



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS

"ANÁLISIS DE LOS MEDIOS DE PAGO MÁS UTILIZADOS POR LOS DEMANDANTES AL MOMENTO DE REALIZAR SUS TRANSACCIONES DE DESEMBOLSO, EN LA CIUDAD DE LOJA"

Tesis de Grado previa la obtención del título de Ingeniero en Administración en Banca y Finanzas.

Autores: Mariela Elizabeth Rivas Cosíos
Katty del Cisne Serrano Bravo.

Director(a): Ing. Viviana Espinoza

Centro Universitario: Loja

2010

Ing. Viviana Espinoza

SUBDIRECTORA DE LA ESCUELA DE BANCA Y FINANZAS

C E R T I F I C A:

Que el presente trabajo realizado por las estudiantes Mariela Elizabeth Rivas Cosíos y Katty del Cisne Serrano Bravo, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

Loja, Noviembre del 2010

f).....

ACTA DE DECLARACIÓN Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Mariela Elizabeth Rivas Cosíos y Katty del Cisne Serrano Bravo declaramos ser autoras del presente trabajo y eximimos expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaramos conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

.....
Mariela Elizabeth Rivas C.
190048742-0

.....
Katty del Cisne Serrano B.
110446207-0

AUTORÍA

Las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de los autores.

.....
Mariela Elizabeth Rivas C.

.....
Katty del Cisne Serrano B.

DEDICATORIA

Con todo mi cariño para mi familia a la cual amo mucho, te agradezco por toda la paciencia mami, y a ti papi por confiar en mí, apoyarme siempre y estar en las buenas y en las malas.

Dedico mi esfuerzo a mis padres Heriberto Rivas y Lucia Cosíos, a mis hermanos, Yadira, Luis y Nicolás.

¡Gracias Dios mío, por todo!

Mariela Rivas C.

Dedico este trabajo a Dios por los padres tan maravillosos que me dio, los cuales me brindaron su apoyo incondicional durante cada uno de los años de mi vida, Dedico el presente trabajo a María y José mis padres, gracias por estar a mi lado y brindarme tan buenos valores que hicieron de mi una persona de bien, a mis hermanos que personifican a mis tres mejores amigos.

¡Te quiero mucho! A ti mi Riqui preciosa....

Katty Serrano B.

AGRADECIMIENTO

Nuestros agradecimientos a Dios por darnos la fuerza y la sabiduría para concluir nuestro trabajo.

Expresamos nuestra gratitud a todas aquellas personas que de una u otra manera hicieron posible llevar a cabo este proyecto; a nuestra Directora de Tesis, Ing. Viviana Espinoza, que con sus sabios conocimientos nos guio y oriento durante el transcurso de la elaboración del presente proyecto.

A nuestros padres, familiares y amigos, que con su apoyo y comprensión nos incentivaron para conseguir nuestro objetivo.

Mariela y Katty

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación a desarrollar comprende como objetivo analizar los medios de pago más utilizados por los demandantes al momento de realizar sus transacciones de desembolso, en la ciudad de Loja, ya que es importante como usuarios conocer cuál es la forma más solicitada de llevar a cabo sus actividades comerciales.

A continuación citamos un resumen de cada uno de los capítulos que integran nuestro trabajo de tesis.

El primer capítulo explica todo acerca de los medios de pago, conceptos, procesos, las diferentes formas que existen para realizar estas actividades, como ha evolucionado a través del tiempo y las facilidades que brinda.

El segundo capítulo abarca el Estudio Socio-Económico de Loja, su historia, cultura y un completo análisis de la información sobre el cantón Loja.

El tercer capítulo comprende el estudio de mercado en la ciudad de Loja, así como los resultados de las encuestas planteadas a los demandantes de los diferentes medios de pago y su aceptación en el medio.

Finalmente determinamos las conclusiones y recomendaciones.

Considerando que el dinero es el centro del desarrollo económico dentro de una ciudad, permitiendo a los demandantes adquirir o realizar cualquier tipo de transacción y de esta manera ahorrar tiempo y mejorar la calidad de vida.

RESUMEN EJECUTIVO

Las diversas formas de realizar las transacciones en nuestro país es un aspecto fundamental que se desarrollo en el presente proyecto, el cual consistió en seleccionar el sistema de pago que permita a los clientes abonar los productos o servicios que adquieran a través de las diferentes modalidades.

No todas las modalidades de pago son aplicables en los diferentes negocios ni tienen las condiciones adecuadas, es por ello que realizando un análisis de mercado a los consumidores de la Ciudad de Loja, se concluyo que el medio de pago de mayor demanda por las personas al momento de realizar sus transacciones es el dinero en Efectivo; el mismo que representa el 86% en la población masculina y el 77% en la población femenina, debido a los factores q influyen en la utilización de los mismos, como seguridad, rapidez, facilidad, confiabilidad y bajos costos.

Los factores mencionados anteriormente influyeron para que los consumidores lo utilicen y sean aceptados en nuestra sociedad de una manera diaria, para el pago de Bienes, servicios y cualquier tipo de obligaciones.

Con el avance de la tecnología las personas tienden a cambiar sus preferencias o adaptarse a los cambios, es por ello que tenemos también las tarjeta de crédito que constituyen el 52% y 56% en hombres y mujeres respectivamente, convirtiéndose en el segundo medio de pago de mayor demanda en el medio, usado en su gran mayoría por los jóvenes, ya sea para consumo de bares, restaurant, etc. brindando las facilidades de poder diferir los gastos para un periodo de tiempo mayor a un mes, constituyéndose en un trámite muy fácil y rápido de realizar.

La finalidad de esta Investigación es ofrecer a la Población de Loja los distintos medios de pago, de forma que sea el usuario el que elija que medio de pago desea utilizar para realizar sus transacciones, sean estas: efectivo, crédito, cheques, letras, etc.

TABLA DE CONTENIDO

Portada	i
Certificación.....	ii
Cesión de Derechos	iii
Autoría.....	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Introducción.....	vii
Resumen Ejecutivo	viii
Tabla de Contenidos	ix

CAPÍTULO UNO

1. MEDIOS DE PAGO.....	2
1.1 ¿Qué son los medios de Pago?.....	2
1.2 ¿Proceso de Compra del Consumidor?	4
1.2.1 Organización de compra (quien participa en la compra).....	5
1.2.2 Ocasión de compra (cuándo compran los consumidores)	5
1.2.3 Objetivos de compra (por qué compran los consumidores)	6
1.3 Pagos en Efectivo.....	6
1.4 Pagos a Crédito.....	8
1.4.1 El riesgo de cobro	8
1.4.2 Obligación de Pago	9
1.5 Pagos con tarjeta de crédito	9
1.5.1 Problemas más frecuentes.....	11
1.5.2 Precauciones	12
1.6 Pagos con Cheques	12
1.6.1 Clases de Cheques	13
1.6.2 Lugar y Plazo de cobro	14
1.6.3 Impago de Cheques.....	14
1.6.4 Precauciones	15
1.7 Transferencias Bancarias	16

1.7.1 ¿Cómo enviar una transferencia?	16
1.8 Depósitos Bancarios.....	17
1.8.1 Tipos de Deposito	18
1.8.2 Características	18
1.9 Letras de Cambio	19
1.9.1 Requisitos	20
1.9.2 Inconvenientes Requisitos.....	22

CAPÍTULO DOS

2. ESTUDIO SOCIO-ECONÓMICO DE LOJA.....	24
2.1 Historia	24
2.2 Cultura.....	25
2.3 División Política	27
2.3.1 Parroquias Urbanas	27
2.3.2 Parroquias Rurales.....	27
2.3.3 Distritos	27
2.3.4 Infraestructura.....	28
2.4 Características Generales de Loja.....	29
2.4.1 Limites del Cantón Loja.....	29
2.4.2 Población de Loja.....	30
2.4.3 Población por Sexo	30
2.4.4 Población por Edades	30
2.4.5 Distribución poblacional según parroquias urbanas.....	31
2.4.6 Porcentaje de Población, según nivel de instrucción	32
2.4.7 Población económicamente activa y población económicamente inactiva	32
2.4.8 Población según grupos ocasionales	32
2.4.9 Población según rama de actividades	33

CAPÍTULO TRES

3. ESTUDIO DE MERCADO	35
3.1 Métodos y Técnicas.....	35
3.2 Aplicaciones de las Encuestas	35
3.3 Tamaño de la Muestra.....	35
3.4 Distribución Muestral	36
3.5 Variables de Estudio.....	39
3.6 Levantamiento de las encuestas a los habitantes de las Parroquias urbanas de Loja	39
3.7 Análisis de Resultados Loja.....	40
3.7.1 Sexo.....	40
3.7.2 Estado Civil	41
3.7.3 Ocupación.....	42
3.8 Información Comercial.....	43
3.8.1 ¿Qué medio de Pago conoce?.....	43
3.8.2 ¿Marque del 1 al 5 los medios de pago que Ud. Mas utiliza, siendo uno (1) la prioridad más alta y cinco (5) la prioridad más baja?	44
3.8.3 ¿Cuáles son las razones que le motivaron para utilizar el medio de pago seleccionado como alternativa 1 en la pregunta anterior?	46
3.8.4 ¿Con que frecuencia utiliza el medio de pago de mayor prioridad seleccionada en la pregunta 2.2?	48
3.8.5 ¿En qué tipo de establecimiento Ud. utiliza el medio de pago seleccionado en la pregunta 2.2?	49
3.8.6 ¿Para qué tipo de operaciones utiliza las diferentes formas de pago?	50
3.8.7 ¿Los ingreso que Ud. Tiene son destinados a: Marque las respuestas siendo uno (1) la prioridad más alta y cuatro (4) la prioridad más baja?	51
3.9 Análisis General	53

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	55
Conclusiones.....	55
Recomendaciones.....	56
BIBLIOGRAFÍA.....	57
ANEXOS	58

CAPÍTULO I

1. MEDIOS DE PAGO

1.1. ¿QUÉ SON LOS MEDIOS DE PAGO?

Las dificultades encontradas obligaron a quienes intercambiaban productos a escoger una sola mercancía, o un grupo reducido, que sirviera de medio de cambio para conseguir otros productos. Esta mercancía debía ser aceptada por todos como medio de cambio, reflejando poder de compra.¹

Las primeras formas de dinero - mercancía fueron el ganado, tabaco, cueros y pieles, collares de perlas, conchas, ciertas piedras, aceite de oliva, cerveza y licores, algunos metales, etc. (incluso, mujeres y esclavos). Con el paso del tiempo y la generalización de la actividad comercial, los metales preciosos, sobre todo el oro y la plata, desplazaron las otras formas de dinero-mercancía y se constituyeron en el instrumento monetario por excelencia.

Las características del oro y la plata, por ejemplo, eran las que más se adecuaban a las circunstancias del intercambio. Su facultad para conservar valor, su divisibilidad, su facilidad para el transporte y almacenamiento, permitían a su dueño planificar su gasto al ritmo de sus necesidades y deseos el valor de estos metales oscilaba poco, lo cual garantizaba que conservasen su poder de compra a través del tiempo. Además, en el caso del oro su densidad y brillo lo hacían casi imposible de falsificar.

Una gran diferencia del dinero-metal con los billetes y monedas que usamos actualmente es el valor que poseen los metales por sí mismos. Así, además del valor del cambio, el dinero-metal tenía un valor de uso intrínseco.

El uso del dinero-metal duro varios siglos. Al principio, el pago se hacía pesando el metal y estableciendo la cantidad requerida para tal o cual transacción.

El valor de los productos se media en peso-oro o peso-plata, lo que no dejaba de ser un proceso cuidadoso y complicado de medición en el momento de hacer las transacciones.

¹ Martínez Coll, Juan Carlos (2001): "El dinero y la política monetaria" en La Economía de Mercado, virtudes e inconvenientes <http://www.eumed.net/cursecon/12/index.htm> edición del 27 de marzo del 2007.

En la actualidad uno de los aspectos de mayor preocupación genera en los usuarios y empresarios en general es la seguridad y el pago de las operaciones realizadas.

La decisión más acertada, para ofrecer al usuario distintos medios de pago, de forma que sea el mismo quien elija que medio de pago quiere utilizar. Así, los consumidores valoran muy positivamente disponer de distintos formas de pago.

Comprar y pagar lo que adquirimos es un acto rutinario. Quizá no somos plenamente conscientes de la importancia de ese hecho en nuestras vidas. Es algo que hacemos todos los días, muchas veces al día. Es una actividad necesaria, imprescindible para nuestra supervivencia

Nuestra capacidad de compra es signo de nuestro estatus social. La capacidad de compra de una sociedad es el mejor índice de su grado de desarrollo. Además, practicar la compra es uno de los ejercicios más agradables... casi siempre.

Hay ocasiones que comprar no es agradable, ya que muchas de las veces la forma de pago resulta engorrosa y molesta. Es muy desagradable que el vendedor no me acepte el dinero que le estoy ofreciendo por que no le sirva a él; que no me lo acepte por que no tiene cambio; que me rechacen la tarjeta de crédito; o que en el momento de pagar descubramos que no tenemos el dinero previsto porque lo hemos perdido o nos lo han robado.

La expansión de la actividad económica en el último siglo, el aumento exponencial del número de transacciones y su diversidad han provocado la aparición de nuevos instrumentos financieros adaptables a las más sofisticadas necesidades. El surgimiento de Internet como una nueva vía de comunicación es un paso más en el fenómeno de la creación de medios financieros. Los pagos en el ciberespacio necesitan unos medios específicos, una adaptación de los medios preexistentes.

Por todo lo mencionado anteriormente podemos decir que “los medios de pago son las diferentes formas o maneras que los consumidores finales, tienen a su

disposición al momento de realizar sus transacciones ya que estas representan para ellos la manera más fácil y rápida de efectuar una liquidación²ⁿ.

Por ello, en este capítulo se ofrece información adicional sobre las distintas modalidades de pago que tenemos en nuestro medio.

1.2. PROCESO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR.

El proceso de compra de los consumidores es el objetivo de compra, es decir que compran los consumidores; es por ello que existe un vasto número de productos que puede adquirir el consumidor, los cuales pueden clasificarse aplicando diferentes criterios.

