, aunque en aumento, aún no alcanzan los niveles previos a la crisis. Esto refleja una recuperación económica desigual, donde el crecimiento macroeconómico es más rápido que la recuperación financiera de los consumidores. La tabla 23 muestra datos relacionados con la media geométrica del porcentaje de morosidad y la variación del PIB Trimestral.

Tabla 23. Análisis de correlación entre la media geométrica del porcentaje de morosidad y la variación del PIB trimestral.

| <b>MEDIA GEOMÉTRICA % MOROSIDAD</b> |             |
|-------------------------------------|-------------|
| Media Geométrica % Morosidad        | 1           |
| Variación PIB Trimestral            | 0,150074153 |

Fuente: A partir de datos de la Superintendencia de Bancos (2024).

El coeficiente de correlación es 0.15, lo que indica una correlación positiva débil, esto significa que existe una leve tendencia a que cuando el PIB trimestral aumenta, también lo hace la morosidad, aunque este efecto es muy pequeño. La tabla 24 muestra datos relacionados con el logaritmo de los saldos en mora, avances de efectivo y el PIB trimestral, con el objetivo de evaluar la situación de las elasticidades en las variables presentadas.

Tabla 24. Análisis de correlación entre los logaritmos de saldos en mora, avances de efectivo y PIB trimestral.

|                        | In Saldos en Mora | In PIB trimestral | In Avances en Efectivo |
|------------------------|-------------------|-------------------|------------------------|
| In Saldos en Mora      | 1                 |                   |                        |
| In PIB trimestral      | -0,109263421      | 1                 |                        |
| In Avances en Efectivo | -0,026727887      | 0,596251307       | 1                      |

Fuente: A partir de los datos de la Superintendencia de Bancos (2024).

In Saldos en Mora y In PIB Trimestral: El coeficiente de correlación es -0.1093, lo que indica una correlación negativa débil. Esto significa que cuando el PIB trimestral aumenta, los saldos en mora tienden a disminuir ligeramente, aunque esta relación es muy débil.

In Saldos en Mora y In Avances de Efectivo: El coeficiente de correlación es -0.0267, lo que indica una correlación negativa extremadamente débil, prácticamente inexistente. Esto significa que no hay una relación significativa entre los saldos en mora y los avances de efectivo.

ln PIB Trimestral y ln Avances de Efectivo: El coeficiente de correlación es 0.5963, lo que indica una correlación positiva moderada. Esto sugiere que a medida que aumenta el PIB trimestral, también tienden a aumentar los avances de efectivo.

## 21. PRUEBA DE HIPÓTESIS

- ln Saldos en Mora vs ln PIB Trimestral: Valor  $p = 0.822$  (no significativo)
- ln Saldos en Mora vs ln Avances de Efectivo: Valor  $p = 0.968$  (no significativo)
- ln PIB Trimestral vs ln Avances de Efectivo: Valor  $p = 0.942$  (no significativo)

Dado que todos los valores  $p$  son mayores que el nivel de significancia comúnmente utilizado (0.05), no se puede rechazar la hipótesis nula en ninguno de los casos.

## 21. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados evidencian que la tarjeta de crédito ha dejado de ser un instrumento limitado a consumos extraordinarios para convertirse en un mecanismo recurrente de financiamiento del consumo cotidiano. Esto se manifiesta en que un 27% del costo de la canasta básica familiar se cubre actualmente con tarjeta de crédito, particularmente en rubros como alimentos, salud y comunicaciones. Este comportamiento refleja lo que autores como Atlas et al. (2019) denominan la transición del crédito como soporte ocasional hacia su integración estructural en la economía doméstica. Además, los datos muestran que los avances de efectivo han crecido sostenidamente desde 2021, lo cual sugiere un uso extendido de la tarjeta como fuente de liquidez inmediata. Esta tendencia confirma hallazgos previos sobre el uso del crédito rotativo como *colchón financiero* (Al Shishanya y Al Bashraha, 2020), pero también alerta sobre una zona de riesgo, dado que estos avances suelen estar asociados a tasas de interés más altas y a un mayor deterioro del perfil crediticio, como lo ha documentado Farías (2017). En suma, el crédito ha sido instrumental para sostener el consumo familiar, pero su uso no siempre ha sido estratégico ni consciente, lo cual plantea retos importantes en términos de planificación y comportamiento financiero.