Sobre la base de su proporción de consumo y tangibilidad, hay tres categorías de productos:

Duraderos. Artículos tangibles que sobreviven a muchos usos.

No duraderos. Artículos tangibles que se consumen en uno o pocos usos.

Servicios. Actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en venta.

Los productos también pueden clasificarse de acuerdo a los hábitos de compra del consumidor:

1. De uso común.
2. De comparación.
3. De especialidad.
4. No buscados.
5. De urgencia.

Comprende a todos los individuos y familias que adquieren bienes y servicios para consumo personal o familiar. Los consumidores varían mucho en cuanto a edades, ingresos, nivel educativo, patrones de movilidad, gustos y preferencias.

Para distinguir grupos homogéneos, se aplica la segmentación de mercados, con el fin de crear productos y servicios diseñados para sus necesidades particulares.

² Revista Dinero , El dinero y la política monetaria , Edición 261, octubre – 07

1.2.1.Organización de compra (quién participa en la compra).

Una tarea importante es identificar quién es el cliente o la unidad que toma la decisión de compra para un producto o servicio. Existen 5 diferentes papeles (roles), que una persona puede desempeñar en una decisión de compra:

1. **Iniciador.** Quien sugiere o piensa por primera vez en comprar ese producto o servicio en particular.
2. **Influenciador.** El que explícita o implícitamente ejerce influencia en la decisión final.
3. **Decididor.** Quien determina alguna parte o el total de la decisión: si se compra. Qué se compra, cómo, cuándo y dónde comprar.
4. **Comprador.** Quien realiza la compra real.
5. **Usuario.** Quien o quienes usan o consumen el producto o servicio.

Existen diversas características familiares que pueden indicar la relativa influencia de los diferentes miembros en la decisión de compra. Una de estas características es el centro de la autoridad familiar, distinguiéndose, sobre esta base, cuatro tipos de familias:

Autónoma. Los esposos, por separado, toman igual número de decisiones.
Dominio del marido. Es el varón el que toma la mayoría de las decisiones.
Dominio de la mujer. En este caso, la mayoría de las decisiones las toma la mujer.

Sincrética. La mayoría de las decisiones las toma conjuntamente la pareja. En un momento dado, todos los tipos de familia pueden encontrarse, aun cuando las proporciones relativas pueden fluctuar. El tipo de producto y que se piensa adquirir, y su costo, también determinan, en parte, el centro de autoridad.

1.2.2.Ocasión de compra (cuándo compran los consumidores).

La frecuencia de compra de un producto depende de su ritmo de consumo. Puede utilizarse la variable de segmentación de tasa de uso: grandes, medianos y pequeños usuarios.

La proporción de compras también se ve afectada por la temporada. Las ofertas y descuentos de fuera de temporada pueden ser utilizados para nivelar la demanda. Las compras de los consumidores también varían en lo tocante al momento del día, la semana y la hora en que es más probable que se realicen. Por último, las condiciones económicas también afectan la oportunidad de compra, especialmente en el caso de artículos duraderos y de especialidad.

1.2.3. Objetivos de compra (por qué compran los consumidores).

Buscan satisfacciones para sus necesidades fisiológicas, sociales, psicológicas y espirituales, a través de productos y servicios. El consumidor verá a un producto como un conjunto de atributos y les concederá valores distintos a cada uno de esos atributos, reflejando qué es lo que él busca.

Asimismo, cada marca tendrá distintos atributos y el consumidor elegirá aquella que maximice la relación valor/satisfacción/costo.³

1.3. PAGOS EN EFECTIVO.

Los pagos en efectivo es un medio de cambio generalmente aceptado para el pago de bienes y servicios y la amortización de deudas. El cual sirve como medida del valor para tasar el precio económico relativo de los distintos bienes y servicios.



Los billetes bancarios, que a menudo suelen ser imprimidos por empresas privadas, están fabricados con un papel especial de alta calidad, con marcas de agua, tiras metálicas y otros mecanismos que evitan la falsificación⁴.

³ Revista Dinero , El dinero y la política monetaria , Edición 261, octubre – 07

⁴ Revista de Finanzas Personales, Edición 18 de agosto del 2006 – Pagina 4

Se utilizan también técnicas de impresión muy sofisticadas para evitar la falsificación y los diseños de los billetes bancarios suelen incluir elementos que intentan ser especialmente difíciles de copiar y las dos caras se imprimen por separado para después añadir los números de serie y tachar con estrellas la numeración de aquellos billetes dañados durante el proceso de producción⁵.

El efectivo es un medio de pago de aceptación general. Esta proviene de la autoridad pública y de las costumbres. Cualquier mercancía susceptible de ser usada como medio de cambio, como patrón común de los precios de las demás mercancías y como medio de realización de pagos diferidos.

Su valor debe ser por lo tanto, estable, aunque en la actualidad la inflación, con el consiguiente aumento de precios, reduce constantemente su poder adquisitivo.

Diversas teorías explican los mecanismos monetarios, siendo una de las más conocidas (aunque ya superada) la teoría cuantitativa, según la cual la masa del dinero multiplicada por su velocidad de circulación debe igualar el valor total de los bienes producidos, es decir, determina los precios de las mercaderías. Las funciones del dinero como medio de cambio y medida del valor facilitan el intercambio de bienes y servicios y la especialización de la producción.

Sin la utilización del dinero el comercio se reduciría al trueque o intercambio directo de un bien por otro; éste era el método utilizado por la gente primitiva y, de hecho, el trueque se sigue empleando en algunos lugares.

En una economía de trueque, una persona que tiene algo con lo que comerciar ha de encontrar a otra persona que quiera eso mismo y que tenga algo aceptable para ofrecerle a cambio.

En una economía monetaria, el propietario de un bien puede venderlo a cambio de dinero, que se acepta como pago, y así evita gastar el tiempo y el esfuerzo que requeriría encontrar a alguien que le ofreciese un intercambio aceptable. Por lo tanto, el dinero se considera como la pieza clave de la vida económica moderna.

⁵ Revista Dinero – Marzo / 2008 – edición 305. Página 27

1.4. PAGOS A CRÉDITO.

El crédito, o la utilización de una promesa de pago futura, es un complemento valiosísimo del dinero en la actualidad. La mayor parte de las transacciones económicas se hacen mediante instrumentos crediticios más que con monedas.

Los pequeños gastos normalmente se pagan al contado. Sin embargo, cuando se efectúa una compra de un importe medio o alto también existe la posibilidad de pagar a plazos, es decir, en lugar de abonar su importe en el momento de la adquisición irlo pagando periódicamente en un determinado número de veces.

Los plazos normalmente suelen ser mensuales. O sea, que una vez al mes se paga una parte de la deuda, aunque también pueden ser trimestrales o pactarse unas fechas entre el comprador y el vendedor. Pagar a plazos y sin intereses está de moda, aunque no siempre es posible.

1.4.1. El Riesgo de Cobro.

De hecho, en ocasiones, aplazar los pagos no es rentable. Algunos vendedores efectúan descuentos a quienes pagan al contado. Esta estrategia les ayuda a librarse de impagos, uno de los riesgos que más preocupa a cualquier proveedor. Una venta con pago al contado o a la vista reduce el peligro. Si se le da al cliente la posibilidad de aplazar su obligación de pago aparece el riesgo de crédito.

Ambos riesgos tienen que ver con la insolvencia del comprador, su falta de liquidez, etc. Por ello, para no correr riesgos, muchos establecimientos realizan descuentos por "pronto pago".

No obstante, en estos tiempos en los que muchos hogares tienen dificultades para llegar a fin de mes, la competencia de la oferta pasa por la flexibilidad en los pagos. Las condiciones de financiación se han convertido en un elemento determinante a la hora de cerrar numerosas transacciones comerciales.

1.4.2. Obligación de Pago.

El abuso del crédito como instrumento de ventas puede poner en peligro la solidez financiera de una empresa. Pero, como la práctica lo exige, se habilita en multitud de comercios. Así, son cada vez más los establecimientos que anuncian el pago a plazos sin intereses. El coste suele incluirse en el precio final y los trámites se traspasan a bancos y cajas. Y si el crédito no fuera preciso, siempre el vendedor puede decidir aplicar una reducción del importe del producto basada en el pago dentro de un período breve previamente especificado. De no ser así, al solicitar financiación el cliente observará cómo el montante final se encarece un tanto por ciento que variará dependiendo de los intereses

Las condiciones que normalmente definen la manera en que se desarrolla la obligación de pagar del comprador dependen de algunos factores como el importe económico del producto y su naturaleza, y las circunstancias del vendedor. Los establecimientos menos fuertes financieramente se ven obligados a exigir el pago al contado o con plazos más cortos y condiciones de crédito más precarias.

El cliente es quien en última instancia debe valorar si le conviene o no aprovechar las ventajas que de entrada le ofrece pagar a plazos.

1.5. PAGOS CON TARJETA DE CRÉDITO.

Es un documento que permite a su titular efectuar compras o servicios sin realizar su pago de forma inmediata. Se solicita en una entidad bancaria y se aceptan las condiciones que esta ponga⁶.

La tarjeta supone un contrato especial entre el emisor (banco) y el comerciante; el banco se compromete a pagar la factura, el comerciante a aceptar pago con tarjeta y también a abonar un porcentaje de la venta. Las tarjetas también suponen servicios adicionales como seguros de viaje, seguros de accidente, en determinados casos robo⁷

⁶ Araya Celestino y Alberti Edgardo, "Tarjeta de Crédito", septiembre 2009, Página 44

⁷ Fargosi Horacio, "Esquicio sobre las tarjetas de crédito", Agosto / 2009, Página 32

Para ser titular de una tarjeta basta con ser mayor de edad, y ser titular de un depósito bancario (cuenta en el banco). Por regla general tienen un límite máximo de crédito y también límite diario.

La tarjeta de crédito o débito es sin duda un medio de pago muy utilizado. Y no sólo para sacar dinero en efectivo, sino que ya se ha convertido en la forma más cómoda, sencilla de efectuar los pagos.



Las dos modalidades de tarjeta son el débito y el crédito. Con la primera de ellas, el cargo de la compra es instantáneamente descontado del saldo de la cuenta asociada a la tarjeta y si no hay suficiente, no se podrá realizar la compra.

De hecho cuando se realiza una transacción con la tarjeta de débito el comercio comprueba a través del datafono la maquinita con la que cuentan los comercios para pasar la tarjeta si existe saldo o no.

Sin embargo al utilizar una tarjeta de crédito, el usuario puede pagar todas las compras que realice en diferido, dentro del plazo convenido con la entidad emisora de la tarjeta. Se obtiene de esta manera financiación gratuita. Así, a diferencia de la de débito, no es necesario tener dinero en la cuenta asociada a la tarjeta para realizar la compra.

El crédito que se obtiene depende, claro está, de la situación económica de su poseedor. El banco pide siempre datos como la declaración de la renta, las últimas nóminas o justificantes de ingresos de dinero para asegurarse de cuánto crédito se le puede dar a una persona.

1.5.1. Problemas más frecuentes.



Las tarjetas de crédito nos dan la tranquilidad de disponer de dinero sin tener que llevarlo encima, pero no están exentas de riesgos. El primero, no hay duda, es que la tarjeta no funcione cuando se va a utilizar, por diversas razones. La banda magnética puede fallar, el crédito se puede haber agotado... Estas situaciones no son agradables pero lo que más preocupa a los consumidores son los fraudes que se cometen con ellas.



El más habitual es el robo. Muchas veces el robo no es únicamente de la tarjeta, sino de los documentos de identidad de su dueño por lo que al “caco” no le es difícil hacer uso de la tarjeta en cualquier establecimiento. Otras veces tienen identificados aquellos comercios en los que no acostumbran a pedir el carné.

No es extraño oír comentar a alguien que en tan sólo dos horas le han hecho un desfalco en la tarjeta de varios cientos de dólares. Lógicamente lo importante es darse cuenta cuanto antes del robo y bloquear la tarjeta inmediatamente.

Pero lamentablemente el fraude con las tarjetas de crédito ha evolucionado peligrosamente en los últimos años. Teniendo la tarjeta de crédito en la cartera es posible que otra persona la esté utilizando.

Cabría pensar que Internet tiene cierta culpa en esto, pero lo cierto es que estamos expuestos cada vez que entregamos nuestra tarjeta. Con el número y la fecha de caducidad es posible hacer compras no sólo por Internet sino también por teléfono. Y esta es una información confidencial a la que tiene acceso cualquier camarero o dependiente.

1.5.2. Precauciones:

A pesar de los riesgos que conllevan las tarjetas de crédito su gran utilidad compensa. Además, los bancos tras presentación de denuncia a la policía y un escrito explicando los hechos tramitan la devolución del dinero estafado.

No está de más en cualquier caso tomar ciertas precauciones como:

- Firmar la tarjeta en el momento en que se recibe.
- Revisas el saldo de su cuenta o los movimientos de la tarjeta de crédito periódicamente.
- No perder la tarjeta de vista siempre que sea posible
- Guardar o destruir aquellos tickets en los que aparecen el número y fecha de caducidad de la tarjeta

1.6. PAGOS CON CHEQUES

Documento regulado en la ley cambiaria y del cheque que recoge los requisitos que el documento debe cumplir:

- Expresión de “páguese por este cheque” inserta en el documento.
- Mandato de pagar una determinada cantidad.
- Nombre de quien ha de pagar el cheque a su presentación (librado) que necesariamente va a ser un banco o una entidad de crédito.
- Lugar de pago.

- Fecha y lugar de la emisión del cheque.
- Firma del que expide el cheque (librador) la firma ha de ser de puño y letra.
- Los bancos facilitan los talonarios de los cheques a aquellas personas que suscriban una cuenta corriente para que puedan disponer de su dinero. Es necesario que los bancos registren las firmas de los titulares de las cuentas en unos documentos que se llaman cartulinas de firmas para comprobarla siempre que se quiera obrar un cheque.

El librador debe tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- La firma debe ser autógrafa e identificable con la que supone el banco.
- No es obligatorio consignar el nombre del librador (el que lo firma, el que lo hace)
- El librador garantiza al tomador o tenedor el pago del cheque



El cheque no es un medio de pago común, salvo para grandes compras como pueden ser la casa o el coche. En cualquier caso, para saber cómo usarlo, conviene tener claras cuáles son sus características, ventajas y desventajas. Mediante el cheque una persona, denominada librador, ordena a un banco o entidad de crédito, denominada librado, que pague una cantidad de dinero concreta de su cuenta corriente al tomador (poseedor del cheque).

1.6.1. Clases de cheques:

Existen diferentes tipos de cheques según la forma en que el tomador tenga derecho a recibir el dinero:

- Cheque al portador: Cualquier persona que tenga en su poder este cheque podrá cobrarlo.
- Cheque nominativo: Estos cheques indican explícitamente a la persona a la que ha de pagarse el cheque. Nadie más que la persona indicada podrá ser el tomador.
- Cheque endosado: Un cheque nominativo puede ser endosado o lo que es lo mismo, transmitido a otra persona. Para ello el tomador debe firmar el reverso del cheque indicando "Páguese por este cheque a..." y la fecha. La persona que transmite el cheque mediante endoso se denomina endosante y quien lo recibe endosatario. Si no aparece un endosatario es lo que se llama endoso en blanco.
- Nominativo no a la orden: Los cheques en los que se indica "no a la orden" impiden que el tomador pueda endosarlo.
- Cheque cruzado general: Si se trazan en el cheque dos líneas diagonales paralelas, anotándose en el interior de esas líneas las expresiones Banco y compañía o su abreviatura y Cía. se obliga al tomador a ingresar ese dinero en cuenta.
- Cheque cruzado especial: Este cheque presenta entre las líneas cruzadas el nombre del banco al que se puede presentar al cobro, ingresando su importe en la cuenta del tomador.
- Cheque conformado: Con él, el banco certifica que en la cuenta del librador hay fondos suficientes para hacer frente al pago del mismo hasta una fecha concreta, normalmente quince días. El coste de este tipo de cheques para el librador es del 0,1% con mínimos que marca el banco librado.

1.6.2. Lugar y plazos de cobro:

Un cheque puede cobrarse en el domicilio del librado, o la dirección de la sucursal bancaria que aparece en el documento. Pero también el tomador puede presentarlo en otro banco, que se encargará de cobrarlo e ingresar su importe en cuenta, con la correspondiente comisión, claro. En el caso de

que el cheque sea cruzado sólo podrá hacerse en una cuenta del tomador. En cuanto a los plazos, varían según el lugar de emisión del cheque.



El plazo comienza a contar a partir del día que consta como fecha de emisión. Se incluyen en el plazo los días no laborables, salvo el de vencimiento, que se retrasaría al primer día hábil siguiente.

Si se ha pasado el plazo sólo se podrá cobrar el cheque si aún hay fondos y la orden de pago no ha sido revocada por el librador.

Hay que tener en cuenta que la fecha de emisión cuenta para el final del plazo y no para el comienzo. El cheque es un título emitido a la vista, es decir, vence en el momento que se presenta al cobro aunque sea anterior a la fecha de emisión. De hecho existe la modalidad de cheque pos datado que circula antes de la fecha de emisión y se pueden cobrar antes de esa fecha. La ventaja es que el tomador tiene más opciones para endosarlo.

1.6.3. Impago del cheque.



Si el librado no paga, por no haber fondos en la cuenta del librador, el tenedor del cheque puede ejercitar una acción de regreso contra los endosantes o el librador justificándolo de alguna de las siguientes formas:

Para demostrar la falta de pago se pueden usar los siguientes medios:

- Protesto notarial, el notario levanta acta del impago.

- Declaración del banco librado, escrita en el mismo cheque, indicando la parte que se pagó o que no se pagó nada.
- Por una declaración fechada de una cámara o sistema de compensación, en la que conste que el cheque ha sido presentado en el plazo.
- El plazo para el protesto o las declaraciones indicadas es el de la presentación. Si el cheque se presenta el último día del plazo, se amplía a los dos días hábiles siguientes.

1.6.4. Precauciones a tomar:

El cheque es un medio de pago bastante seguro pero conviene tener en cuenta ciertos consejos para evitar el fraude:

- No tener nunca cheques en blanco firmados.
- No rellenar el cheque hasta el momento de utilizarlo.
- Evitar extender cheques al portador, ya que en caso de pérdida o robo cualquiera puede cobrarlos.

1.7. TRANSFERENCIAS BANCARIAS.

La transferencia bancaria es un modo de mover dinero de una cuenta bancaria a otra. Es una manera de traspasar fondos entre cuenta bancarias sin sacar físicamente el dinero.

Es una forma muy común, se hacen entre cuentas de una misma persona física o jurídica en un mismo banco o también en diferentes bancos en diferentes países o entre cuentas de diferentes titulares.

Normalmente si las dos cuentas están en el mismo banco y son de la misma persona, se llama traspaso y no se suele cobrar comisión. A veces aún estando en el mismo banco, se cobra comisión por estar la cuenta de destino en otro lugar (otra ciudad o barrio) o pertenecer a una persona distinta.

También puede suceder que se desconozca el número de la cuenta de destino de la transferencia. Esto no impide que la transferencia se pueda realizar, pues

normalmente el banco de destino se encargará de buscarla, pero esto puede suponer que las comisiones que se cobren sean mayores.

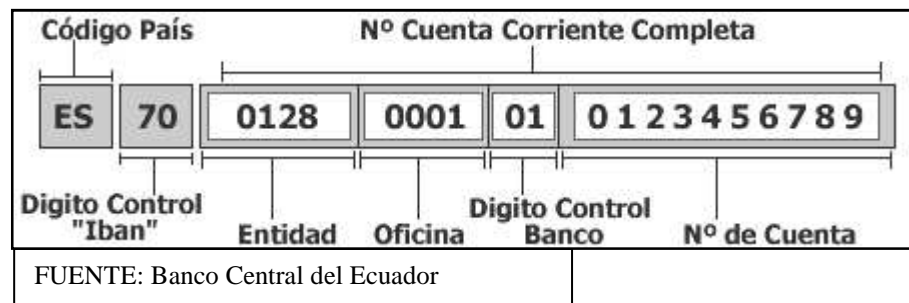
Para facilitar los pagos entre bancos se suelen utilizar Códigos de identificación bancaria nacionales e internacionales. El de mayor utilización internacional es el SWIFT, aunque actualmente se utilice cada vez más el IBAN promulgado por el Comité Europeo de Estándares Bancarios.

Los procedimientos que los bancos utilizan para llevar a cabo las transferencias cuyo destino está en otro banco varían dependiendo de si el banco de destino está o no en el mismo país y de la moneda en la que está expresado el importe.

1.7.1. ¿Cómo Enviar una Transferencia Bancaria?

Datos básicos para realizar sus transferencias a cualquier parte del mundo.

- Beneficiario (Nombre del titular o de la empresa dueña de la cuenta)
- Número de cuenta
- Banco Beneficiario
- Código Banco (ABA, SWIFT o CHIPS)



1.8. DEPÓSITOS BANCARIOS.

Los depósitos bancarios se introducen generalmente en la estructura monetaria de un país; el término oferta monetaria' refleja el dinero en circulación más los depósitos bancarios.

Los Depósitos Bancarios son la vía más segura para depositar los ahorros en los turbulentos tiempos que vivimos. Algunas ofertas cambian muy a menudo

por lo que es recomendable conocer todos los detalles de cada oferta antes de contratar el depósito bancario.

Los depósitos se pueden definir como el dinero depositado en un banco para que este proceda a su custodia. Los depósitos bancarios tradicionales se denominan "irregulares" debido a que en ellos existe la obligación de devolver el equivalente monetario que se ha depositado⁸.

1.8.1. Tipos de depósitos.

- A la vista, en los cuales la entidad financiera tiene la obligación de devolver los fondos, parcial o totalmente, depositados por el cliente cuando este lo desee.

Dinero que se deposita en cuenta corriente, por ejemplo, los depósitos bancarios que se pueden retirar sin aviso previo. Entrega de dinero títulos o valores a una institución bancaria con el objeto de que se guarden y se regresen mediante la presentación de un documento "a la vista" que ampare dichos bienes. Legalmente el depósito a la vista significa un crédito contra el activo de un banco; un ejemplo es la cuenta de cheques.

- A plazo, según los cuales el depositario debe esperar un determinado periodo de tiempo (previamente especificado) para recuperar los fondos confiados a la entidad financiera⁹.

1.8.2. Características.

- **Liquidez:** en cualquier momento el cliente puede proceder a retirar el dinero que previamente ha depositado.
- **Seguridad:** las entidades financieras están sometidas a un estricto control por parte del Banco y existe el Fondo de Garantía de Depósitos que, aunque no cubre todo el importe depositado, si lo hace en la mayoría.
- **Sencillez:** frente a otros productos de inversión o instrumentos financieros el depósito bancario ofrece el número mínimo de requisitos de formalización.

⁸ Banco Central del Ecuador, Octubre – 2009

⁹ Sistema Bancario o Banca; www.banca-o-sistema-bancario.html

En escasamente diez minutos podemos tener una cuenta abierta en una entidad financiera y depositar en ella nuestro ahorro.

Dentro de los depósitos que se pueden establecer en las diferentes entidades financieras encontramos la cuenta corriente y la libreta de ahorro.

La cuenta corriente es un contrato bancario mediante el cual el titular ingresa fondos en dicha cuenta, los cuales podrá retirar, incrementar o disminuir según su conveniencia. Es un depósito a la vista.

La cuenta corriente es un contrato bancario mediante el cual el titular ingresa fondos en dicha cuenta, los cuales podrá retirar, incrementar o disminuir según su conveniencia. Es un depósito a la vista. El peligro de este tipo de cuentas es disponer de más dinero del que tenemos depositado (descubierto), ya que ello dará lugar a la aparición de los llamados "números rojos"

Lo que ocasionará para el titular de la cuenta el cobro de comisiones e intereses (por lo general muy elevados) por el importe excedido hasta que se reponga a saldo cero la cuenta corriente.

Las cuentas corrientes ofrecen además de los servicios de protección y ahorro, otros como domiciliaciones, seguros de accidentes, anticipos de nómina, créditos preferenciales, etc.¹⁰

La cuenta de ahorro se diferencia de la anterior en que su soporte está constituido por una libreta de ahorro y no se permiten los descubiertos en cuenta y no disponen de talonario. La retirada de efectivo se puede realizar mediante la presentación de la libreta en el banco o la utilización de tarjeta de crédito o débito. Admite domiciliaciones de recibos y de nóminas.

¹⁰ Javier Ibáñez Galindo; El dinero como centro de interés de consumo, 1998. Página-72

1.9. LETRA DE CAMBIO.



La letra de cambio, o giro, es un tipo de documento mercantil en el que se establece el pago de una determinada cantidad de dinero en una fecha concreta de vencimiento. A través de un escrito, una persona, denominada librador, ordena a otra, llamada librado, el pago de una cantidad a un tercer individuo, el beneficiario o tomador, con el aval de un fiador que garantiza el pago de la letra.¹¹

Uno de los puntos que diferencia una letra de cambio de un cheque es que en este último la que aparece como obligada al pago es siempre una entidad bancaria, que hace de intermediario.

1.9.1. Requisitos de una Letra de Cambio.

Para que una letra de cambio sea efectiva debe cumplir las obligaciones legales establecidas por el Código de Comercio. Si va a firmar un documento de este tipo es muy importante que las tenga en cuenta, así evitará enfrentarse a situaciones imprevistas a la hora de hacer efectivo su valor.



¹¹ Joaquín López Pascual e Itina Sebastián González; Gestión Bancaria: los nuevos retos, 1998. Pág. 41,42

Los morosos profesionales saben cómo valerse de las carencias formales del documento para evitar el cobro a los acreedores, por eso, antes de firmar una letra de cambio confirme que ésta cumple los siguientes requisitos:

- La denominación Letra de Cambio debe constar en el mismo texto del Título y en el mismo idioma empleado en la redacción del documento.
- La orden de pago, clara y simple, tiene que referirse a una suma determinada en moneda nacional o extranjera admitida a cotización oficial.
- El nombre del pagador (Librado) debe figurar en el documento y su obligación de cumplimiento quedar recogida cuando firme lo que en la letra se denomina 'acepto'.
- La fecha de vencimiento ha de estar indicada, si no aparece claramente expresada se entenderá pagadera 'a la vista', lo que quiere decir que no podrá presentarse al pago hasta un año después de la fecha de emisión o libramiento.
- El lugar de vencimiento. Salvo que se indique otra cosa, se considera como el lugar de su domicilio y como el lugar en el que se ha de efectuar el pago.
- El nombre de persona a cuyo cargo debe efectuarse el pago (tomador).
- La fecha y el lugar que acrediten dónde y cuándo se ha emitido la letra. Si no se indica el sitio de la emisión se considera como tal el lugar que aparece reseñado junto al nombre del 'librador' o emisor de la letra.
- La firma del que gira la letra (Librador).

Muchas letras se formalizan en blanco, constando únicamente el nombre del obligado al pago y su 'acepto'. Posteriormente, según cómo discorra la relación comercial, se van completando los requisitos formales hasta que la letra sea efectivamente cobrable.

1.9.2. Inconvenientes para los Consumidores.



En su origen medieval las letras de cambio tenían un carácter netamente mercantil, al permitir un pago posterior en otro lugar y en otra moneda lo que evitaba a cualquiera de las partes llevar el dinero literalmente encima.

Hoy, sin embargo, también se utilizan en operaciones con consumidores, y es sobre todo en este apartado en el que presentan una serie de inconvenientes que no está de más saber:

- La firma de una letra obliga al consumidor a cumplir con el pago independientemente del estado final del producto o del cumplimiento del servicio por parte del comerciante.
- La negativa a pagar por parte de consumidor conlleva una posible reclamación judicial con unos gastos añadidos, además de los intereses de demora.

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO SOCIO-ECONÓMICO DE LOJA.

2.1 HISTORIA.



FUENTE: Ilustre Municipio de Loja.

La Fundación de Loja, está ligada a los vaivenes armados de los más inquietos y célebres conquistadores españoles. Tuvo dos fundaciones, la primera fue en el valle de Garrochamba en 1546, con el nombre de La Zarza, bajo orden del General Gonzalo, y la definitiva realizada probablemente el 8 de Diciembre de 1548 por el lojano de Granada Alonso de Mercadillo, en el valle de Cuxibamba, "Llanura alegre o risueña" situado entre dos ríos pequeños: El Malacatos y el Zamora y al pie de la cordillera o serranía El Villonaco¹².