Una de las principales contribuciones del análisis empírico es la identificación de un punto de quiebre en la trayectoria de la morosidad tras la pandemia. Mientras que antes del COVID-19 el porcentaje de morosidad se mantenía relativamente estable, el fin de las moratorias evidenció una incapacidad generalizada para sostener los pagos, llevando la morosidad en cooperativas del 3.01% al 7.02% entre 2022 y 2024. Aunque los saldos en mora se redujeron temporalmente durante el confinamiento, posteriormente no solo se recuperaron, sino que sobrepasaron niveles prepandemia, lo que refleja una “normalización”

del riesgo de impago. Estos datos se alinean con lo que Benchimol, Caspi y Levin (2022) describieron como el efecto rezagado del shock macroeconómico, donde la percepción de recuperación en el PIB no se traduce inmediatamente en una mejora de la capacidad de pago de los hogares. De hecho, las correlaciones débiles entre el PIB y los saldos en mora ( $r = -0.11$ ) revelan que la reactivación económica ha sido más favorable a nivel macro que en las finanzas personales. El endeudamiento, en este contexto, ha servido como mecanismo de supervivencia más que como palanca de inversión o movilidad social.

El análisis también confirma la hipótesis de que la morosidad no responde únicamente a causas coyunturales, sino que está anclada en vulnerabilidades estructurales como el bajo nivel de educación financiera, la impulsividad en el consumo y el acceso indiscriminado al crédito. El perfil de los grupos más endeudados – mayormente *millennials* y generación X– coincide con los segmentos de mayor actividad económica, lo cual sugiere que el problema no radica únicamente en la falta de ingresos, sino en el manejo de los mismos. El árbol de problemas presentado en el documento da cuenta de un entramado complejo de factores psicológicos, sociales e institucionales que explican el sobreendeudamiento, coincidiendo con lo planteado por Santos et al. (2016) y Chen, Yo y Su (2022) sobre la influencia de la gratificación instantánea, el materialismo y la falta de autorregulación. A pesar de las advertencias de organismos como la RFD, persiste un uso descontextualizado del crédito – como financiar alimentos a 12 meses – que distorsiona su función original. La débil relación estadística entre avances de efectivo y saldos en mora, sumada a la falta de correlación con el PIB, refuerza la idea de que la sostenibilidad del endeudamiento depende más de factores formativos y culturales que del ciclo económico per se.

## 22. CONCLUSIONES

El presente estudio evidencia que el uso de las tarjetas de crédito en Ecuador ha evolucionado de manera significativa, integrándose cada vez más en la vida financiera cotidiana de los hogares. Su uso se ha intensificado no solo como medio de pago, sino también como mecanismo de acceso a liquidez inmediata, especialmente a través de los avances en efectivo. Sin embargo, esta tendencia ha venido acompañada de un aumento sostenido en los niveles de morosidad, lo cual refleja una fragilidad estructural en la gestión del crédito personal, particularmente tras la finalización de las moratorias implementadas durante la pandemia.

Los datos muestran que el uso de la tarjeta de crédito no siempre responde a decisiones informadas o estratégicamente planificadas. Factores como la impulsividad, la gratificación instantánea, el desconocimiento de los costos asociados y la escasa

educación financiera influyen en la forma en que los consumidores manejan su endeudamiento. A esto se suman condiciones estructurales como la facilidad de acceso al crédito sin una evaluación rigurosa del perfil del usuario, y una débil cultura de planificación financiera. Esta combinación de elementos ha configurado un perfil de tarjetahabiente vulnerable, atrapado en dinámicas de sobreendeudamiento que afectan tanto su bienestar financiero como psicológico.