El General Pizarro mandó fundar Loja con la intención de tener una ciudad fortaleza equidistante de las poblaciones en las que se había encontrado oro, esto es Zaruma y Nambija.



FUENTE: Ilustre Municipio de Loja.

El acto patriótico tuvo lugar en San Sebastián, cuando el pueblo revestido de gran civismo irrumpió hacia la Plaza Mayor. El movimiento libertario fue encabezado por Ramón Pinto, José María Peña, Nicolás García, José Picoita y Manuel Zambrano.

¹² INEC. Febrero 17, 18, 22 de 2010

La última fundación fue realizada por Don Alonso de Mercadillo, quien era natural de la ciudad española de Loja, añejas calles recuerdan su pasado colonial, con sus iglesias y rincones, sus bellos zaguanes y patios, Loja es una ciudad para conocer y explorar en Granada. En las crónicas de la conquista española, esta ciudad es nombrada como LOXA. Se asentó presumiblemente sobre una ciudad de los nativos americanos preexistente. Los pobladores de este valle se denominaban "Paltas" o al menos con esa denominación les reconocieron los conquistadores españoles¹³.

Enclavada en el rincón más bello de la sierra ecuatoriana, la ciudad de la música y la poesía es una de las más antiguas del país, esta ciudad se levanto en medio del delta que forman los ríos Malacatos y Zamora.

En 1979, la Unión Astronómica Internacional aprobó dedicar un cráter a la ciudad en el planeta Marte, conocido como Loja.

2.2 CULTURA

Loja tiene características muy especiales que le dan una propia identidad, es una región de la patria ecuatoriana donde el desafío permanente de una naturaleza agreste y dura ha forjado un tipo de hombre abierto a la solidaridad, a la creatividad cultural y a la lucha solidaria por la supervivencia y el progreso; ser extranjero o forastero casi constituye un privilegio, la hospitalidad y cordialidad del lojano resalta y enaltece sus mejores tradiciones.

Loja se ha distinguido en todos los tiempos por una definida vocación por la música de sus habitantes y por cultivar el género musical, entre hombres y mujeres de todos los estratos sociales.



¹³ INEC. Febrero 17, 18, 22 de 2010

De esta manera, podemos concluir que la música es para el lojano un lenguaje, una forma de expresión natural, profundamente ligada a su existencia. De todas las tradiciones o fiestas culturales, la más conocida es la que se vive con la llegada de la Imagen de la Virgen del Cisne a la ciudad de Loja, la rutinaria fisonomía de la urbe se transforma en un ambiente festivo, alegre y optimista.

Es algo así como, cuando una madre regresa al hogar luego de mucho tiempo de ausencia. Sus hijos no la abandonan un instante, sino que anhelan vivir junto al ser querido y añorado con intensidad existencial y entrañable.

El camino al hogar, a la oficina, al colegio, el camino a cualquier parte pasa por la Iglesia Catedral. Allí, la Reina Coronada de El Cisne recibe el tributo filial de sus devotos y prodiga a todos su protección. De todas partes del país y del Norte del Perú nuestra ciudad recibe una gran e inusual afluencia de fieles y turistas que vienen a ella con el único objetivo de visitar y rendirle culto a la taumaturga imagen¹⁴.

Mención especial nos merece la presencia de miles de azuayos en nuestra ciudad. En la práctica, son "los morlacos" quienes revisten de colorido las noches septembrinas de la Feria con la quema de chisporroteantes y piramidales castillos, juegos artificiales y policromados e inflados globos en envidiable viaje a las estrellas.

De manera paralela a las celebraciones religiosas se desarrolla una intensa actividad comercial protagonizada por lojanos, turistas nacionales y extranjeros. Es la ocasión para que la multifacética actividad de los lojanos se manifieste ante propios y extraños en toda su potencialidad y virtualidades.

En la Feria de Septiembre, los lojanos constatan el potencial económico de un pueblo que, a pesar del abandono y de la postergación en la que vive, ha aprendido a luchar y a convivir con una naturaleza adversa, acrisolando un espíritu de indeclinable tesón, tal es el caso de la producción agropecuaria y agroindustrial que, enraizada en una ancestral tradición, se manifiestan aún recias y robustas esperando días de redención científica y tecnológica, sin jamás doblegar su esperanza, tradición contumaz de la Feria, es la presencia de los clásicos bocadillos oriundos de diversos lugares del cantón Paltas, de

¹⁴ INEC. Febrero 17, 18, 22 de 2010

manera preferente, tales como San Antonio, San Vicente del Río, Las Cochas, El Pico, Olmedo, Buena Vista, Chaguarpamba, hoy Cantón; y Yamana, entre otros¹⁵.

2.3 DIVISIÓN POLÍTICA.

El cantón esta dividido políticamente, en 4 parroquias urbanas y 13 parroquias rurales y administrativamente está compuesta por 3 distritos y 46 barrios.

2.3.1 Parroquias urbanas:

- El Sagrario
- San Sebastián
- Sucre
- El Valle

2.3.2 Parroquias rurales:

- Chuquiribamba
- Chantaco.
- El Cisne
- Gualel
- Jimbilla
- Malacatos
- Quinara
- Santiago
- San Pedro de Vilcabamba
- San Lucas
- Taquil
- Vilcabamba
- Yangana

2.3.3 Distritos:

DISTRITO I: Pradera, Yaguarcuna, 18 de Noviembre, Pucará, Zamora Huayco, Orillas de Zamora, 24 de Mayo, San Sebastián, Central, Juan de Salinas, El Capulí.

¹⁵ INEC. Febrero 17, 18, 22 de 2010

DISTRITO II: Argelia, San Isidro, Punzara, Tebaida, Daniel Álvarez, Isidro Ayora, Perpetuo Socorro, Mira flores, San Pedro, Ramón Pinto, El Pedestal, Colinas Lojanas, Menfis, Chonta cruz, Bolonia, Obrapía, La Alborada

DISTRITO III: San Cayetano, El Valle, San Vicente, Manuel Carrión, Gran Colombia, Jipiro, Nueva Granada, Turunuma, Clodoveo Jaramillo, Belén, Las Pitas, La Paz, La Banda, Motupe, Amable María, Sauces Norte, Plateado, Carigan, Zalapa.

2.3.4 Infraestructura:

- Infraestructura educativa:
 - Nivel pre-primario: 77 establecimientos
 - Niveles Primario: 232 establecimientos
 - Nivel Medio: 42 establecimientos
 - Nivel Superior: 3 Universidades y 3 Institutos superiores y 2 extensiones universitarias.

- Infraestructura en Salud:
 - Se cuenta con 4 hospitales y 10 Clínicas privadas que prestan sus servicios a toda la ciudad y provincia de Loja.

- Servicios:
 - Cuenta además con 13 entidades financieras, 3 coliseos de deportes, 1 estadio, 1 complejo ferial, 5 complejos recreacionales, 46 entidades públicas, 2 museos, 25 iglesias, , 15 hoteles, 6 mercados, 12 parques, 1 camal, 2 cementerios, 1 terminal terrestre, servicios de Agua Potable, Alcantarillado y Recolección de desechos, vías asfaltadas, adoquinadas y lastradas, 3 medios de comunicación escrita, 22 hablada y 3 canales de televisión, servicio de transporte terrestre y aéreo, local, regional e interprovincial, así como transporte de carga pesada.

2.4 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOJA

El cantón Loja, es un cantón en la provincia de Loja, Ecuador. El origen de su nombre se debe a la presencia de la ciudad y cabecera cantonal de Loja.

- **Altura:** 2.100 m.s.n.m.
- **Extensión:** 1.883 Km². Es el mayor de los 16 cantones de la provincia de Loja, seguido de Zapotillo, Paltas y Saraguro.
- **Clima:** La ciudad de Loja se ubica en el área de clima templado andino. A excepción de junio y julio, meses en los que presenta una llovizna tipo oriental (vientos alisios) el clima de Loja es más bien templado
- **Temperatura:** fluctúa entre los 16 y 21 °C. La época de mayor estiaje es en octubre, noviembre y diciembre.
- **Fecha de Cantonización:** 25 de junio de 1824

2.4.1 Límites del Cantón Loja:



Norte: Con el cantón Saraguro

Sur y Este: Con la Provincia de Zamora Chinchipe

Oeste: parte de la Provincia de El Oro y los cantones Catamayo, Gonzanama y Quilanga.

2.4.2 Población de Loja:

ÁREA	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
Total	203.759	96.738	107.021
Urbana	137.951	64.620	73.331
Rural	65.808	32.118	33.690

Fuente: INEC

Elaborado por: los autores.

La población total de la provincia de Loja es de 446.809 habitantes, de esta se desprende el cantón Loja con su población de 203.759 habitantes aproximadamente, que representan un 45,6% de la población total, de la cual 137.951 en el área urbana y 65808 en el área rural.

De los cuales se encuentran distribuidos entre hombres y mujeres respectivamente; tenemos un total de hombres de 96.738, que representa el 47.5% de la población, de los cuales 64.620 se encuentran en la zona urbana y 32.118 en la zona rural. Por otro lado tenemos las mujeres en un total de 107.021 que representa el 52.5%, de las cuales 73.331, de las cuales se encuentran en la zona urbana y 33.690 en la zona rural, los cuales en conjunto representan el 100% de la población.

2.4.3 Población por sexo:

Los habitantes del cantón Loja en su mayoría están habitados por mujeres, las cuales representan un 52.5%, y el porcentaje restante son hombres, los cuales representan el 47,5%, lo cual muestra una minoría en el sexo masculino del 5% respecto al sexo femenino.

2.4.4 Población por edades:

Para realizar las proyecciones que a continuación presentamos vamos a utilizar la siguiente fórmula para obtener los resultados para el año 2010, de la ciudad de Loja.

$$PF = Pa(1 + Tc)^n$$

16

¹⁶ www.inec.gov.ec

Datos:

PF	Población final
PA	Población actual
TC	Tasa crecimiento
N	Años

La población del cantón Loja en su mayoría está habitado por niños y jóvenes comprendidos en edades de 10 a 14 años, así tenemos que hay un total de 11.895 hombres y 11.877 mujeres respectivamente; también podemos observar que de 30 a 34 años la mayoría son mujeres con 7.099 y hombres en una cifra menor de 5.693; así sucesivamente podemos destacar que las mujeres en todas las edades siempre tendrán una mayoría considerable comparado con los hombres.

2.4.5 Distribución poblacional según parroquias urbanas:

PARROQUIAS URBANAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
EL VALLE	24.404	11.630	12.774
SUCRE	49.924	23.199	26.725
EL SAGRARIO	18.712	8.624	10.088
SAN SEBASTIÁN	44.911	21.168	23.743
TOTAL:	137.951	64.621	73.330

Fuente: INEC, proyección 2010

Elaborado por: Autores.

La población de la ciudad de Loja se encuentra distribuida en cuatro parroquias urbanas, de las cuales la que tiene mayor población es la parroquia Sucre con 49.924 habitantes, de los cuales 23.199 son hombres y 26.725 son mujeres, seguido de la parroquia San Sebastián con 44.911 habitantes entre hombres y mujeres respectivamente, finalmente seguido de la parroquia En Valle y El Sagrario, los cuales se encuentran distribuidos de igual manera entre hombres y mujeres.

2.4.6 Porcentaje de población, según nivel de instrucción:

La población de Loja según datos obtenidos del INEC se encuentra en su gran mayoría en el nivel primario con un 46.2%, seguido de la secundaria con un 24.6%, luego los estudios superiores con un 17.5%, estas disminuciones se deben a que los estudiantes se retiran por diversos motivos de sus estudios sin culminarlos; y con menos porcentaje tenemos los posgrados con un 0.3% casi nulo por decirlo así¹⁷.

En el área urbana los niveles de instrucción en su gran mayoría se encuentran igualmente en el nivel primario con un 37.8%, seguido de la secundaria con un 28.4%, luego los estudios superiores con un 23.9%, y por último el que tiene menor porcentaje son los posgrados y los centros de alfabetización con un 0.4% igualmente¹⁸.

2.4.7 Población Económicamente activa y Económicamente inactiva.

La PEI total es mayor a la PEA, ya que tenemos una población inactiva de 101.267 la cual supera a la población activa que es de 72.203, realizando un Análisis por sexo se observa que las mujeres tienen mayor población inactiva que es de 66.175 con respecto a los hombres que es de 35.092.

Y los hombres tienen un mayor porcentaje de población activa (46.948), respecto a las mujeres que es de 25.255. Por otro lado, en el área urbana la población inactiva es mayor (68.940) a la población rural (32.326); y la población activa es mayoritaria igualmente en el área urbana con 49.850.

2.4.8 Población según grupos ocupacionales:

Grupos de ocupación	Total	Hombres	Mujeres
TOTAL	72.203	46.948	25.255
Miembros profesionales técnicos.	11.964	6.115	5.849
Empleados de oficina	5.088	2.384	2.705
Trabajador de los servicios	11.122	5.029	6.093

¹⁷ www.inec.gov.ec

¹⁸ www.inec.gov.ec

Agricultores	8.380	6.598	1.782
Operarios y operadores de maquinarias	16.254	14.501	1.753
Trabajos no calificados	12.885	70.704	5.028
Otros	6.510	4.464	2.046

Fuente: INEC

Elaborado por: Los autores

La población de Loja, según su ocupación laboral en su mayoría se encuentra dentro del sector de los operarios con un total de 16.254 que representa el 22.5%, luego están los trabajos no calificados con un total de 12.885 con el 17.85% y finalmente el sector de los miembros profesionales técnicos con un total de 11.964 que representa un 16.5% de la PEA, siendo estos los tres sectores mas destacados, y el cual esta subdividido en hombres y mujeres.

2.4.9 Población según rama de actividad:

Ramas de actividad	Total	Hombres	Mujeres
TOTAL	72.203	46.948	25.255
Agricultura, ganadería	14.068	11.493	2.576
Manufactura	5.050	3.603	1.447
Construcción	5.947	5.833	114
Comercio	12.168	6.498	5.670
Enseñanza	6.754	2.694	4.478
Otras actividades	28.216	16.827	11.389

Fuente: INEC, proyección 2010

Elaborado por: Los autores

La población según su actividad, tenemos que se inclinan más por la realización de otras actividades con un total de 28.216 que representa el 39.1%, de las cuales los hombres representan una mayoría de 35.8% y 45.1% son mujeres; seguido la agricultura, ganadería, caza, pesca y silvicultura con un total de 14.068 que representa el 19.49%, de la cual 11.493 representan a los hombres y 2.576 son mujeres.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO.

3.1 MÉTODOS Y TÉCNICAS.

Se realizó un proceso de investigación eficaz y participativo con la población de la ciudad de Loja, tomando en cuenta para este análisis únicamente el sector urbano (El Valle, Sucre, EL Sagrario, San Sebastián), lo cual nos permitirá obtener información para determinar el medio de pago más utilizado por los demandantes en la ciudad de Loja.

Se realizó la recopilación de información secundaria, observación directa y la aplicación de encuestas dirigida a los diferentes grupos ocupacionales como: profesionales, empleados de oficina, agricultores, trabajadores, operarios de maquinaria, trabajos no calificados, otros; con el fin de obtener una información clara y fidedigna.

3.2 APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS.

La aplicación de la encuesta se realizó a los habitantes del sector urbano de la ciudad de Loja, obteniendo como muestra 382, las cuales fueron calculadas de una población de 72.203 habitantes que corresponden a la población económicamente activa.

3.3 TAMAÑO DE LA MUESTRA.

Para el cálculo del tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{\delta^2 * P * Q * N}{E^2 (N-1) + (\delta^2 * P * Q)}$$

Cuadro N° 3

n =	Tamaño de la muestra	?
δ^2	Varianza del cuadrado	(1.96)
P =	Probabilidad de ocurrencia	(0.5)
Q =	Probabilidad de no ocurrencia	(0.5)
N =	Población Total	(72.203)
E ² =	Error	(0.05%)

Elaborado por: Los Autores

Calculo del tamaño de la muestra:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(72.203)}{(0.05)^2 (72.203 - 1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$\frac{69343,76}{180.51 + 0.960}$$

$$n = \frac{69343,76}{181.47}$$

$$n = 382//$$

Con el resultado obtenido determinamos el numero de encuestas que se van a aplicar en las parroquias urbanas de la ciudad de Loja.

3.4 DISTRIBUCIÓN MUESTRAL.

Los porcentajes fueron tomados del Censo de la Población del año 2001, proyectados al año 2010.

	TOTAL.	%	MUESTRA
PEA	72.203	100%	382
HOMBRES	46.948	65%	248
MUJERES	25.255	35%	134

CUADRO Nº 1

Los porcentajes fueron tomados del Censo de la Población del año 2001, proyectados al año 2010.

PARROQUIAS URBANAS	% Total	Muestra	Muestra de Hombres	Muestra de Mujeres
TOTAL	100%	382	248	134
EL VALLE	18%	69	45	24
SUCRE	36%	137	89	48
EL SAGRARIO	14%	54	35	19
SAN SEBASTIÁN	32%	122	79	43

Elaborado por: Los Autores

CUADRO Nº 2

Los porcentajes fueron tomados del Censo de la Población del año 2001, proyectados al año 2010.

Grupos de ocupación	Total	MUESTRA	EL VALLE	SUCRE	EL SAGRARIO	SAN SEBASTIÁN
TOTAL	100%	382	69	137	54	122
Miembros profesionales técnicos.	17%	65	12	23	9	21
Empleados de oficina	7%	27	5	10	3	9
Trabajador de los servicios	15%	57	10	21	8	18
Agricultores	11%	42	8	15	6	13
Operarios y operadores de maquinarias	23%	88	16	32	12	28
Trabajos no calificados	18%	69	12	25	10	22
Otros	9%	34	6	12	5	11

Elaborado por: Los autores

CUADRO 2.1

Grupos de ocupación	Total	MUESTRA	EL VALLE	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	100%	382	69	45	24
Miembros profesionales técnicos.	17%	65	12	8	4
Empleados de oficina	7%	27	5	3	2
Trabajador de los servicios	15%	57	10	7	3
Agricultores	11%	42	8	5	3
Operarios y operadores de maquinarias	23%	88	16	10	6
Trabajos no calificados	18%	69	12	8	4
Otros	9%	34	6	4	2

Elaborado por: Los autores

El procedimiento para poder sacar la cantidad de muestra de cada uno de los sectores urbanos de la ciudad de Loja fue de la siguiente manera:

En este caso tomamos como ejemplo la parroquia El Valle, en la cual se multiplica el total de la población de profesionales técnicos (12) por el porcentaje muestral de hombres (65%) para obtener las 8 personas a encuestar; de la misma manera para las mujeres, solamente cambiamos el porcentaje que es de (35%); y así sucesivamente para cada uno de los grupos ocupacionales y parroquias.

CUADRO 2.2

Grupos de ocupación	Total	MUESTRA	SUCRE	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	100%	382	137	89	48
Miembros profesionales técnicos.	17%	65	23	15	8
Empleados de oficina	7%	27	10	6	4
Trabajador de los servicios	15%	57	21	14	7
Agricultores	11%	42	15	10	5
Operarios y operadores de maquinarias	23%	88	32	20	11
Trabajos no calificados	18%	69	25	16	9
Otros	9%	34	12	8	4

Elaborado por: Los autores

CUADRO 2.3

Grupos de ocupación	Total	MUESTRA	EL SAGRARIO	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	100%	382	54	35	19
Miembros profesionales técnicos.	17%	65	9	6	3
Empleados de oficina	7%	27	3	2	1
Trabajador de los servicios	15%	57	8	5	3
Agricultores	11%	42	6	4	2
Operarios y operadores de maquinarias	23%	88	12	8	4
Trabajos no calificados	18%	69	10	6	4
Otros	9%	34	5	3	2

Elaborado por: Los autores

CUADRO 2.4

Grupos de ocupación	Total	MUESTRA	SAN SEBASTIÁN	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	100%	382	122	79	43
Miembros profesionales técnicos.	17%	65	21	13	8
Empleados de oficina	7%	27	9	6	3
Trabajador de los servicios	15%	57	18	12	6
Agricultores	11%	42	13	9	4
Operarios y operadores de maquinarias	23%	88	28	18	10
Trabajos no calificados	18%	69	22	14	8
Otros	9%	34	11	7	4

Elaborado por: Los autores

3.5 VARIABLES DE ESTUDIO.

En el presente trabajo investigativo se analizó las siguientes variables:

- Medio de pago más utilizado
- Destino de los medios de pago
- Dificultad al momento de realizar el pago con los diferentes medios de pago.
- Satisfacción obtenida con el medio de pago utilizado.
- Establecer las condiciones de pago y funcionamiento del dinero en nuestra localidad.
- Instrumentos financieros más utilizados por los demandantes en sus operaciones de compra-venta.
- Los beneficios que proporcionan los diferentes estándares de pago a los clientes.

3.6 LEVANTAMIENTO DE LAS ENCUESTAS A LOS HABITANTES DE LAS PARROQUIAS URBANAS DE LA CIUDAD DE LOJA.

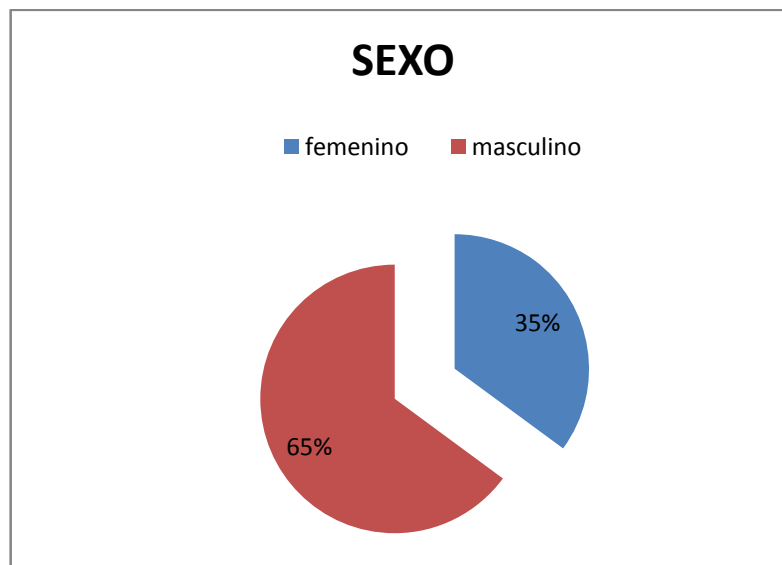
Con el objetivo de evaluar la incidencia de los medios de pago más utilizados en la ciudad de Loja, se ha creído conveniente realizar una encuesta a los trabajadores de los diferentes sectores ocupacionales y de esta manera obtener una información acorde a la realidad.

3.7 ANÁLISIS DE RESULTADOS.

3.7.1 Sexo.

Sexo de los demandantes de los distintos medios de pago tomados de las cuatro parroquias urbanas de la ciudad de Loja.

Grafico No. 1



Fuente: Encuesta realizada a los demandantes de los diferentes medios de pago.

Elaborado por: Los autores

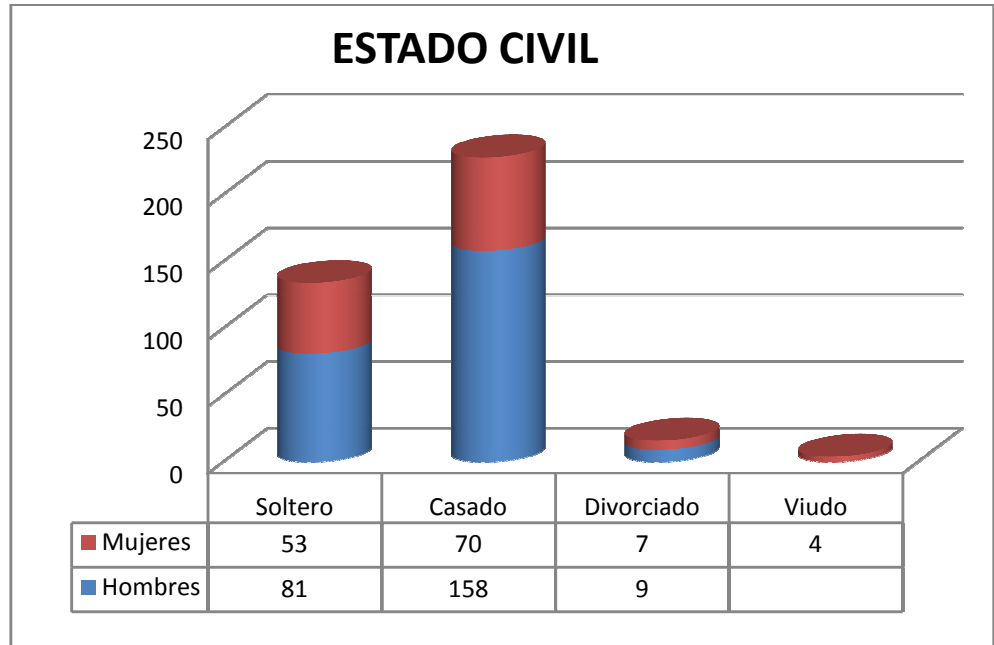
En nuestro estudio hemos realizado 382 encuestas de las cuales 248 corresponden al sexo masculino y representa el 65%, y son quienes tienen una mayor demanda de los diferentes medios de pago, como: efectivo, Tarjetas de crédito, cheques, etc. al momento de realizar cada una de las transacciones ya sea dentro o fuera de su campo ocupacional; y, 134 corresponden al sexo femenino que representan un 35% respectivamente.

El sexo masculino es el que realiza una mayor actividad laboral, por esta razón aportan con mayor cantidad de ingresos a sus hogares, y es por ello que tiene una relación directa con los distintos medios de pago.

3.7.2 Estado Civil.

Estado Civil de los demandantes de los distintos medios de pago tomados de las cuatro parroquias urbanas de la ciudad de Loja.

Grafico No. 2



Fuente: Encuesta realizada a los demandantes de los diferentes medios de pago.

Elaborado por: Los autores

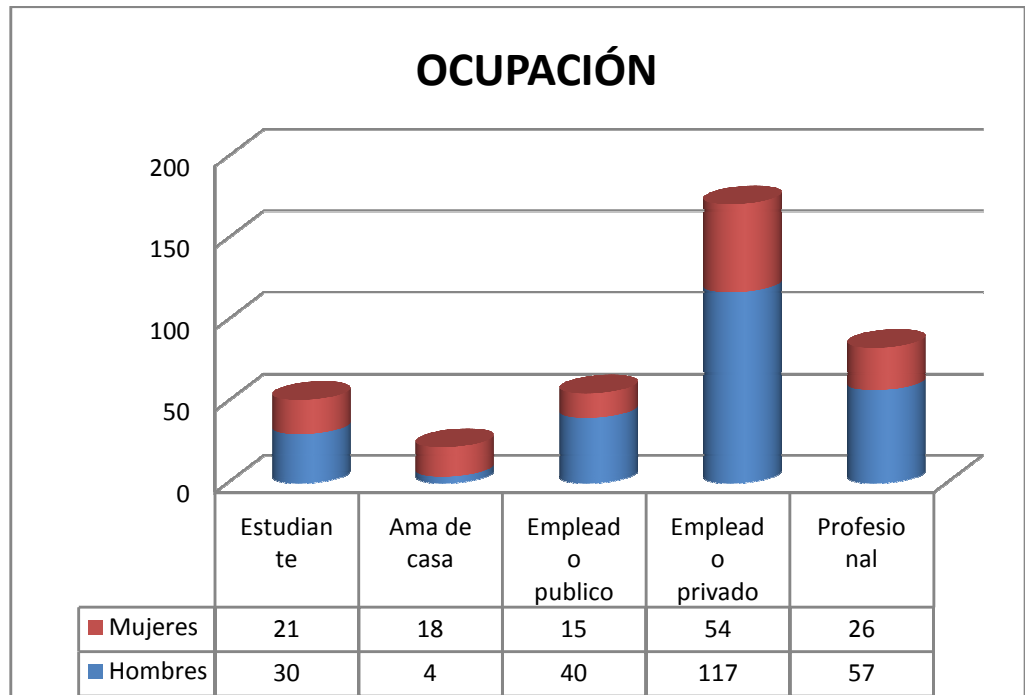
El estado civil de los demandantes casados representan el 41% en los hombres y 18% en las mujeres, y son quienes utilizan mayoritariamente los medios de pago para realizar transacciones de compra y venta de productos o servicios, esto se debe a que cada uno de ellos son hombres y mujeres que tienen la obligación de llevar el sustento de su hogar, por lo tanto tienen mayor necesidad de cubrir sus gastos y obligaciones.