En este contexto, se ratifica la necesidad urgente de fortalecer la alfabetización financiera como estrategia transversal para mejorar la relación de los hogares con el crédito. Asimismo, se identifica la necesidad de una regulación más rigurosa de los productos crediticios, especialmente en lo referente a los avances en efectivo, así como una reformulación de los incentivos de consumo que actualmente promueven un uso excesivo de las tarjetas. El estudio concluye que el verdadero desafío no reside únicamente en el acceso al crédito, sino en su uso consciente, informado y sostenible.

Por tanto, se presentan las siguientes recomendaciones:

- Diseñar e implementar programas nacionales de educación financiera, orientados a diferentes grupos etarios, con énfasis en el uso responsable de tarjetas de crédito, la planificación del gasto y el manejo del endeudamiento. Estos programas deben incluir componentes conductuales que aborden la impulsividad y la toma de decisiones bajo presión financiera.
- Establecer regulaciones más estrictas sobre los avances de efectivo, promoviendo mayor transparencia en los costos asociados, límites más prudentes según el perfil de riesgo del usuario, y estrategias de prevención del sobreendeudamiento mediante alertas personalizadas y educación en el punto de servicio.
- Revisar los modelos de evaluación crediticia de las instituciones financieras, incorporando no solo la capacidad de pago basada en ingresos, sino también indicadores de comportamiento financiero y nivel de alfabetización financiera, de forma que se fortalezca la calidad del otorgamiento de crédito.
- Regular los programas de recompensas e incentivos al consumo, fomentando que estos estén alineados con el uso responsable del crédito. Las entidades emisoras pueden incluir criterios de cumplimiento responsable como condición para acceder a beneficios, evitando así que los programas fomenten el gasto desmedido.
- Fomentar la innovación en tecnologías financieras con enfoque educativo, como aplicaciones móviles de bancos y cooperativas que incluyan herramientas de presupuesto, alertas de endeudamiento, visualización del impacto de los pagos mínimos y simuladores de costos de interés acumulado.

## REFERENCIAS

- Al Shishanya, A. y AlBashraha, M. (2020). Perceptual exploration of credit card's adoption: Customer perspective. *International Journal of Data and Network Science*, 4, 404-418. <http://dx.doi.org/10.5267/j.ijdns.2020.x.003>
- Alaeddin, O., Altounjy, R., Zainudin, Z., y Kamarudin, F. (2018). From physical to digital: Investigating consumer behaviour of switching to mobile wallet. *Polish Journal of Management Studies*, 17 (2), 18-30. <https://doi.org/10.17512/pjms.2018.17.2.02>
- Ali, F., Olson, C.C., Pantzalis, C., Park, J.C., Robinson, D. y Wang, P. (2025). Why are tipping rates lower on weekends?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 37 (7), 2243-2263. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2024-0691>
- Aria, M., y Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
- Aristei, D. y Gallo, M. (2021). Financial Knowledge, Confidence, and Sustainable Financial Behavior, *Sustainability*, 13 , 10926. <https://doi.org/10.3390/su131910926>
- Atlas, S., Lu, J., Micu, P., y Porto, N. (2019). Financial Knowledge, Confidence, Credit Use, and Financial Satisfaction 30(2), 175-190. <https://doi.org/10.1891/10523073.30.2.175>
- Awanis, S., y Chi-Cui, Ch. (2014). Consumer susceptibility to credit card misuse and indebtedness. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 26 (3), 408 – 429. <http://dx.doi.org/10.1108/APJML-09-2013-0110>
- Badgaiyan, A. J., yVerma, A. (2015). Does urge to buy impulsively differ from impulsive buying behaviour? Assessing the impact of situational factors. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 145–157. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.10.002>
- Banthia, D. y Dey, S. (2022). Impacto of Financial Knowledge, Financial Attitude and Financial Behaviour on Financial Literacy: Structural Equation Modeling Approach. *Universal Journal of Accounting and Finance* 10(1), 327-337. <https://doi.org/10.13189/ujaf.2022.100133>
- Benchimol, J., Caspi, I., y Levin, Y. (2022). The COVID-19 inflation weighting in Israel. *Economists' Voice*, 19(1), 5–14. <https://doi.org/10.1515/ev-2021-0023>
- Bhargava, M., Sharma, A., Mohanty, B. y Lahiri, L. (2022). Moderating role of personality in relationship to Financial Attitude, Financial Behaviour, Financial Knowledge and Financial Capability. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 17(6), 1997-2006. <http://iijeta.org/journals/ijsdp>
- Chen, F., Yu, D. y Sun, Z. (2022). Investigating the associations of consumer financial knowledge and financial behaviors of credit card use. *Heliyon*, e12713. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e12713>
- De Matos, CA, Vieira, V., Bonfanti, K. y Mette, FMB (2019). Antecedents of indebtedness for low-income consumers: the mediating role of materialism. *Journal of Consumer Marketing*. <https://doi.org/10.1016/j.jcm.2019.09.017>
- Dubyna, M., Unynets-Khodakivska, V., Lobko, O., Panchenko, O., Bazilinska, O. y Matskiv, V. (2022). Features of the formation and transformation of household credit behavior under macroeconomic instability. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 17(7), 2075-2087. <http://iijeta.org/journals/ijsdp>
- Fariás, P. (2017). Los determinantes del conocimiento del costo total de los avances en efectivo. *El trimestre económico*, 84 (336), 847-868. <https://doi.org/10.20430/ete.v84i336.608>