En el caso de hombres y mujeres solteros con un 21% y 14% respectivamente, utilizan los distintos medios de pago para transacciones diferentes a las anteriores, ya que el tipo de necesidades que estas tienen no se asemejan a la de las personas casadas, en la mayoría de los casos sus ingresos son destinados al consumo y gastos personales. Por otra parte tenemos las personas divorciadas y viudas con un mínimo de población que representa el 5% respectivamente.

3.7.3 Ocupación.

Ocupación de los demandantes de los distintos medios de pago tomados de las cuatro parroquias urbanas de la ciudad de Loja.

Grafico No. 3



Fuente: Encuesta realizada a los demandantes de los diferentes medios de pago.

Elaborado por: Los autores

Podemos determinar que las personas que más relación tienen con los distintos medios de pago son hombres y mujeres que pertenecen al sector privado que representan un 30% en el caso de los hombres y un 14% en el caso de las mujeres respectivamente, los cuales se dedican a trabajar en diferentes campos como negocios propios (cybers, boutiques, ferreterías, lugares de productos y servicios, etc), comerciantes, empresas privadas; ya que cada uno de ellos utiliza los diferentes medios de pago para poder realizar las transacciones que sus actividades comerciales demandan.

Así mismo tenemos a hombres y mujeres profesionales con un 15% y 7% respectivamente, los cuales se dedican a actividades acorde con su profesión

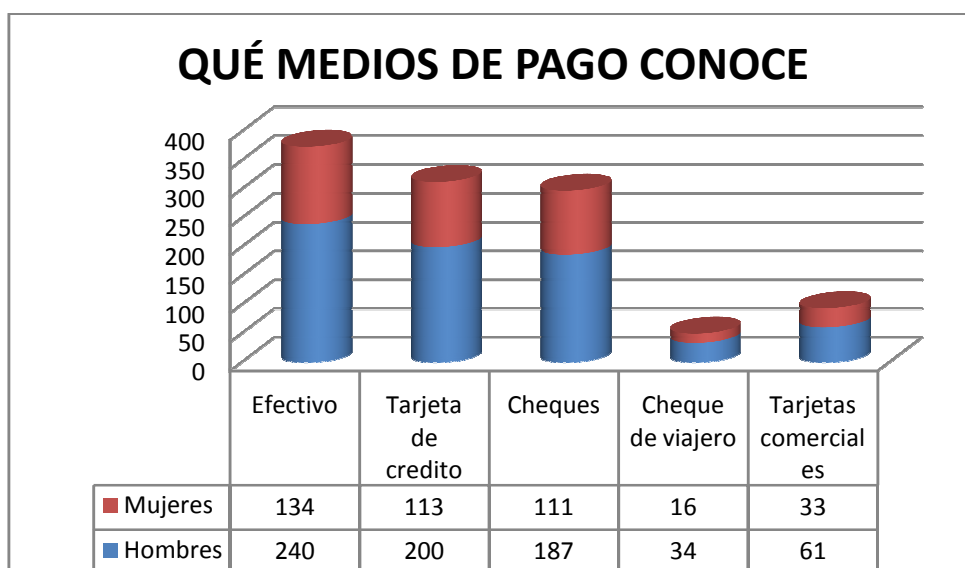
y también utilizan de manera frecuente los medios de pago (efectivo, tarjetas de crédito, cheques) para realizar múltiples transacciones (compras, ventas, pagos, transferencias, etc) que se acoplen de acuerdo a sus necesidades y a su estilo de vida.

3.8 INFORMACIÓN COMERCIAL.

3.8.1 ¿Qué medios de pago conoce?

Los diferentes medios de pago que conocen los demandantes.

Grafico Nº 4



Fuente: Encuesta realizada a los demandantes de los diferentes medios de pago.

Elaborado por: Los autores.

Todos los demandantes de los diferentes medios de pago (efectivo, tarjetas de crédito, Cheques, Etc.) conocen o han escuchado de estos, es por ello que mayoritariamente conocen el efectivo, el cual corresponde al 97% del total de la población conformada entre mujeres y hombres, ya que el efectivo es el medio tradicional que todos empleamos para realizar cualquier tipo de transacción.

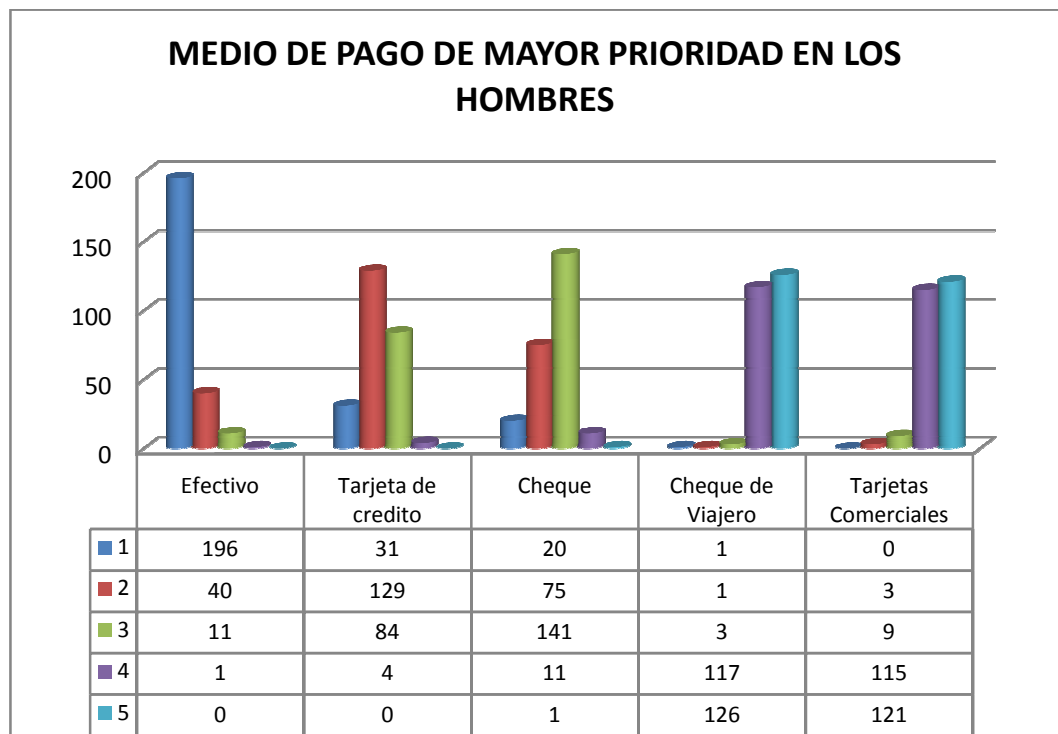
Seguido tenemos las tarjetas de crédito como segunda opción, las cuales corresponden un 82% del total, y a diferencia del efectivo esta nos

permiten efectuar compras o servicios sin realizar su pago de forma inmediata; en tercer lugar tenemos los cheques, que corresponden al 78%, posteriormente las tarjetas comerciales y por último tenemos los cheques de viajero, los cuales en este caso la mayoría de los usuarios no conocen de su existencia.

3.8.2 ¿Marque del 1 al 5 los medios de pago que Ud. Más utiliza, siendo 1 la prioridad más alta y 5 la prioridad más baja?

El medio de pago de mayor prioridad que utilizan los demandantes al momento de realizar sus transacciones.

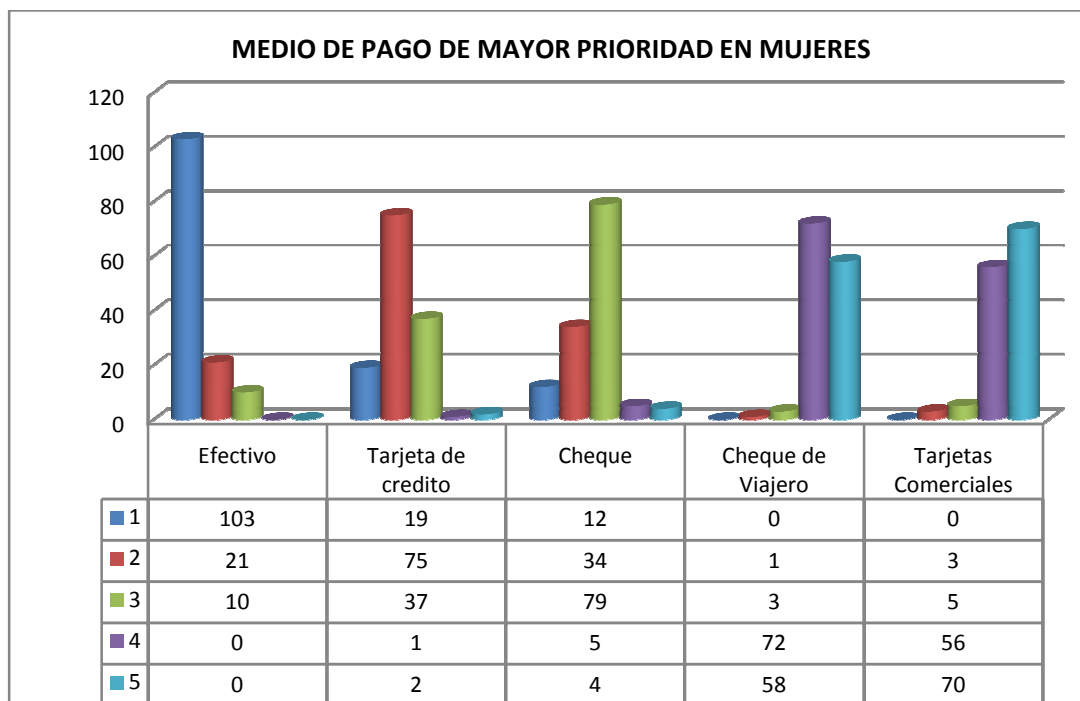
Grafico Nº 5



Fuente: Encuesta realizada a los demandantes de los diferentes medios de pago.

Elaborado por: Los autores.

Grafico. N° 6



Fuente: Encuesta realizada a los demandantes de los diferentes medios de pago.

Elaborado por: Los autores.

Tanto en hombres como en mujeres es el efectivo el medio de pago de mayor prioridad, ya que constituye el 86% en la población masculina y el 77% en la población femenina; esto se debe a los diferentes factores que influyen en la utilización de los diferentes medios de pago como: rapidez, seguridad, confiabilidad, costos, etc.

Como sabemos el efectivo es el medio de pago que todos utilizamos de una u otra manera para realizar algún tipo de transacción (compras, ventas o transferencias).

Las tarjetas de crédito constituyen el segundo medio de pago más utilizados por los demandantes, esto se debe a la comodidad, agilidad y rapidez que las mismas brindan al momento de utilizarlas, por otro lado el uso de las tarjetas está inclinado más a los usuarios que tienen mayor disponibilidad de dinero, ya que al momento de usarlas tienen un costo adicional por cada transacción que se realice; las mismas que constituyen un 52% en hombres y 56% en mujeres respectivamente de la población.

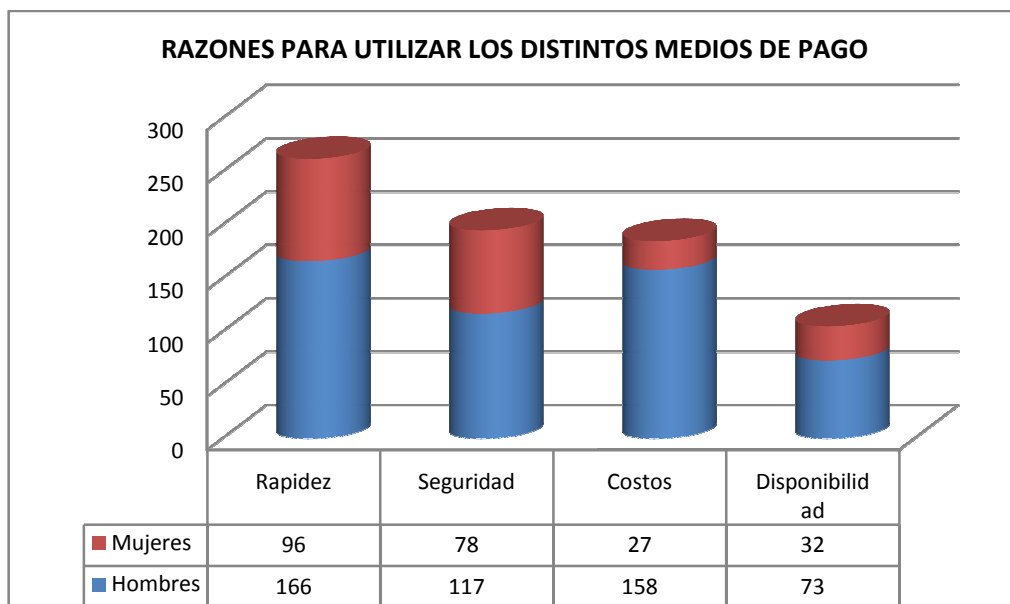
Los cheques constituyen la tercera opción de los demandantes, ya que al igual que las tarjetas de crédito son un medio de pago rápido, ágil y seguro, siempre y cuando lo sepamos utilizar y no caiga en manos ajenas, por lo que representan un 57% en los hombres y 59% en las mujeres respectivamente del total de la población.

Por último tenemos los cheques de viaje y las tarjetas comerciales, las cuales constituyen la última opción por los usuarios y su uso se lo realiza rara vez.

3.8.3 ¿Cuáles son las razones que lo motivaron, para utilizar el medio de pago seleccionado como alternativa 1 en la pregunta anterior?

Las razones que los demandantes de los distintos medios de pago, de las cuatro parroquias urbanas de la ciudad de Loja, los motivan para utilizar el medio de pago seleccionado como alternativa 1 en la pregunta anterior son las siguientes:

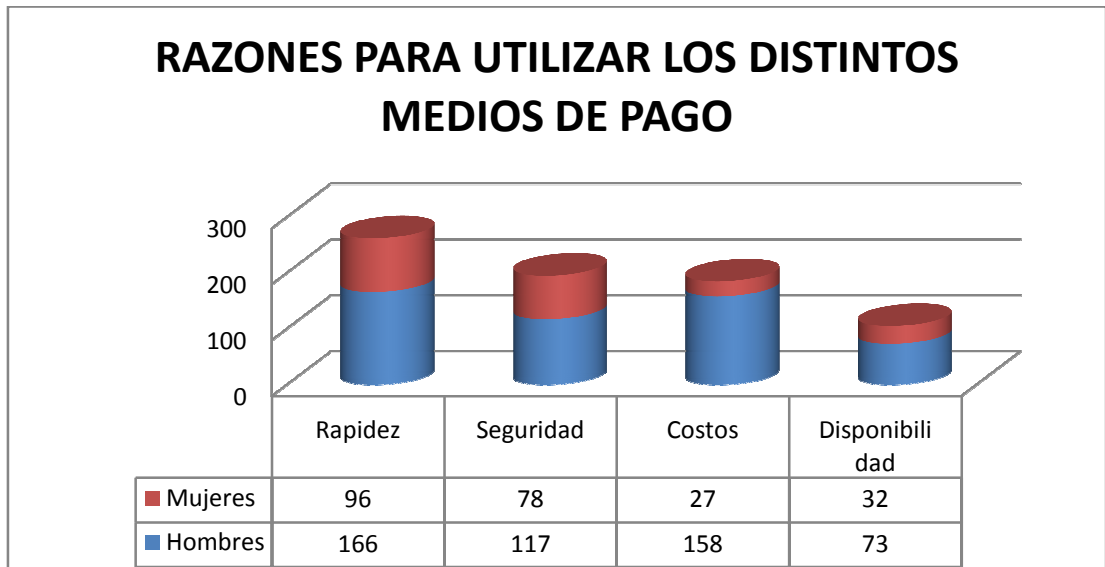
Grafico No.7



Fuente: Encuesta realizada a los demandantes de los diferentes medios de pago.

Elaborado por: Los autores.

Grafico No.8



Fuente: Encuesta realizada a los demandantes de los diferentes medios de pago.

Elaborado por: Los autores

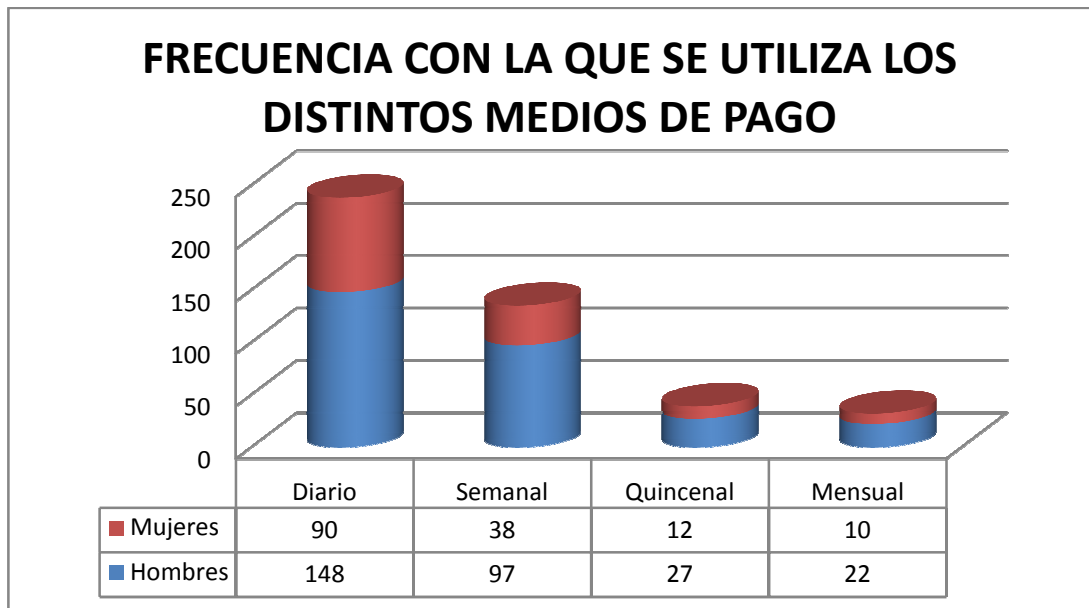
En este caso existe un alto porcentaje de hombres y mujeres que representan el 69% del total de la población respectivamente y utilizan el efectivo por rapidez ya que señalan que es el medio de pago más utilizado en nuestro mercado y de esta manera, hace que este sea un medio común y de fácil accesibilidad para todos los usuarios.

Por otra parte el resto de la población que representa el 31% entre hombres y mujeres ha optado que utilizan el efectivo por seguridad, costos y disponibilidad, ya que al momento de utilizarlo, los usuarios de este medio no tienen que pagar costos adicionales por su uso, así mismo las personas pueden hacer uso del mismo en el momento y en el lugar que lo requieran.

3.8.4 ¿Con que frecuencia utiliza el medio de pago de mayor prioridad seleccionado en la pregunta 2.2?

La frecuencia con la que los demandantes de los distintos medios de pago tomados de las cuatro parroquias urbanas de la ciudad de Loja es:

Grafico No. 9



Fuente: Encuesta realizada a los demandantes de los diferentes medios de pago.

Elaborado por: Los autores

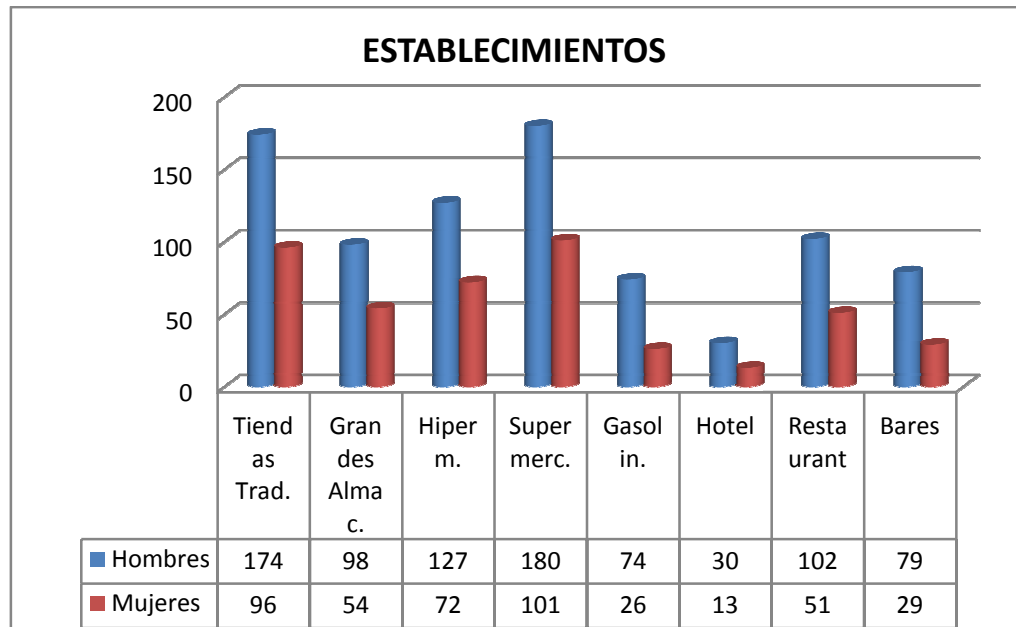
En este caso existen un porcentaje del 39% entre hombres y mujeres que utilizan el efectivo diariamente, ya que en su mayoría manejan este medio para realizar pequeñas compras y para efectuar transacciones de compra y venta que le permitan cubrir de una forma rápida e inmediata cada una de sus necesidades.

Asi mismo el 35% de los usuarios utilizan al efectivo semanalmente, ya que en este caso es utilizado para realizar compras en mayores montos, como por ejemplo las compras que realizan las amas de casa para sus hogares.

Finalmente el 26% de los usuarios utilizan el efectivo, quincenal y mensualmente, en este caso hacemos énfasis a los jefes de hogar que recurren a los pagos mensuales que están en la obligación de cancelar, como son el pago de servicios básicos, educación, entre otros.

3.8.5 ¿En qué tipo de establecimiento Ud. Utiliza el medio de pago seleccionado en la pregunta 2.2?

Grafico N°. 10



Fuente: Encuesta realizada a los demandantes de los diferentes medios de pago.

Elaborado por: Los autores

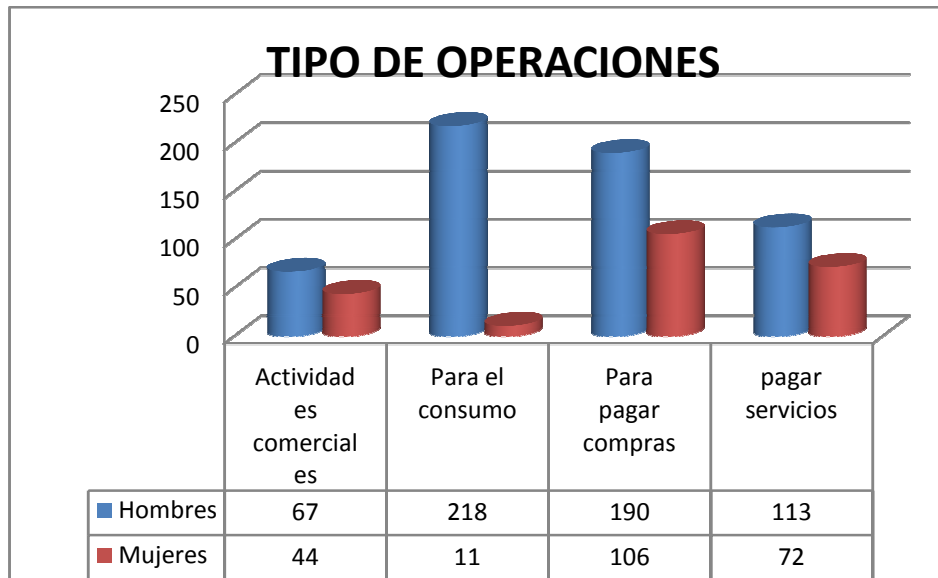
El efectivo es el medio de pago más utilizado por los demandantes en la ciudad de Loja, es por esta razón que lo utilizan mayoritariamente en: supermercados con un 74%, esto se debe a las múltiples compras que se realizan para el consumo, seguido tenemos las tiendas tradicionales con un 71%, las cuales representan las pequeñas compras que se realizan para el uso cotidiano.

Los supermercados representan el 52% de los establecimientos en los cuales se destina el efectivo para realizar sus adquisiciones; seguidamente los gastos que se destinan para los restaurants representan un 40% del total de la población comprendida entre hombres y mujeres. También tenemos los gastos de grandes almacenes, bares, gasolineras y hoteles, en los cuales se destina una cantidad pequeña para realizar estos gastos.

3.8.6 ¿Para qué tipo de operaciones utiliza Ud. Las diferentes formas de pago?

Los usuarios utilizan las diferentes formas de pago para realizar los siguientes tipos de operaciones:

Grafico Nº 11



Fuente: Encuesta realizada a los demandantes de los diferentes medios de pago.

Elaborado por: Los autores

Los demandantes al momento de catalogar el tipo de operación en la que tanto hombres como mujeres utilizan los diferentes medios de pago, optaron en un gran número a las siguientes opciones como son el consumo, pagar compras y pagar servicios, ya que este tipo de operaciones son catalogadas las más importantes dentro de su condición de vida.

Los diferentes medios de pago mencionados anteriormente son una alternativa para realizar las operaciones, y las utilizan mayoritariamente para el consumo en un 88% en los hombres, por lo tanto podemos decir que los habitantes de la ciudad de Loja son más consumidores, es decir trabajan para gastar; de igual manera tenemos los gastos para las compras en un 77%, que son los gastos que se realizan en alimentación, vestido, los cuales todos utilizamos y de los cuales tenemos que demandar para vivir.

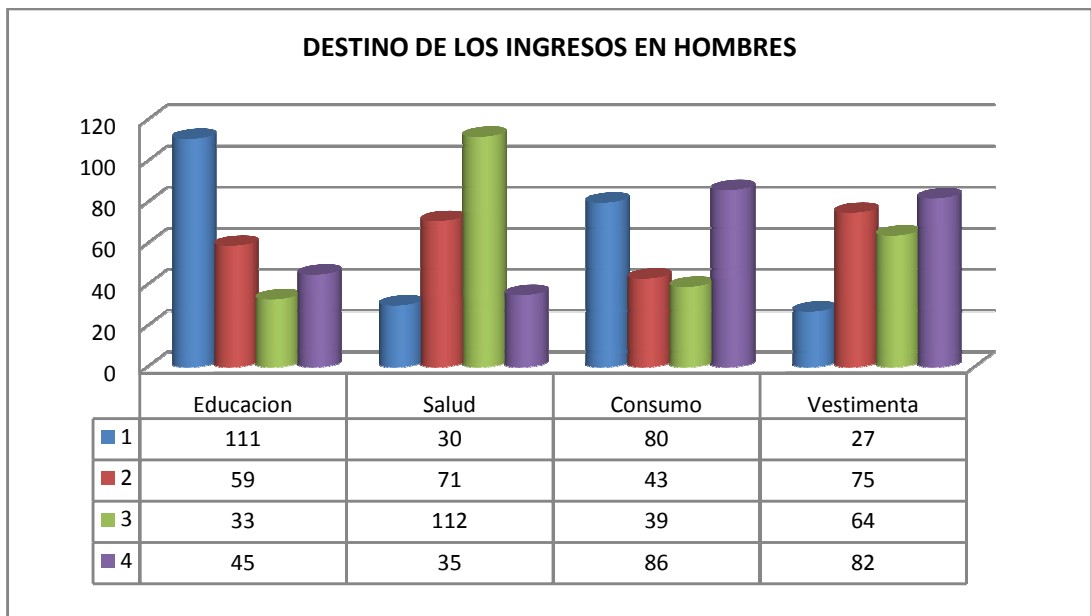
Por último tenemos para pagar servicios como agua, luz, teléfono y las actividades comerciales en el caso que los demandantes se dediquen a realizar este tipo de actividad.