Hadianto, B., Herlina, H., Mariana, A., Arlan, R. y Tjun Tjun, L. (2023). Financial literacy, self-control, self-esteem, and credit card utilization. *Humanities and Social Sciences Letters*, 11(3), 349-361. <https://doi.org/10.18488/73.v1i13.3515>

Hsieh, T., Yang, K., Yang, C. y Yang, C. (2013). Urban and rural differences: Multilevel latent class analysis of online activities and e-payment behavior patterns. *Internet Research*. 23 (2), 204-228. <https://doi.org/10.1108/10662241311313321>

Hunter, J. y Heath, C. (2017). The relationship between credit card use behavior and household well-being during the Great Recession: Implications for the Ethics of credit use. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 26(2), 213-224. <https://doi.org/10.1891/10523073.28.2.213>

Jahankhani, H. (2009). The Behaviour and Perceptions of On-Line Consumers: Risk, Risk Perception and Trust. *International Journal of Information Science and Technology, International Journal of Information Science and Management*. 7 (1), 79-90. <http://hdl.handle.net/10552/756>

Koritos, C., Koronios, K., y Stathakopoulos, V. (2013). Functional vs relational benefits: what matters most in affinity marketing?. *Journal of Services Marketing*, 28 (4). <http://dx.doi.org/10.1108/JSM-10-2012-0213>

Lupşa-Tătaru, D., Nichifor, E., Dovleac, L., Chiţu, I. B., Todor, R. D., y Brătucu, G. (2023). Buy Now Pay Later – A Fad or a Reality? A Perspective on Electronic Commerce. *Economies*, 11(8), 218. <https://doi.org/10.3390/economies11080218>

Morris, T., Maillet, S., y Koffi, V. (2022) Financial knowledge, financial confidence and learning capacity on financial behavior: a Canadian study. *Cogent Social Sciences*, 8(1), 1996919, <https://doi.org/10.1080/23311886.2021.1996919>

INEC (2024). Boletín Técnico No. 06-2024-IPC. Recuperado de: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2024/Junio/Boletin\\_tecnico\\_06-2024-IPC.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2024/Junio/Boletin_tecnico_06-2024-IPC.pdf)

Nga, J., Yong, L. y Sellappan, R. (2011), The influence of image consciousness, materialism and compulsive spending on credit card usage intentions among youth. *Young Consumers*, 12 (3), 243-253. <https://doi.org/10.1108/17473611111163296>

Rai, K., Dua, S. y Yadav, M. (2019). Association of financial attitude, financial behaviour and financial knowledge towards financial literacy: A structural equation modeling approach. *FIIB Business Review*, 1-10. <https://doi.org/10.1177/2319714519826651>

Santos, DB, Mendes-Da-Silva, W., Flores, E. y Norvilitis, JM (2016). Predictores del uso de tarjetas de crédito y del bienestar financiero percibido en estudiantes universitarios: Un estudio comparativo entre Brasil y Estados Unidos. *Revista Internacional de Estudios del Consumidor*, 40, 133-142.

Saria, YW, Nugroha, M. y Rahmiyati, N. (2023). El efecto del conocimiento financiero, el comportamiento financiero y las capacidades financieras digitales en la inclusión financiera, la preocupación financiera y el desempeño de las MIPYME en Java Oriental. *Gestión incierta de la cadena de suministro*, 11, 1745-1758. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.6.016>

Superintendencia de Bancos (2024). Portal Estadístico Servicios Financieros y Tarjetas. Recuperado de: <https://www.superbancos.gob.ec/estadisticas/portalestudios/servicios-financieros/>

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2024). Portal Estadístico SEPS. Recuperado de: [https://estadisticas.seps.gob.ec/index.php/estadisticas-sfeps/#cartera\\_credito](https://estadisticas.seps.gob.ec/index.php/estadisticas-sfeps/#cartera_credito)

## SOBRE OS AUTORES

### COORDINADOR DE LA OBRA



#### **Juan López-Vera**

<https://orcid.org/0000-0002-8720-0499>

Economista (Universidad Católica de Santiago de Guayaquil), máster en Administración de Negocios (Universidad Carlos III de Madrid), máster en Análisis del Entorno Económico (Universitat Oberta de Catalunya). Actualmente se desempeña como profesor titular de economía en la Universidad Metropolitana del Ecuador sede Machala. Es profesor ocasional en los sistemas de posgrado de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y Universidad Tecnológica Estatal de Quevedo. Sus temas de interés son la economía urbana, finanzas personales y economía informal. Su producción

científica está disponible en Google Académico y Researchgate.

### AUTORES



#### **Odalys Burgo-Bencomo**

<https://orcid.org/0000-0002-8231-7217>

Ingeniera Agrónoma (Universidad Ciego de Ávila), máster en Ciencias de la Educación “Mención Técnica-Profesional), Doctora en Ciencias Económicas (Universidad del Oriente). Se desempeña como docente titular de la Universidad Metropolitana del Ecuador sede Machala. Sus temas de interés están relacionados con la economía agrícola y la gestión de pymes agrícolas. Su producción científica está disponible en Google Académico.



**Germán Morán-Molina**

<https://orcid.org/0000-0002-2101-6752>

Economista (Universidad de Cuenca), Magíster en Administración de Empresas (Universidad Técnica de Machala). Se desempeña como docente titular de la Universidad Metropolitana del Ecuador sede Machala. Sus temas de interés están relacionados con el análisis financiero de pymes, emprendimiento y gestión económica de negocios. Su producción científica está disponible en Google Académico.



**Katia Saldaña-Hurtado**

<https://orcid.org/0009-0008-5882-7541>

Economista (Universidad Metropolitana del Ecuador). Actualmente se desempeña en el sector financiero popular y solidario.



**Jorge Lozano-Espinoza**

<https://orcid.org/0009-0001-7865-2485>

Economista (Universidad Metropolitana del Ecuador). Actualmente se desempeña como Gestor de Servicios Bancarios. Sus temas de interés están relacionados con el análisis financiero, el estudio del riesgo crediticio y la gestión de operaciones bancarias.



**Adrián Curillo-Aguilar**

<https://orcid.org/0009-0005-0990-4350>

Economista (Universidad Metropolitana del Ecuador).



**Cristina Jaramillo-Aguilar**

<https://orcid.org/0000-0002-7052-3443>

Economista (Universidad Metropolitana del Ecuador).



**Emily Espinoza-Scaldeferri**

<https://orcid.org/0000-0001-6625-2997>

Economista (Universidad Metropolitana del Ecuador).



**Camila Luna Bustamante**

<https://orcid.org/0009-0008-9213-4132>

Economista (Universidad Metropolitana del Ecuador).



**Andy Rogel Gallardo**

<https://orcid.org/0009-0003-5757-614X>

Economista (Universidad Metropolitana del Ecuador).



**Gabriela Ruiz-Rivas**

<https://orcid.org/0009-0007-3377-1994>

Economista (Universidad Metropolitana del Ecuador).

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Ahorro 3, 7, 9, 10, 12, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 39, 42, 44, 47, 49, 50, 51, 55, 58, 59, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 75, 107, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 124, 135, 143, 145, 148, 149, 150, 166, 173, 174, 179, 184, 198, 199, 200, 203, 205, 206, 207, 208

Ahorros 8, 32, 36, 49, 56, 58, 68, 173, 181

Asesoría 44, 195, 199, 202, 203, 204, 205

### B

Bienestar financiero 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 16, 18, 19, 20, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 32, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 51, 54, 67, 84, 85, 86, 87, 88, 91, 104, 106, 109, 111, 113, 139, 144, 167, 168, 169, 175, 176, 178, 179, 180, 181, 182, 184, 185, 186, 188, 189, 190, 191, 192, 193

### C

Conocimiento financiero 1, 2, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 20, 22, 23, 25, 26, 27, 28, 41, 49, 51, 88, 91, 106, 109, 150, 204

Crédito 1, 2, 7, 9, 28, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 48, 55, 56, 57, 58, 59, 62, 63, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 99, 100, 102, 103, 104, 106, 177, 200, 202, 205, 206

Cultura financiera 107, 139, 208

### E

Economía del hogar 76, 81, 140, 190, 191, 201

Economía familiar 3, 31, 114, 144, 167, 195, 196, 199, 201, 203, 205, 207

Educación financiera 1, 2, 3, 4, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 27, 28, 29, 30, 31, 33, 35, 37, 41, 42, 43, 44, 47, 50, 51, 52, 68, 69, 70, 76, 88, 90, 91, 92, 103, 104, 108, 109, 110, 113, 135, 136, 137, 139, 140, 142, 143, 144, 150, 164, 166, 167, 168, 169, 175, 177, 178, 180, 181, 182, 191, 195, 196, 197, 198, 199, 201, 202, 204, 205, 207, 208, 209, 210

### G

Gasto de consumo 1, 32, 34, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 63, 67, 77

### I

Identidad financiera 13, 14, 16, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 27, 28, 54, 169, 176, 182, 183, 184,

185, 186, 188, 189, 190, 191, 192

## M

Morosidad 34, 70, 76, 79, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 101, 102, 103

## P

Planificación 3, 7, 11, 27, 28, 32, 34, 39, 42, 43, 49, 67, 68, 82, 102, 104, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 120, 122, 124, 125, 127, 128, 129, 130, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 139, 140, 143, 144, 145, 149, 152, 164, 166, 168, 170, 175, 179, 180, 191, 195, 197, 200, 202, 203, 205, 206

Planificación financiera 32, 42, 49, 68, 82, 104, 107, 110, 112, 113, 114, 116, 117, 120, 122, 124, 125, 127, 128, 129, 130, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 139, 144, 164, 168, 179, 191, 200, 205

Presupuesto 3, 4, 104, 111, 112, 135, 172, 174, 179, 195, 199, 200, 206

Procrastinación 140, 141, 142, 143, 144, 145, 149, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168

## R

Remuneraciones 32, 34, 55, 56, 57, 59, 60, 61, 62, 63, 65, 66, 67, 181

## S

Satisfacción con la vida 6, 13, 15, 16, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 47, 48, 169, 178, 182, 183, 184, 187, 188, 189, 190, 192

## T

Tarjeta de crédito 76, 77, 78, 79, 80, 82, 87, 89, 90, 91, 92, 93, 102, 103, 200



**EDITORIA  
ARTEMIS**

**2025**