Por otro lado tenemos las mujeres, las cuales utilizan las diferentes formas de pago, primeramente para pagar las compras en un 79%, seguido para pagar los servicios en un 53%, para las actividades comerciales, y por ultimo para el consumo.

3.8.7 ¿Los ingresos que Ud. tiene son destinados a: marque las respuestas siendo 1 la prioridad más alta y 4 la prioridad más baja?

Los usuarios destinan sus ingresos a:

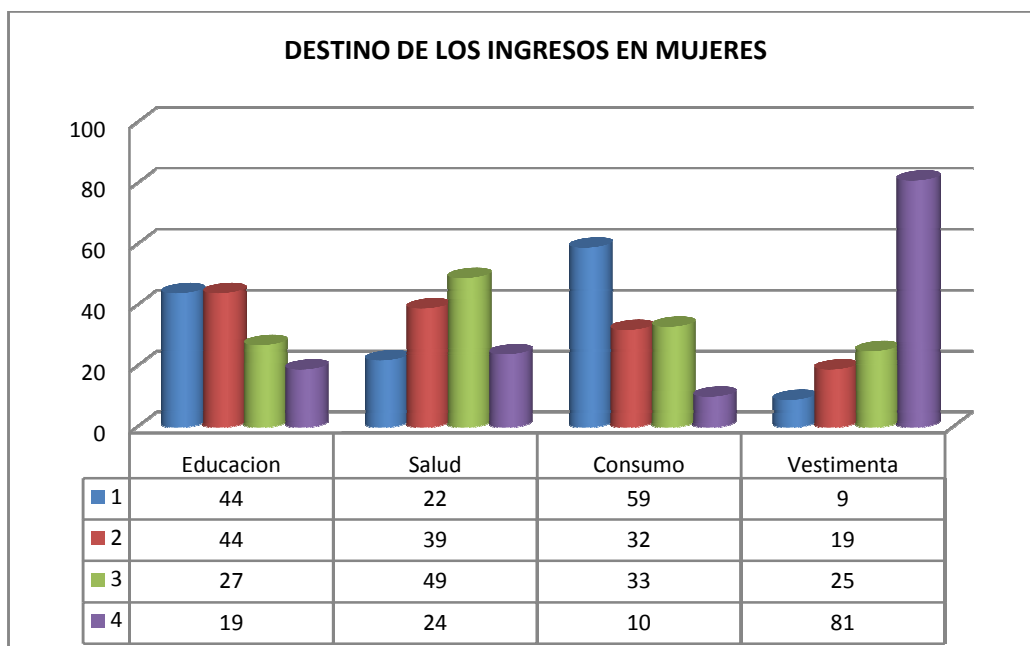
Grafico Nº 12



Fuente: Encuesta realizada a los demandantes de los diferentes medios de pago.

Elaborado por: Los autores

Grafico Nº 13



Fuente: Encuesta realizada a los demandantes de los diferentes medios de pago.

Elaborado por: Los autores.

Los ingresos percibidos por los hombres son destinados prioritariamente para la educación de sus hijos en un 45%, ya que como sabemos hoy en día la educación ya no es un privilegio para los niños si no un derecho que todos tienen, en segundo lugar tenemos vestimenta con un 30% ya que la misma constituye un factor importante que refleja una buena presencia ante la sociedad, además como sabemos Loja es una ciudad consumista y nos gusta estar al día con la moda. En tercer lugar tenemos la salud y por ultimo tenemos el consumo, los cuales son importantes de acuerdo a cada caso en particular, ya que la salud es vital para un buen desarrollo intelectual como profesional, y el consumo son los gustos que una persona se puede dar de vez en cuando.

En el caso de las mujeres el orden de las prioridades es diferente, ya que en primer lugar tenemos que los ingresos son destinados al consumo con un 44%, seguido de gastos en la educación de sus hijos con un 33%, en tercer lugar tenemos los gastos en salud y por ultimo tenemos los gastos destinados a vestimenta.

3.9 Análisis General.

La aparición del dinero constituye uno de los grandes avances de la civilización humana en toda su historia. En nuestra sociedad moderna existen muchos instrumentos que cumplen esas funciones, tantos que en ocasiones resulta difícil distinguir si un cierto instrumento financiero es dinero o no. Además, la tecnología electrónica está impulsando la aparición continua de nuevos medios de pago lo que dificulta aún más la tarea de medir la cantidad de dinero que circula por un país.

Basándonos en los criterios anteriores y en el análisis realizado previamente con las encuestas hemos llegado a la conclusión que el medio de pago de mayor uso por los habitantes de la Ciudad de Loja es el Efectivo; el cual constituye el medio de pago de aceptación general en el medio.

Los factores para determinar el porqué el efectivo tiene mayor acogida por los demandantes son varios, entre ellos podemos enumerar los siguientes: por facilidad, rapidez, seguridad, costos, disponibilidad, costumbre, patrón común, hábito, rutina, confianza, etc. Ya que todos estos factores son aceptados por nuestra sociedad que usa el efectivo de una manera diaria para el pago de bienes (mercancías), servicios, y de cualquier tipo de obligaciones (deudas).

Los gastos del dinero en efectivo se los efectúa principalmente en supermercados; para la compra de vestimenta, productos de alimentación, utensilios para el hogar, en tiendas tradicionales; para la compra de pequeñas cantidades de productos que la mayoría de las veces se terminan en los hogares y se acude a la tienda más cercana, en almacenes, restaurant, bares, gasolineras, etc.

Por lo tanto el poder adquisitivo de los demandantes aumenta a medida que dispongan más de dinero, por lo tanto el dinero tiene mayor valor cuando es escaso y menos cuando es abundante en relación con los servicios producidos en el mercado, ya que no podemos gastar tanto si nuestros ingresos son bajos, por ello en Loja el destino del dinero en efectivo es principalmente para la educación de sus hijos, seguido consumo en vestimenta y atención medica.

Para concluir el análisis podemos decir que el dinero se ha convertido en el centro de nuestras vidas, con el cual podemos realizar cualquier tipo de adquisición, y con el transcurso de los años el dinero estará sujeto a mayores cambios, como la etapa del dinero electrónico, iniciada con el dinero plástico, seguido de servicios bancarios y transferencias electrónicas, ya que la nueva época que la estamos viviendo a creado una revolución financiera que se afianza con la internet y la introducción de innovaciones tales como tarjetas de debito.

Esta nueva etapa cambiará fundamentalmente la percepción y muchas de las funciones del dinero. Bancos, corporaciones y gobiernos modificarán sustancialmente las formas de usar, administrar e invertir el dinero. Y, aunque la permuta de bienes, la moneda metálica y el papel moneda probablemente nunca desaparezcan del mundo del comercio, los métodos electrónicos absolverán un volumen inmenso del movimiento del dinero. Todo esto ya está sucediendo.

CONCLUSIONES.

Culminando la investigación respectiva, se ha logrado establecer las siguientes conclusiones:

- En nuestro estudio se ha logrado identificar que el sexo masculino, son quienes tienen una mayor demanda en el uso del efectivo con 86% de la población, al momento de realizar cada una de las transacciones (compra, venta y transferencia) ya sea dentro o fuera de su campo ocupacional.
- Podemos determinar que las personas que tienen mayor relación con los distintos medios de pago (efectivo, tarjetas de crédito, cheques) son hombres y mujeres que pertenecen al sector privado, esto se debe a que cada uno de ellos tienen negocios propios como: restaurantes, comercios, bares, tiendas, etc. y necesitan con mayor frecuencia cada uno de los medios de pago para poder realizar las diferentes transacciones (compras, ventas y transferencias) que sus actividades comerciales demandan.
- Se identificó que hombres y mujeres utilizan el efectivo de una forma diaria con un 39% ya que en su mayoría usan este medio de pago para realizar pequeñas compras y para efectuar transacciones (compras y ventas) que les permitan cubrir de una forma rápida, ágil y segura cada una de sus necesidades.
- Las personas utilizan el efectivo en un 69% por rapidez ya que señalan que es el medio de pago que más es utilizado en nuestro mercado y de esta manera hace que este sea un medio común y de fácil accesibilidad para todos los usuarios.
- Los ingresos per cápita recibidos por los demandantes de la ciudad de Loja en sus diferentes modalidades y necesidades básicas; en hombres son destinados prioritariamente para la educación de sus hijos en un 45%, seguido del 30% en vestimenta, y por último la salud y el consumo. En el caso de las mujeres el orden de prioridad es diferente, ya que en primer lugar los ingresos son destinados al consumo con un 44%, seguido de los gastos en educación con un 33%, en tercer lugar los gastos de salud y por último los gastos de vestimenta.

RECOMENDACIONES.

- Que las Instituciones Financieras otorguen más información y mayores beneficios, tales como: facilidades para el acceso de productos y servicios, obtención de mayores montos a mejores plazos y mejores condiciones para su crecimiento y desarrollo; esto hace posible que los usuarios tengan fácil acceso a cada uno de los distintos medios de pago y de esta manera puedan manejar una información más precisa y así poder acceder a los distintos beneficios que estos les otorguen en cada una de sus transacciones.
- Proporcionar mayores incentivos a los usuarios de los diferentes medios de pago como: descuentos, ofertas, pagos a largo plazo, etc. para que ellos se sientan motivados a utilizarlos, y de esta manera tener un medio de pago seguro para realizar sus transacciones.
- Que el costo que tienen cada uno de los medios de pago al momento de ser utilizado cumpla las expectativas del cliente, y permita al mismo darse cuenta de los pros y contras que conllevan utilizar un medio de pago en cualquier entidad financiera.
- Fomentar en la sociedad el hábito de acceder a nuevas formas de pago como: tarjetas de crédito, cheques, etc., ya que en los últimos años se realizan menos transacciones utilizando el efectivo.
- Concientizar en los usuarios las directrices encaminadas a utilizar de una forma más segura cada uno de los medios de pago: efectivo, tarjetas de crédito, Cheques, cheques comerciales; como por ejemplo un problema frecuente relacionado con las tarjetas de crédito reside en la facilidad con la que se pueden utilizar en caso de pérdida o robo, aunque la responsabilidad del propietario suele ser limitada.
- Crear en las empresas la costumbre de utilizar dinero plástico, mediante charlas de información, explicando sus beneficios (seguridad, rapidez, agilidad), debido a que se pueden utilizar para una gran variedad de actividades comerciales, aunque no es común su uso en el sector empresarial local.

BIBLIOGRAFÍA

- Araya Celestino y Alberti Edgardo, "Tarjeta de Crédito", Septiembre 2009.
- Banco Mundial, Informe sobre el desarrollo mundial, 1999
- Boletín Económico Mensual de la CAF, febrero 2002
- Fargosi Horacio, "Esquicio sobre las tarjetas de crédito", Agosto 2009.
- Fuentes: "Consumer satisfaction with professional services" Quelch & Ash, 1981
- Javier Ibáñez Galindo; El dinero como centro de interés de consumo, 1998
- Joaquín López Pascual e Itina Sebastián González; Gestión Bancaria: Los nuevos retos, 1998
- Instituto Nacional de Economía y Censos - INEC
- Martínez Coll, Juan Carlos "El dinero y la política monetaria en la economía de Mercado", Virtudes e inconvenientes, 2001
<http://www.eumed.net/cursecon/12/index.htm>
- Revista Dinero; El Dinero y la Política Monetaria, Edición 261, octubre – 07
- www.bancocentraldeecuador.fin.ec
- www.banca-o-sistema-bancario.html

ANEXOS.

ANEXO NRO. 01

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

Encuesta para los usuarios que utilizan los diferentes medios de pago.

Objetivo: Analizar los medios de pago que son utilizados por los demandantes al momento de realizar sus transacciones de reembolso, en la ciudad de Loja.

Instrucciones: Solicitamos contestar con sinceridad las preguntas formuladas, señale con una (X) la alternativa con la que se identifica.

1.- INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Sexo

Masculino () Femenino ()

1.2 Estado civil

Soltero () Casado () Divorciado () Viudo ()

1.3 Ocupación

Estudiante () Ama de casa () Empleado público () Empleado privado ()
Profesional ()

2. INFORMACIÓN COMERCIAL

2.1. ¿Qué medios de pago conoce?

Efectivo ()
Tarjeta de crédito ()
Cheques ()
Cheques de viajero ()
Tarjetas comerciales ()
Otros (especifique).....

2.2 Marque del 1 al 5 los medios de pago que Ud. mas utiliza, siendo 1 la prioridad más alta y 5 la prioridad más baja.

Efectivo ()
Tarjeta de crédito ()
Cheques ()
Cheques de viajero ()
Tarjetas comerciales ()
Otros (especifique).....

2.3 ¿Cuáles son las razones que lo motivan para utilizar el medio de pago seleccionado como alternativa 1 en la pregunta anterior?

- Rapidez ()
- Seguridad ()
- Costos ()
- Disponibilidad de efectivo ()

2.4 ¿Con que frecuencia utiliza el medio de pago de mayor prioridad seleccionado en la pregunta 2.2

- Diario ()
- Semanal ()
- Quincenal ()
- Mensual ()

2.5 ¿En qué tipo de establecimiento Ud. utiliza el medio de pago seleccionado como alternativa 1 en la pregunta 2.2?

- Tiendas tradicionales ()
- Grandes almacenes ()
- Hipermercados ()
- Supermercados ()
- Gasolineras ()
- Hoteles ()
- Restaurantes ()
- Bares ()
- Otros (especifique).....

2.6 ¿Para qué tipo de operaciones utiliza Ud. las diferentes medios de pago?

- Para realizar actividades comerciales ()
- Para el consumo ()
- Para pagar las compras ()
- Para pagar servicios ()
- Otros (especifique).....

2.7 ¿Los ingresos que Ud. tiene son destinados a: Marque las respuestas siendo 1 la prioridad más alta y 4 la prioridad más baja.

- Educación ()
- Salud ()
- Consumo ()
- Vestimenta ()
- Otros (especifique).....

2.8 Indique que medio de pago tiene mayor importancia para Ud. y por qué?

.....

.....

.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN...