



**UNIVERSIDAD TÉCNICA
PARTICULAR DE LOJA**

La Universidad Católica de Loja

**TITULACIÓN DE INGENIERO
EN ADMINISTRACIÓN EN BANCA Y FINANZAS**

TEMA:

**Estudio de oferta y demanda de la tarjeta de crédito como
instrumento de pago, en la ciudad de Loja, año 2010.**

Trabajo Fin de Titulación

AUTORES:

López Lapo Jorge Luis
Paredes Malla María Verónica

DIRECTOR:

Vélez Núñez Franz Mauricio, Econ.

**Loja – Ecuador
2012**

Loja, 28 de mayo de 2012.

Economista,

Franz Vélez Núñez

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que el proyecto de tesis: ***“ESTUDIO DE OFERTA Y DEMANDA DE LA TARJETA DE CRÉDITO COMO INSTRUMENTO DE PAGO, EN LA CIUDAD DE LOJA, AÑO 2010”*** presentado por el Sr. Jorge Luis López Lapo y la Srta. María Verónica Paredes Malla, previo a obtener el título de Ingenieros en Administración en Banca y Finanzas, ha sido revisado y dirigido durante el proceso de su implementación, el mismo que cumple con los requisitos exigidos por la Escuela de Banca y Finanzas de la UTPL, por lo que autorizo su presentación ante las instancias académicas respectivas.

Atentamente,

Econ. Franz Vélez Núñez
DIRECTOR DE TESIS

CESIÓN DE DERECHOS

Jorge Luis López Lapo y María Verónica Paredes Malla, declaramos ser autores 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”*.

Jorge Luis López Lapo

María Verónica Paredes Malla

AUTORÍA

Todas las opiniones, criterios, recomendaciones y conclusiones emitidas en el presente proyecto son de absoluta responsabilidad de los autores.

Jorge Luis López Lapo

María Verónica Paredes Malla

DEDICATORIA

A mis queridos padres Regina y Ruperto por su amor incondicional, por siempre acompañarme, cuidarme y formarme con sus sabios consejos, así como también apoyarme en los momentos más difíciles que se me presentaban en mi camino.

A mis hermanos, que con sus palabras de aliento me supieron dar el apoyo necesario para seguir adelante en mis estudios.

A toda mi familia, que sin su ayuda, no hubiese logrado alcanzar este anhelado sueño.

Y sobre todo a Dios, quien nos muestra el verdadero sentido de la vida

Jorge Luis

La vida me ha enseñado que los sueños nos mantienen vivos y se logran con sacrificio y esfuerzo.

Es por esto y con humildad de corazón que dedico el presente trabajo a Dios y a María Inmaculada quienes son la fuerza espiritual que guía mi vida.

A mis Padres, Carlos y Margarita a quienes amo profundamente, son ejemplo de sacrificio y trabajo incansable, gracias por todo su amor y apoyo necesarios para poder alcanzar mis metas y seguir adelante en todo momento.

A mis hermanos María Isabel y Juan Carlos por brindarme siempre su incondicional apoyo y cariño.

María Verónica

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica Particular de Loja, a través de la Escuela de Banca y Finanzas, a su personal Docente y Administrativo, quienes con generosidad y paciencia han sabido impartir sus conocimientos y de esta manera han ayudado a nuestra formación profesional.

Es imprescindible mencionar a nuestro Director de Tesis, Econ. Franz Vélez Núñez, por su estímulo constante, apoyo incondicional y su comprensión, al darle tiempo a este proyecto para su culminación.

Gracias también, a nuestros compañeros y amigos de la Escuela de Banca y Finanzas, quienes nos han apoyado en todo lo que en sus manos ha estado para que se lleve a buen puerto este trabajo.

Los Autores

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN.....	ii
CESIÓN DE DERECHO	iii
AUTORÍA	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE	vii – xi
RESUMEN EJECUTIVO	1
INTRODUCCIÓN.....	3

CAPÍTULO 1

1 CARACTERÍSTICAS SOCIO-ECONÓMICAS DE LOJA	4
1.1 CIUDAD DE LOJA.....	4
1.1.1 Historia	4
1.1.2 Ubicación.....	4
1.2 POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA.....	6
1.2.1 Población por Área de Residencia	6
1.2.2 Población Según Categoría de Ocupación	7
1.2.3 Población Según Grupo de Ocupación	8
1.2.4 Nivel de Instrucción de la Población	9
1.2.5 Población Económicamente Activa – PEA	11
1.2.6 Población Afiliada a la Seguridad Social.....	11
1.2.7 Población Migrante.....	12
1.2.8 Población Analfabeta – Índice de Masculinidad y Femenidad & Razón de Dependencia	13
1.3 ACTIVIDAD ECONÓMICA	13
1.3.1 Evolución de Compañías	15

CAPÍTULO 2

2 ANTECEDENTES Y CONCEPTUALIZACIÓN DE LA TARJETA DE CRÉDITO.....	17
2.1 ANTECEDENTES.....	17
2.1.1 Forma y origen	17
2.1.2 Diferencia entre tarjeta de crédito y tarjeta de débito	18
2.1.3 Funciones de la tarjeta de crédito	19
2.1.4 Elementos que componen una tarjeta de crédito.....	21
2.1.5 Sistema de Tarjetas de Crédito.	22
2.1.6 Tipos de tarjetas de crédito	25
2.1.7 Los beneficios, ventajas y desventajas.	27
2.1.8 Entidades que emiten tarjetas de crédito en Ecuador	29
2.2 CONCEPTUALIZACIÓN	30
2.2.1 Legislación vigente.....	30
2.2.2 Tarjetahabiente	31
2.2.3 Emisor	31
2.2.4 Requisitos Generales	31
2.2.5 Adquiriente	32
2.2.6 Recibo de transacción o de venta.....	32
2.2.7 Autorización	33
2.2.8 Contra cargo	34

CAPÍTULO 3

3	ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE LAS TARJETAS DE CRÉDITO	35
3.1	ESTUDIO DE MERCADO	35
3.1.1	Objetivo del Estudio	35
3.1.2	Herramientas del Estudio.....	35
3.1.3	Diseño y selección de la muestra.....	35
3.1.4	Tamaño de la muestra	36
3.2	OFERTA: ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES	37
3.2.1	Características Generales.....	37
3.2.2	Nivel de aceptación de la Tarjeta de Crédito	42
3.2.3	Años de aceptación como instrumento de pago.....	46
3.2.4	Tipos de Tarjetas aceptadas en los establecimientos comerciales	47
3.2.5	Empresas POS (Point of Sale) de afiliación	49
3.2.6	Planes de pago	50
3.2.7	Tarjetas de crédito aceptadas en pago diferido	51
3.2.8	Preferencias en la recepción de tarjetas por parte del establecimiento comercial.....	55
3.2.9	Tarjetas de crédito más presentadas en los establecimientos comerciales	60
3.2.10	Porcentajes de recarga al precio de los productos cuando la compra es con tarjeta de crédito	61
3.2.11	Ventas con Tarjeta de Crédito	63
3.3	DEMANDA: EL CONSUMIDOR Y EL USO DE LA TARJETA DE CRÉDITO	65
3.3.1	Datos de identificación	65
3.3.2	Nivel de aceptación de la Tarjeta de Crédito	70
3.3.3	Individuos que no poseen una tarjeta de crédito	71
3.3.4	Individuos que poseen una tarjeta de crédito	75
3.3.5	Individuos que han realizado avances en efectivo	88
4	CONCLUSIONES	93
5	RECOMENDACIONES	98
6	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	101
6.1	LIBROS	101
6.2	DOCUMENTOS EN LÍNEA	102
6.3	CONTRIBUCIONES.....	103

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: AÑO DE CONSTITUCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO -----	104
ANEXO 2: SECTOR ECONÓMICO -----	108
ANEXO 3: FUENTES DE FINANCIAMIENTO -----	107
ANEXO 4: INGRESOS PERCIBIDOS POR VENTAS O PRESTACIÓN DE SERVICIOS -----	108
ANEXO 5: ENCUESTA A ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES -----	109
ANEXO 6: ENCUESTA A CONSUMIDORES-----	111

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población Total del Cantón Loja-----	6
Tabla 2. Población por área, según el cantón Loja y sus parroquias -----	7
Tabla 3. Población de la Provincia y del Cantón Loja -----	7
Tabla 4. Población por Categoría de Ocupación -----	8
Tabla 5. Población por Grupo de Ocupación -----	9
Tabla 6. Nivel de Instrucción de la Población -----	9
Tabla 7. Población Afiliada a la Seguridad Social-----	11
Tabla 8. Población Migrante -----	12
Tabla 9. Principal motivo de viaje -----	12
Tabla 10. Emisores de Tarjetas de Crédito-----	29
Tabla 11. Actividad Económica -----	38
Tabla 12. Años del Establecimiento Comercial -----	39
Tabla 13. Sector Económico -----	41
Tabla 14. Nivel de Aceptación de la Tarjeta de Crédito-----	42
Tabla 15. Nivel de Aceptación por Sector Económico-----	43
Tabla 16. Razones de no Aceptación de la Tarjeta de Crédito -----	44
Tabla 17. Posibilidad de afiliación-----	45
Tabla 18. Años de aceptación-----	46
Tabla 19. Tipo de Tarjeta de Crédito aceptada -----	47
Tabla 20. Empresas POS de afiliación -----	49
Tabla 21. Planes de pago-----	50
Tabla 22. Tarjeta VISA aceptada en pago diferido -----	52
Tabla 23. Tarjeta MASTERCARD aceptada en pago diferido-----	53
Tabla 24. Otras Tarjetas aceptadas en pago diferido -----	54
Tabla 25. Razones de aceptación de las tarjetas de crédito en pago diferido-----	55
Tabla 26. Preferencias en tarjetas de crédito VISA -----	55
Tabla 27. Preferencias en tarjetas de crédito MASTERCARD-----	57
Tabla 28. Preferencias en otras tarjetas de crédito -----	58
Tabla 29. Razones de preferencia de las tarjetas de crédito-----	59
Tabla 30. Tarjetas de crédito más presentadas-----	60
Tabla 31. Recarga al precio del producto-----	61
Tabla 32. Porcentaje de recarga al precio del producto -----	62
Tabla 33. Razones de la recarga a los productos -----	62
Tabla 34. Ventas con Tarjeta de Crédito-----	63
Tabla 35. Edad -----	65
Tabla 36. Sexo -----	66
Tabla 37. Estado Civil-----	67
Tabla 38. Situación Laboral -----	68
Tabla 39. Nivel de Estudios -----	69
Tabla 40. Disponibilidad-----	70
Tabla 41. Adquirir una tarjeta-----	71
Tabla 42. Tarjeta a adquirir-----	72
Tabla 43. Razones del por qué no adquirir una tarjeta -----	74

Tabla 44. Tiempo de uso-----	75
Tabla 45. N° de tarjetas-----	76
Tabla 46. Titularidad de la tarjeta -----	77
Tabla 47. Tarjeta que posee – Banco -----	78
Tabla 48. Cupo tarjeta de crédito-----	79
Tabla 49. Razón por la que eligió la tarjeta -----	80
Tabla 50. Pagos mensuales con tarjeta -----	82
Tabla 51. Montos de pagos mensuales con tarjeta -----	83
Tabla 52. Compras mensuales -----	84
Tabla 53. Tarjetas en el exterior -----	85
Tabla 54. Costos de las tarjetas de crédito-----	86
Tabla 55. Cambio de tarjeta -----	87
Tabla 56. Realización de avances en efectivo -----	88
Tabla 57. Destino de los avances-----	89
Tabla 58. No ha realizado avances en efectivo -----	90
Tabla 59. Tabla cruzada cupo de la tarjeta/nivel de estudio -----	91
Tabla 60. Tabla cruzada cupo de la tarjeta/situación laboral -----	91

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Actividad Económica -----	39
Gráfica 2. Años del Establecimiento Comercial -----	40
Gráfica 3. Sector Económico -----	41
Gráfica 4. Nivel de Aceptación de la Tarjeta de Crédito -----	42
Gráfica 5. Nivel de Aceptación por Sector Económico-----	43
Gráfica 6. Razones de no Aceptación de la Tarjeta de Crédito-----	44
Gráfica 7. Posibilidad de afiliación -----	45
Gráfica 8. Años de aceptación -----	46
Gráfica 9. Tipo de Tarjeta de Crédito aceptada -----	48
Gráfica 10. Empresa POS de afiliación -----	50
Gráfica 11. Planes de pago -----	51
Gráfica 12. Tarjeta VISA aceptada en pago diferido-----	52
Gráfica 13. Tarjeta MASTERCARD aceptada en pago diferido -----	53
Gráfica 14. Otras Tarjetas aceptadas en pago diferido-----	54
Gráfica 15. Razones de aceptación de las tarjetas de crédito en pago diferido-----	55
Gráfica 16. Preferencias en tarjetas de crédito VISA -----	56
Gráfica 17. Preferencias en tarjetas de crédito MASTERCARD -----	57
Gráfica 18. Preferencias en otras tarjetas de crédito-----	58
Gráfica 19. Razones de preferencia de las tarjetas de crédito -----	59
Gráfica 20. Tarjetas de crédito más presentadas -----	61
Gráfica 21. Recarga al precio del producto -----	62
Gráfica 22. Razones de la recarga a los productos-----	63
Gráfica 23. Ventas con Tarjeta de Crédito -----	64
Gráfica 24. Edad-----	65
Gráfica 25. Sexo-----	66
Gráfica 26. Estado Civil -----	67
Gráfica 27. Situación Laboral-----	68
Gráfica 28. Nivel de Estudios-----	69
Gráfica 29. Disponibilidad de tarjeta de crédito-----	70
Gráfica 30. Adquisición de tarjeta de crédito -----	71
Gráfica 31. Tarjeta a Adquirir -----	73
Gráfica 32. Razones para no adquirir una tarjeta -----	74
Gráfica 33. Tiempo de uso -----	75
Gráfica 34. Número de tarjetas que posee -----	76

Gráfica 35. Titularidad -----	77
Gráfica 36. Tarjeta que posee – Banco -----	78
Gráfica 37. Cupo tarjeta de crédito-----	80
Gráfica 38. Razón por la que eligió la tarjeta -----	81
Gráfica 39. Pagos mensuales con tarjeta-----	82
Gráfica 40. Pagos mensuales con tarjeta-----	83
Gráfica 41. Compras mensuales -----	85
Gráfica 42. Tarjetas en el exterior-----	86
Gráfica 43. Costos de las tarjetas de crédito -----	87
Gráfica 44. Cambio de tarjeta-----	88
Gráfica 45. Realización de avances en efectivo -----	89
Gráfica 46. Destino de los avances-----	90
Gráfica 47. No ha realizado avances en efectivo -----	91

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación trata de analizar la aceptación y el consumo a través de las tarjetas de crédito como instrumento de pago en los locales comerciales tanto en productos como en servicios, en la ciudad de Loja.

Para el análisis y elaboración de información se realizaron 393 encuestas a los tarjetahabientes, esto para poder determinar tendencias y parámetros de comportamiento de los clientes o potenciales clientes de las entidades financieras determinando así que la tarjeta VISA es la más utilizada debido al bajo interés en compras y facilidad en obtenerla, de igual forma se realizaron 383 encuestas a locales comerciales comprobando así la utilización de la tarjeta de crédito como instrumento de pago reemplazando así al dinero físico ya que es la manera mas segura y personal de tener efectivo, evitando el riesgo de cheques robados o dinero falso, permite al tarjetahabiente efectuar compras en cualquier momento, eliminando el riesgo de compras con cuentas corrientes con saldo insuficiente, disminuyendo así la posibilidad de robos en efectivo.

INTRODUCCIÓN

El enorme desarrollo comercial interrelacionado con el auge de la producción y el consecuente desarrollo de la sociedad de consumo ha encauzado a las distintas empresas productoras, sean financiadoras de bienes y servicios a utilizar las más variadas formas de ventas y créditos, entre las cuales para el tema de estudio del presente trabajo son las "tarjetas de crédito". La incorporación en el devenir económico - financiero de la tarjeta de crédito para el consumo, ha influido no solo en la economía nacional sino internacional haciendo cada vez más inevitable su utilización.

En la actualidad, las tarjetas de crédito han jugado un rol crucial al aportar al desarrollo de las economías de los países más desarrollados; en la medida en que los consumidores llegan a tener mayores facilidades para la adquisición de bienes y servicios, igualmente va creciendo la demanda en los distintos sectores del mercado. Otro aspecto que marca la importancia de las tarjetas de crédito es el hecho de que sirven para la adquisición de todo tipo de bienes de consumo masivo, llegando a formar parte significativa hasta del presupuesto doméstico de muchos hogares.

La importancia del tema a investigar destaca en nuestro interés personal, para conocer la significancia que tienen las tarjetas de crédito como instrumentos de pago en la ciudad de Loja así como también el endeudamiento que ésta produce, tanto en las personas que la usan, como en los comercios que la aceptan como forma de pago, cabe mencionar que la ciudad de Loja es una plaza de muy alto comercio y circulante de dinero; por tal motivo la introducción de la tarjeta de crédito en esta ciudad ocupa un lugar muy importante y es bien vista en los distintos comercios de la ciudad de Loja.

Al elaborar este estudio del uso de la tarjeta de crédito en la ciudad de Loja se evaluarán todos los aspectos que tiene que ver con su uso, las preferencias de los locales comerciales en general y conocer cuáles son las tarjetas de crédito que emiten las entidades financieras de la ciudad de Loja.

La metodología que se aplicará en este proyecto será el método deductivo, el mismo que mediante el cual se extraen conclusiones generales como consecuencia de la observación controlada de hechos individuales. Es decir, mediante este método se parte de conclusiones

específicas para llegar a conclusiones generales, así mismo se empleará técnicas de investigación documental y de campo.

La técnica documental permite la recopilación de información para enunciar las teorías que sustenten el estudio de los fenómenos y procesos. Incluye el uso de instrumentos definidos según la fuente documental a que hacen referencia.

La técnica de campo permite la observación en contacto directo con el objeto de estudio, y la recolección de testimonios que permitan confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de la verdad objetiva.

Para poder llevar acabo todo el proceso, nos basaremos en fuentes de información tanto primarias como secundarias, las mismas que nos permitirán dar una mayor veracidad a toda la información obtenida.

Entre las fuentes primarias y secundarias que se usarán para la elaboración del presente proyecto de tesis, son:

Fuentes primarias:

Estudio de campo datos obtenidos "de primera mano", búsqueda bibliográfica, por artículos científicos, monografías, tesis, libros o artículos de revistas especializadas originales, no interpretados.

Fuentes secundarias:

Resúmenes, compilaciones o listados de referencias, preparados en base a fuentes primarias, libros de texto, artículos de revistas, enciclopedias, etc.

CAPÍTULO 1

1 CARACTERÍSTICAS SOCIO-ECONÓMICAS DE LOJA

1.1 Ciudad de Loja

1.1.1 Historia

La ciudad de Loja tuvo dos fundaciones: la primera fue en el valle de Garrochamba en 1546, con el nombre de La Zarza, bajo orden del General Gonzalo Pizarro; la segunda y definitiva fundación fue llevada a cabo por el Capitán Alonso de Mercadillo en el valle de Cuxibamba ("llanura alegre"), bajo orden de Pedro de la Gasca, tras haber sometido a Pizarro, el 8 de diciembre de 1548.

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. Durante su época de oro llegó a tener tanta importancia como Quito o Guayaquil al ser la ciudad donde iban los recursos de las minas de oro que la rodeaban y al ser el eje económico de su área de influencia.

La última fundación fue realizada por Don Alonso de Mercadillo, quien era natural de la ciudad española de Loja, en Granada. En las crónicas de la conquista española, esta ciudad es nombrada como LOJA. 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 españoles.

Loja fue un punto de partida para la cuenca del Amazonas y la región de El Dorado para los conquistadores españoles. Declaró su independencia de España el 18 de noviembre de 1820.¹

1.1.2 Ubicación

La ciudad de Loja, está situada al sur oriente de la provincia, es la cabecera cantonal del cantón y provincia del mismo nombre; el cantón Loja tiene como límites: al norte con el Cantón Saraguro, al sur y al este con la Provincia de Zamora Chinchipe y al oeste con los cantones Catamayo, Gonzanamá, Espíndola y Quilanga. Además está constituida por cuatro

¹ Portal Web del Ilustre Municipio de Loja: <http://www.loja.gob.ec>.

parroquias urbanas²: El Sagrario, San Sebastián, Sucre y el Valle. Trece parroquias Rurales: Gualiel, El Cisne, San Lucas, Santiago, Chuquiribamba, Chantaco, Jimbilla, Taquil, Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Vilcabamba, Yangana y Quinara. De acuerdo al Municipio de Loja, la ciudad se encuentra dividida en tres distritos y cuarenta y seis barrios en la ciudad de Loja.³ Los barrios que conforman cada uno de los tres distritos son:

DISTRITO I

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

DISTRITO II

Argelia, San Isidro, Punzara, Tebaida, Daniel Álvarez, Isidro Ayora, Perpetuo Socorro, Miraflores, San Pedro, Ramón Pinto, El Pedestal, Colinas Lojanas, Menfís, Chontacruz, Bolonia, Obrapía y La Alborada.

DISTRITO III

San Cayetano, El Valle, San Vicente, Manuel Carrión, Gran Colombia, Jipiro, Nueva Granada, Turunuma, Clodoveo Jaramillo, Belén, Las Pitás, La Paz, La Banda, Motupe, Amable María, Sauces Norte, Plateado, Carigan y Salapa.

1.1.2.1 Infraestructura educativa

La ciudad de Loja cuenta con la siguiente estructura educativa:

- **Nivel pre-primario:** 77 establecimientos,
- **Nivel Primario:** 232 establecimientos,
- **Nivel Medio:** 42 establecimientos,
- **Nivel Superior:** 3 Universidades, 3 Institutos superiores y 2 Extensiones Universitarias.

1.1.2.2 Servicios

La ciudad de Loja 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 hospitales y clínicas, 11 hoteles, 6 mercados, 12 parques, 1 camal, 2 cementerios,

² División Político – Administrativa: INEC actualizada a 2010

³ Ilustre Municipio de Loja: Aportes del UTTM-L

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.

1.2 Población de la Ciudad de Loja

1.2.1 Población por Área de Residencia

Según datos oficiales del VII Censo de Población y VI de Vivienda – 2010, emitido por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), la población del cantón Loja es de 214.855⁴ habitantes; en la zona urbana, área administrativa de la cabecera cantonal del mismo nombre habitan 170.280, mientras que en la zona rural habitan 44.575.

Tabla 1. Población Total del Cantón Loja

Sexo		Total	Porcentaje
Hombre	Mujer		
ÁREA URBANA			
81.475	88.805	170.280	79,25%
ÁREA RURAL			
21.995	22.580	44.575	20,75%
Total		214.855	100%

Fuente: INEC

Elaboración: Los autores

El 20,75% de su población reside en el Área Rural; mientras que el 79,25% de la población reside en el Área Urbana. (Ver Tabla No. 1)

La composición poblacional de las parroquias del Cantón se describe a través del cuadro siguiente:

⁴ Fuente: INEC (VII Censo de Población y VI de Vivienda – 2010)

Tabla 2. Población por área, según el cantón Loja y sus parroquias

Nombre de la Parroquia	Hombre	Mujer
Loja	86.631	93.986
Chantaco	560	617
Chuquiribamba	1.140	1.326
El Cisne	783	845
Gualel	950	1.110
Jimbilla	563	551
Malacatos (Valladolid)	3.577	3.537
San Lucas	2.210	2.463
San Pedro De Vilcabamba	650	639
Santiago	666	707
Taquil (Miguel Riofrio)	1.819	1.844
Vilcabamba (Victoria)	2.365	2.413
Yangana (Arsenio Castillo)	836	683
Quinara	720	664
Total	103.470	111.385

Fuente: INEC

Elaboración: Los autores

La población del Cantón LOJA, según el Censo del 2001, representaba el 43,25% del total de la Provincia de LOJA; mientras que para el Censo del 2010 éste representa el 47,86%. El Cantón Loja ha crecido en el último período intercensal 2001 - 2010, a un ritmo de crecimiento del 22,72%. (Ver Tabla No. 3)

Tabla 3. Población de la Provincia y del Cantón Loja

# DE HABITANTES	2011	%	2010	%
TOTAL PROVINCIA DE LOJA	404.835	100	448.966	100
TOTAL CANTON LOJA	175.077	43,25	214.855	47,86

Fuente: INEC

Elaboración: Los autores

1.2.2 Población Según Categoría de Ocupación

La composición de la población según su categoría de ocupación, se describe a través del cuadro siguiente:

Tabla 4. Población por Categoría de Ocupación

Categoría de Ocupación	Total	%
Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales	16.624	18,72%
Empleado/a u obrero/a privado	26.712	30,08%
Jornalero/a o peón	8.966	10,09%
Patrono/a	3.113	3,51%
Socio/a	1.275	1,44%
Cuenta propia	24.785	27,91%
Trabajador/a no remunerado	1.511	1,70%
Empleado/a doméstico/a	2.816	3,17%
Se ignora	2.998	3,38%
Total	88.800	100%

Fuente: INEC

Elaboración: Los autores

En base a los resultados obtenidos, la categoría de ocupación con mayor porcentaje de participación, le corresponde a los empleados u obreros privados con el 30,08%, es decir son aquellas personas que trabajan bajo relación de dependencia en empresas privadas de la ciudad, seguido de la categoría antes mencionada, continúan las personas que trabajan por cuenta propia con el 27,91%, es decir aquellas personas que poseen negocios propios y laboran en ellos.

A continuación, le sigue los empleados de gobierno con el 18,72%, cabe mencionar que son aquellas personas que trabajan en Municipios, Gobiernos Provinciales, Consejos Provinciales, Juntas Parroquiales.

1.2.3 Población Según Grupo de Ocupación

La composición de la población según su grupo de ocupación, se describe a través del cuadro siguiente:

Tabla 5. Población por Grupo de Ocupación

Grupo de Ocupación	Frecuencia	%
Directores y gerentes	1.967	2,13%
Profesionales científicos e intelectuales	13.579	14,74%
Técnicos y profesionales del nivel medio	3.788	4,11%
Personal de apoyo administrativo	6.788	7,37%
Trabajadores de los servicios y vendedores	17.288	18,76%
Agricultores y trabajadores calificados	9.671	10,50%
Oficiales, operarios y artesanos	13.505	14,66%
Operadores de instalaciones y maquinaria	6.154	6,68%
Ocupaciones elementales	10.639	11,55%
Ocupaciones militares	699	0,76%
No declarado	4.722	5,12%
Trabajador nuevo	3.337	3,62%
Total	92.137	100%

Fuente: INEC

Elaboración: Los autores

En lo que respecta a la población según su grupo de ocupación, los resultados muestran lo siguiente: el 18,76% de la población corresponde a los trabajadores de los servicios y vendedores, seguido de los profesionales científicos e intelectuales con el 14,74%. En el siguiente puesto, continúan las personas que son oficiales, operarios y artesanos con el 14,66% respectivamente.

1.2.4 Nivel de Instrucción de la Población

Tabla 6. Nivel de Instrucción de la Población

Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió	Casos	%	Acumulado %
Ninguno	4.532	2	2
Centro de Alfabetización	749	0	3
Preescolar	1.461	1	3
Primario	58.438	30	34
Secundario	36.872	19	53
Educación Básica	20.293	10	63
Bachillerato - Educación Media	14.697	8	71
Ciclo Postbachillerato	1.970	1	72
Superior	47.938	25	96

Postgrado	4.180	2	98
Se ignora	2.937	2	100
Total	194.067	100	100

Fuente: INEC

Elaboración: Los autores

La educación en todo el Ecuador está reglamentada por el Ministerio de Educación sea educación fiscal, fiscomisional, municipal, y particular laica o religiosa, hispana o bilingüe intercultural. La educación pública es laica en todos sus niveles, obligatoria hasta el nivel básico, y gratuita hasta el bachillerato o su equivalente.

Por otra parte la enseñanza, tiene dos regímenes, Costa y Sierra. Al régimen Costa, pertenecen el litoral y las islas Galápagos, las clases comienzan a principios de abril de cada año y terminan en enero o febrero del siguiente año. Al régimen sierra, pertenecen la región interandina y amazonía, las clases inician en septiembre de cada año y finalizan en junio o julio del próximo año.⁵

La enseñanza de la ciudad de Loja, pertenece al régimen Sierra, por ende las clases inician en septiembre de cada año y finalizan en junio o julio del próximo año.

El 30% de la población de la ciudad de Loja, según datos del INEC, han asistido o siguen asistiendo a la educación primaria, es decir asisten a las instituciones denominadas escuelas, las mismas que imparten la educación primaria desde 1° a 7° año.

El 25% de los habitantes, han asistido o siguen asistiendo a la universidad, es decir asisten a aquellos centros de educación superior de ingenierías y ciencias, los mismos que ofrecen la oportunidad de obtener un título profesional, ya sea de tecnólogo, licenciado o ingeniero.⁶

Además, el 19% de la población han concluido o continúan con sus estudios de secundaria, ya sea en colegios fiscales, privados o municipales. La educación secundaria se realiza después de los 7 años de educación primaria y antes del bachillerato.

Por otro lado, tan solo el 10% de la población han concluido o prosiguen con sus estudios de Educación Básica. La Educación Básica en Ecuador, corresponde desde 1° año de básica,

⁵ Fuente: Ministerio de Educación del Ecuador

⁶ Con la última Constitución elaborada en el 2008, se aprueba la gratuidad de la educación hasta el nivel superior, siendo la Universidad Central del Ecuador, la primera en aplicar esta política.

usualmente se inscriben niños de alrededor de 5 años, hasta 10º año de básica, a la edad de 14 años.

Para concluir el 8% de la población, han asistido o continúan asistiendo al bachillerato – educación media. El bachillerato es la especialización que se realiza después de los 10 años de educación básica y antes de la educación superior, esta pueden ser: físico-matemático, químico-biológicas, sociales o técnicas. Se denominan desde primer a tercer año de bachillerato. El estudiante se gradúa entonces con el nombre de bachiller en su especialización. A partir del 2011 se eliminan las especializaciones mencionadas, y son reemplazadas por el Bachillerato General Unificado.⁷

1.2.5 Población Económicamente Activa – PEA

De acuerdo a datos del INEC, el 48,70% comprende a la población de 15 y más años de edad que suministran la mano de obra disponible para la producción de bienes y servicios en la ciudad.

1.2.6 Población Afiliada a la Seguridad Social

Tabla 7. Población Afiliada a la Seguridad Social

Descripción	Casos
Seguro ISSFA	1.484
Seguro ISSPOL	569
IESS Seguro general	27.113
IESS Seguro voluntario	3.328
IESS Seguro campesino	4.914
Es jubilado del IESS/ISSFA/ISSPOL	3.366
No aporta	117.394
Se ignora	5.802

Fuente: INEC

Elaboración: Los autores

Con lo que respecta a la Seguridad Social, la población de la ciudad de Loja, muestra las siguientes estadísticas: 27.113 personas se encuentran afiliadas al IESS - Seguro general, 4.914 se encuentran afiliadas al IESS – Seguro campesino y 3.366 son jubilados del IESS/ISSFA⁸/ISSPOL⁹.

⁷ Fuente: Ministerio de Educación del Ecuador

⁸ Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas

⁹ Instituto de Seguridad Social de la Policía Nacional

De manera general, 117.394 no aportan al IESS, 3.328 aportan al IESS de forma voluntaria, 1.484 personas pertenecen al Seguro ISSFA y 569 personas son afiliadas al Seguro ISSPOL.¹⁰

1.2.7 Población Migrante

Se denomina población migrante a todo desplazamiento de la población, que se traslada desde un lugar de origen a otro destino y lleva consigo un cambio de la residencia habitual, bien sea temporal o definitivo.¹¹

Tabla 8. Población Migrante

Sexo del migrante	Casos	%	Acumulado %
Hombre	3.044	57	57
Mujer	2.255	43	100
Total	5.299	100	100

Fuente: INEC

Elaboración: Los autores

Según datos oficiales del VII Censo de Población y VI de Vivienda – 2010, 5.299 personas están fuera de la ciudad de Loja y de los cuales 3.044 son hombres y 2.255 son mujeres.

Entre los principales motivos de viajar están: 71% por trabajo, el 11% por estudios, el 15% por unión familiar y el 3% por otros motivos. (Ver tabla No. 9).

Tabla 9. Principal motivo de viaje

Principal motivo de viaje	Casos	%	Acumulado %
Trabajo	3.770	71	71
Estudios	584	11	82
Unión familiar	803	15	97
Otro	142	3	100
Total	5.299	100	100

Fuente: INEC

Elaboración: Los autores

¹⁰ VII Censo de Población y VI de Vivienda – 2010 (INEC)

¹¹ Enciclopedia Libre WIKIPEDIA: <http://es.wikipedia.org>

1.2.8 Población Analfabeta – Índice de Masculinidad y Femenidad & Razón de Dependencia

El *índice de analfabetismo*, muestra el porcentaje de la población que no sabe escribir y leer un texto de poca dificultad. En la ciudad de Loja, el índice de la población analfabeta alcanza el 3%.¹²

El *índice de masculinidad*, expresa la razón de hombres frente a mujeres en la ciudad de Loja, es decir, éste índice expresa el número de varones por cada 100 mujeres, dicho índice según el último Censo del año 2010, alcanza el 93%. En conclusión, el número de varones en la ciudad de Loja es de 93 por cada 100 mujeres.

El *índice de feminidad*, expresa la razón de mujeres frente a hombres en la ciudad de Loja, éste índice según el último Censo, alcanza el 108%. Es decir que por cada 100 hombres, hay 108 mujeres. En conclusión, el número de mujeres en la ciudad es de 108 por cada 100 hombres, lo que se demuestra que en la ciudad de Loja hay más mujeres que hombres.

Razón de dependencia, es la relación entre personas que por su edad se definen como dependientes (menores de 15 años y mayores de 64 años) y las que se definen como económicamente reproductivas (15-64 años) dentro de una población. Dicha razón para la ciudad de Loja, es del 58%.¹³

1.3 Actividad Económica¹⁴

La economía de la región se basa fundamentalmente en la agricultura y la pequeña industria, destacándose esta última en embutidos, aglomerados, artesanías, especerías, azucareras, etc. La concentración de empleos se genera prácticamente en el centro de la ciudad, siendo pocos los existentes en las afueras.

Entre las principales actividades productivas que posee la ciudad de Loja, se enumeran las siguientes:

Agricultura: La topografía de la ciudad de Loja determina que las tierras más aptas para la agricultura se sitúan en pequeños valles y mesetas. Loja aproximadamente cuenta con 61.200

¹² VII Censo de Población y VI de Vivienda – 2010 (INEC)

¹³ VII Censo de Población y VI de Vivienda – 2010 (INEC)

¹⁴ Ilustre Municipio de Loja: Aportes del UTTM-L

has, las mismas que son utilizadas para vivienda, cultivos de ciclo corto, pastizales y terrenos no aptos para el cultivo.

El 30% de los terrenos cultivables cuentan con riego y técnicas de producción agrícola. Los principales productos que se cultivan en la ciudad de Loja son: maíz, fréjol, hortalizas, tubérculos y frutales.

Ganadería: En los sectores periféricos de la ciudad de Loja, la población se dedica a actividades ganaderas en pequeña escala, las mismas que les permite generar recursos económicos. Los principales tipos de ganado son el vacuno y el porcino.

Explotación Minera: La Hoya de Loja tiene importantes yacimientos de arcilla, caolines que están siendo explotados para la industria cerámica. En Malacatos se tiene yacimientos de yeso, que son aprovechados para las plantas de cemento a nivel nacional y estuquería artesanal. En la zona de Masanamaca, Cordillera de Sabanilla y cerca de El Cisne se encuentran importantes yacimientos auríferos.

Industria: En los últimos tiempos se ha incrementado notablemente la actividad industrial en la ciudad de Loja, entre las principales tenemos: Malca, Cafrilosa, I.L.E, Arcimego, Maderas del Sur, Vilcagua, Cooperativa de Carpinteros San José, Inapesa, Farmalemana, Lojagas:, Favidsu, Minaexplo, ILELSA.

Comercio: Loja cuenta con establecimientos comerciales dedicados a actividades de importación y exportación, servicios, despensas, abarrotes, imprentas, agencias y representaciones, entre otros.

Construcción: El sector de la construcción se ha visto dinamizado debido al fenómeno migratorio y al ingreso de remesas que esto significa. Actualmente se registran más de 100 permisos de construcción para edificaciones y obras menores. El estilo de las construcciones en el área céntrica se mantiene y su uso más frecuente es el de Centros Comerciales internos. Igualmente esta predominando la construcción de viviendas adosadas y edificaciones verticales.

1.3.1 Evolución de Compañías

La **creación de compañías** ha sido notoria en la ciudad, lo cual hace que se reactive no sólo la economía local, sino además la generación de plazas de empleo y por ende la necesidad de contar con alguna entidad financiera para mantener allí su cuenta corporativa y por ende realizar las debidas transacciones de la empresa.

Hasta la actualidad la ciudad de Loja cuenta con 12.119 compañías, según datos desde el año 1541 hasta el año 2010. Sin duda alguna el año 2010, fue donde más compañías se han creado, el número asciende a 2.035¹⁵ compañías, (Ver Anexo 1) y de acuerdo al sector económico se destacan las siguientes: 6.242 son compañías de comercio, 4.299 son compañías de servicios y 1.087 son compañías que corresponden al sector de la manufactura. (Ver Anexo 2).

Sin duda alguna Loja, se ha caracterizado por ser netamente comercial, tras la firma de acuerdo de paz con el vecino país del Sur, el comercio se ha incrementado notablemente, especialmente en lo referente a bienes de consumo final, materiales de construcción y electrodomésticos.

Entre las **fuentes de financiamiento**¹⁶ que prefieren las empresas se destacan los siguientes datos: el 70% del total de empresas buscan financiamiento en instituciones privadas, el 8% con instituciones públicas y otro 8% buscan otras alternativas de financiamiento sin garantía. (Ver Anexo 3). Es por ello que se justifica la creciente oferta de Instituciones Financieras en la ciudad de Loja, porque más del 50% de las empresas buscan financiamiento en bancos, cooperativas, mutualistas, etc.

Con lo que respecta a los **ingresos percibidos por ventas o prestación de servicios**, el 50% de las empresas reciben ingresos que van desde 1 dólar a 9.999 dólares y un 27% de empresas reciben ingresos de 10.000 dólares a 29.999 dólares.¹⁷ (Ver Anexo 4). El sector económico que más generó ingreso fue el sector de servicios, es decir actividades de restaurantes y servicios móviles de comida y actividades jurídicas con 785 millones de dólares anuales; seguido por el sector comercio con 707 millones, en cuanto se refiere a la venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco; y finalmente el sector manufactura, es decir la fabricación de

¹⁵ **Fuente:** Censo Económico – INEC 2010

¹⁶ **Fuente:** Censo Económico – INEC 2010

¹⁷ **Fuente:** Censo Económico – INEC 2010

prendas de vestir y la fabricación de productos metálicos para uso estructural con 56 millones de dólares.

CAPÍTULO 2

2 ANTECEDENTES Y CONCEPTUALIZACIÓN DE LA TARJETA DE CRÉDITO

2.1 Antecedentes

2.1.1 Forma y origen

Este proyecto tiene por objeto el estudio de un instrumento de pago que surge de las necesidades de la sociedad de consumo actual, desarrollado en todas las naciones y utilizado en todos los países.

La Tarjeta de Crédito es al mismo tiempo un instrumento de crédito y un factor multiplicador de las ventas, y por lo tanto, de la producción, el trabajo y la riqueza. Se ha convertido en una parte esencial de la vida cotidiana de la mayoría de personas y ha cambiado por completo la gestión de las finanzas personales. Materialmente la tarjeta de crédito¹⁸ consiste en una pieza de plástico, cuyas dimensiones y características generales han adquirido absoluta uniformidad, por virtualidad del uso y de la necesidad técnica.

Debido a que las concesiones de las tarjetas de crédito traen implícito la correspondiente financiación a sus titulares, los bancos emisores estiman todos los detalles con relación a los riesgos para que de esta manera los requerimientos habituales sean las domiciliaciones de las nóminas o retribuciones acordadas. Varias de las tarjetas de crédito existentes en los mercados tienen como función agregada los seguros contra accidentes, efectivos para las situaciones que los titulares cumplen con los pagos de un viaje o traslado con la propia tarjeta. Asimismo otras tarjetas de crédito traen anexados como para mejorar su funcionamiento seguros para la asistencia en traslados y de extravío o hurtos de equipajes.

La historia de las tarjetas bancarias data del año 1914. Fue entonces cuando en Estados Unidos la Western Union¹⁹ emitió la primera tarjeta de crédito al consumidor. Estas primeras tarjetas se otorgaban a los clientes preferidos de la compañía y les ofrecían a estos una variedad de servicios especiales, entre ellos el pago diferido libre de cargo.

¹⁸ Wikipedia, la enciclopedia libre. Tarjeta de crédito; forma y origen Disponible en http://es.wikipedia.org/wiki/Tarjeta_de_crédito (Consultado 16-10-2011)

¹⁹ Compañía que ofrece servicios financieros y de comunicación, que incluye transferencias de dinero persona a persona, ordenes de dinero y servicios comerciales.

Durante las primeras décadas del siglo, un gran número de otras empresas, como hoteles, tiendas por departamentos y compañías de gasolina emitieron tarjetas de crédito a sus clientes. Pero no fue hasta 1950, cuando se introdujo en el mercado norteamericano la tarjeta DINERS CLUB, con lo que una misma tarjeta de crédito fue aceptada por una variedad de comercios.

En 1951, el Franklin National Bank de Long Island, en New York, emitió una tarjeta que fue aceptada por los comercios locales y muy pronto, alrededor de 100 bancos más comenzaron a emitir tarjetas. Sin embargo, como estas solo funcionaban para un área de la banca local, “muy pocas podían generar suficientes ganancias para los bancos, por lo que muchos desaparecieron con la misma rapidez con que surgieron”. Basados en esas pioneras, los bancos locales de los Estados Unidos de Norteamérica incursionaron en expedir sus propias tarjetas de crédito como sustitutas del cheque.

En otros países del mundo, nuevos programas de tarjetas eran lanzados, manejados siempre por bancos o por asociaciones de instituciones financieras, creando así sistemas mundiales de tarjetas bancarias de crédito.

La tarjeta de crédito bancario cumple con las tres funciones principales de una intermediación financiera, ya que transfiere fondos; es un instrumento de crédito y bajo los aspectos de seguridad contribuye a llenar la función de custodia de valores.

La difusión internacional fue producto del empleo en otras naciones de las tarjetas emitidas en aquel país, y del establecimiento local de sucursales de las emisoras durante la quinta década del siglo 20.

2.1.2 Diferencia entre tarjeta de crédito y tarjeta de débito²⁰

Una **tarjeta de débito** es una forma de pago, se realiza cuando el importe de la compra o la retirada de efectivo se cargan automáticamente en la cuenta bancaria asociada a la tarjeta. Ésta actúa contra el saldo de la cuenta bancaria. Las Tarjetas de débito suelen ser de uso personal.

Una **tarjeta de crédito** se aplica cuando los pagos se realizan contra una línea de crédito que la Entidad Financiera asigna de forma individualizada, teniendo en cuenta las posibilidades y

²⁰ Todo sobre las Tarjetas de Crédito. Diferencias entre Tarjeta de Crédito y Tarjeta de Débito. Disponible en <http://www.las-tarjetas-credito.com/Tarjetas-de-credito-y-debito-Diferencias.html> (Consultado 16-10-2011)

necesidades de cada cliente. En este caso, los pagos se efectúan con independencia del saldo disponible en la cuenta bancaria asociada a la misma; de esta manera el titular puede elegir entre pagar a fin de mes o bien aplazar los pagos. Su tarjeta de crédito puede ser personal o de empresa.

En la tarjeta de débito, los pagos se cargan directamente y sobre todo de forma inmediata a la cuenta bancaria del titular, mientras que en la tarjeta de crédito, el pago se difiere. De esta forma, las tarjetas de crédito, como su propio nombre indica, son una fórmula de obtener un dinero que todavía no está en la cuenta corriente del usuario pero que se supone estará en el momento del cobro. Es como si el banco o la entidad emisora adelantasen al titular un dinero que se supone se obtendrá en el corto plazo.

2.1.3 Funciones de la tarjeta de crédito²¹²²

- Una tarjeta de crédito permite una financiación de compras de modo tal que se puede pagar los artículos o servicios que se compre en cuotas, sin tener que abonar la totalidad en efectivo en el momento. Muchas tarjetas ofrecidas en el mercado ofrecen una financiación gratis de hasta un mes. Se puede usar una tarjeta de crédito en una gran cantidad de locales comerciales, y también usarla como modo para obtener efectivo en cajeros automáticos. También se pueden usar las tarjetas internacionales en otros países.
- Cuando un banco o una entidad financiera entregan una tarjeta de crédito, debe asegurarse de algunas condiciones con respecto a sus clientes, puesto que la operación implica una relación financiera en la que el cliente debe ser solvente para cubrir las cuotas. Por esto los bancos tienen en cuenta los riesgos que puede acarrear la relación, y resguardarse mediante lo que se conoce como domiciliación de nómina o ingresos estables.
- La tarjeta es un instrumento jurídico que permite a su titular realizar determinadas operaciones con el propio emisor o con terceras personas, sustituyendo la necesidad de utilizar dinero en efectivo, cheque u otros documentos mercantiles. Hubo necesidad de disponer de un instrumento que pudiera intervenir en el tráfico económico y jurídico supliendo el intercambio de dinero efectivo en las transacciones comerciales originadas

²¹ Activa. Tarjetas de crédito/en que consisten. Disponible en <http://www.actibva.com/magazine/guias-practicas/tarjetas-de-credito-como-funcionan-y-en-que-consisten> (Consulado el 17-10-2011)

²² GestioPolis. Las Tarjetas de Crédito/Funciones. Disponible en <http://www.gestiopolis.com/otro/las-tarjetas-de-credito.htm> (Consulado el 17-10-2011)

por el consumo particular, de pequeña y mediana cuantía, y/o en competencia con otros instrumentos como los cheques, cuya finalidad era distinta y su aceptación no era la deseada en ese tipo de transacciones. Las funciones que realizan las tarjetas nos han permitido establecer también una clasificación de las mismas.

2.1.3.1 Funciones económico-sociólogo

La tarjeta es un instrumento de desarrollo comercial y financiero. La tarjeta es fruto del desarrollo comercial y se ha convertido en un impulsor del mismo.

- Influencia en el desarrollo del mercado financiero, donde es un importante instrumento de intermediación y genera buena parte de los beneficios de la banca.
- La tarjeta no sólo es un sustitutivo parcial del numerario efectivo, sino que ha sustituido en buena parte al cheque, y su mayor mérito, es que ha conseguido ser aceptada sin problemas en las compras de consumo.

2.1.3.2 Funciones jurídicas

- La tarjeta es un instrumento de identificación.
- Su fin, en el caso de la tarjeta de pago, es usar o acceder al resto de funciones de la misma, que de otra forma difícilmente serían posibles.

Por lo que se cree adecuado examinar la identificación entre las funciones jurídicas, por el efecto de legitimación que en sentido estricto proporciona al titular. La tarjeta de pago es ya la C.I.²³, como el RUC²⁴ es la C.I. ante el SRI²⁵. La tendencia es unificar instrumentos de identificación. En la práctica, la tarjeta cumple con diversas funciones de información. Identifica al titular, al emisor, contiene datos relativos a la identidad de éstos, y también información importante para realizar las transacciones, relativas al tipo y números de cuentas, límites de crédito y de efectivo disponible, así como otra serie de datos que automatizan o permiten controlar y asegurar la corrección de las operaciones.

²³ C.I. Cédula de Identidad en el Ecuador

²⁴ RUC: Registro único del Contribuyente

²⁵ SRI: Servicio de Rentas Internas del Ecuador

2.1.4 Elementos que componen una tarjeta de crédito

2.1.4.1 Elementos Personales

En los bilaterales se concretan en dos personas:

El Emisor (Entidad Bancaria) y

El Titular (Tarjetahabiente).

Mayor complejidad ofrece el resto de las tarjetas, ya que la relación jurídica que se genera es plural, como lo vimos en el punto anterior, interviniendo las siguientes personas:

Generador o empresario emisor de la tarjeta que previamente se ha comprometido con establecimientos o arrendatarios de servicios a abonar con un descuento concertado, cuantas facturas (vouchers) le presenten respaldadas por la tarjeta. El local comercial, generalmente un establecimiento bancario, que mediante una comisión o premio distribuye las tarjetas entre sus clientes solventes. El usuario titular que previa firma del contrato, recibe la tarjeta. Pudiéndola usar en una serie de establecimientos previamente determinados.

Y por último, el establecimiento proveedor de las compras o de los servicios, que tiene la obligación de aceptar el pago mediante la tarjeta. Cuando el contratante no es titular de la tarjeta, pero que responde de los débitos de la misma y de la posible cuota que se establezca.

La empresa de franquicia que autoriza al emisor para poner en circula las tarjetas con el nombre comercial de aquéllas. (Supuesto de VISA emitidas por diversas entidades bancarias, y de DINERS (de cuya emisión se encargan sociedades anónimas).

2.1.4.2 Elementos formales

La solicitud de la tarjeta efectuada por el titular o por la persona que contrata en favor de otro. En la práctica, los bancos distribuidores se encargan de estos trámites, ofreciéndola a los clientes solventes como ya hemos indicado;

El contrato entre la sociedad emisora y el establecimiento comercial administrador de bienes y servicios. La propia tarjeta que obliga al emisor a conceder un determinado crédito al titular y abonar a los establecimientos asociados el importe de las compras o la prestación de los servicios.

Las notas de cargo, que debidamente firmadas por el titular acreditan la compra y su importe o la prestación del servicio, sustituyen al albarán de las compra-ventas de bienes muebles; estas notas de cargo se extienden por cuadruplicado utilizándose el procedimiento de calco, ya que la tarjeta figura en relieve, aparte de la marca de identificación del emisor (VISA, EUROCARD, etc...), el nombre del titular y el código de identificación. Finalmente, la nota de cargo que con carácter mensual remite el emisor al usuario-titular.

2.1.5 Sistema de Tarjetas de Crédito.

Como se mencionó anteriormente el concepto técnico de la tarjeta de crédito es necesario comprender el sistema de tarjeta de crédito. La tarjeta no vale por sí misma, si no por pertenecer al sistema que le ha dado origen y en el cual opera. El sistema vale por sí mismo y subsiste aun en ausencia de la tarjeta.

Una definición interesante es aquella que dice que el sistema de tarjetas de crédito es un conjunto sistematizado de contratos cuya función básica, entre otras consiste en un servicio de administración de cuentas corrientes mercantiles, este conjunto posee varios componentes funcionales que son subconjuntos sistematizados de los cuales son esenciales tres: la organización, grupo de usuarios y establecimientos.²⁶

Organización: Conduce y opera el sistema, su objetivo predominante es comercializar y administrar las cuentas de usuarios y establecimientos.

Usuarios: su objetivo es la incorporación del usuario al sistema mediante la emisión de la tarjeta, apertura y administración de la cuenta, están ligados a la organización.

Establecimientos: aceptantes de tarjeta o establecimientos adheridos. Ligados a la organización, tiene la obligación de aceptar el pago mediante la tarjeta.

Sistema en marcha: consiste en la operación y el efecto de la actuación organizada convencionalmente por los sujetos mencionados precedentemente. A continuación se detalla dicho proceso:

²⁶ GestioPolis. Sistemas de Tarjetas de Crédito. Disponible en <http://www.gestiopolis.com/otro/sistema-tarjetas-de-credito.htm> (Consulado el 18-10-2011)

El emisor de la tarjeta de crédito bancaria debe ser un banco que actúe como el acreditante en un contrato de apertura de crédito en cuenta corriente; así, el requisito fundamental, además de la emisión de la tarjeta de crédito, es la firma de un contrato con las estas características:

- No puede expedir y menos aún entregar una tarjeta, sin que previamente se haya firmado con el prospecto de tarjetahabiente ese contrato de apertura de crédito en cuenta corriente.
- En ese contrato, el banco queda obligado a pagar por cuenta del acreditado los bienes, servicios y, en su caso, dinero en efectivo que proporcionen a los tarjetahabientes los proveedores que previamente hayan firmado con el banco otro contrato que se llama “de proveedores”, asimismo puede quedar obligado en el contrato a pagar por cuenta del acreditado no solo bienes y servicios, sino también impuestos y otros conceptos, cargándole a su cuenta los montos pagados.
- Puede también quedar obligado en el contrato a pagar las órdenes de compra de bienes y servicios que el tarjetahabiente solicite telefónicamente a los proveedores afiliados, previa identificación con la clave confidencial que se convenga; en este caso, siempre que los bienes adquiridos sean entregados al tarjetahabiente en su propio domicilio.

Los intereses pactados en el contrato

- Las comisiones que se pacten en el contrato por la apertura del crédito, prórrogas de su vigencia, por el uso de la tarjeta y por las entregas en efectivo. Pero, además, los bancos quedan obligados a reservarse el derecho de:
- Denunciar los contratos de apertura de crédito en cualquier tiempo, así como de cancelar, en el mismo tiempo, las tarjetas.
- Modificar las comisiones y los intereses pactados, así como las características del contrato respectivo, previo aviso enviando al tarjetahabiente.
- En la inteligencia de que las modificaciones surtirán efectos hasta la fecha límite de pago del estado de cuenta con el que se envíe el aviso.
- Esta última aparente concesión no puede ocultar la clara violación dentro de muchas otras, de la garantía constitucional a la garantía de audiencia.
- Quedan obligados a enviar mensualmente un estado de cuenta a sus tarjetahabientes, dentro de los cinco días siguientes a cada cierre, indicando las cantidades cargadas y abonadas en cada periodo, salvo que el propio tarjetahabiente exima al bando de esta obligación, por escrito.
- Los bancos están obligados a celebrar con los proveedores que lo deseen, contratos denominados de proveedores, en virtud de los cuales éstos recabarán, contra la exhibición

de la tarjeta, pagarés o recibos que el banco, a su vez les pagará dentro de los 15 días siguientes a aquel en el que se los presenten.

- En caso de robo o extravío, los bancos deben a su vez dar aviso a los proveedores para efectos de anular la posibilidad de uso o abuso de la tarjeta extraviada.
- Los bancos deben contratar un seguro a favor de sus tarjetahabientes, que ampare los riesgos del robo o extravío.

Obligaciones y Derechos del Tarjetahabiente

La persona que es más beneficiada y más desprotegida es el tarjetahabiente, pero ha tenido tanta importancia para sus negocios. Y estos son algunos de los problemas con los que se enfrentan:

- El cargo de alguna compra o consumo que nunca realizó.
- La ausencia en el estado de cuenta de algún pago que sí realizó y, por tanto, el cargo de intereses que nunca se causaron.
- El atraso del estado de cuenta que muestre el saldo a pagar, de acuerdo con los promedios.
- El rechazo de su tarjeta por algún establecimiento, que por error el banco emite como robada o cancelada.
- La posibilidad de utilizar el aparato convencional que sostiene a la tarjeta, que será mayor en la medida en que el banco tenga afiliados un mayor número de proveedores, y el tarjetahabiente tenga un mayor límite de crédito.
- Hacer buen uso de la tarjeta y a exhibirla al proveedor en cada caso de disposición.
- El tarjetahabiente tiene derecho de disponer del crédito bancario a su favor, por virtud del contrato.
- Bajo pena de cancelación, el tarjetahabiente no puede utilizar cantidades superiores al crédito autorizado en el contrato de apertura y establecido en clavo en la propia tarjeta.
- En caso de clonación de tarjetas el tarjetahabiente debe informar a la entidad bancaria.
- Al momento de realizar compras vía online el tarjetahabiente debe verificar si es una empresa real, para evitar ser víctima de robo.

Tarjeta de crédito como medio de pago electrónico

Cuando accedemos a una tienda virtual y deseamos comprar algún producto, podemos observar que las opciones de pago incluyen los siguientes medios: Tarjeta de Crédito, Débito o Cuenta Corriente, etc. Lo que nos queda en claro es que los billetes o las monedas no tienen

validez en la Red. La Tarjeta de Crédito es el Medio de Pago más usado entre los ciber consumidores en la actualidad.

Esto se debe básicamente a su fácil uso, característica esencial de este medio de pago, y por la seguridad que brinda tanto al vendedor, ya que existe alguna Entidad Financiera que respalda al Consumidor, así como para el Consumidor ya que frecuentemente las Tarjetas de Crédito se encuentran amparadas por seguros.

Asimismo, existe la confianza generalizada que las operaciones que se realizan utilizando Tarjetas de Crédito, están más probadas y cuentan con todas las garantías.

Es fundamental tener en cuenta que para que la Tarjeta de Crédito tenga validez, esta debe contener la denominación de la Empresa que emite la tarjeta, así como, el sistema de Tarjeta de Crédito al que pertenece, numeración codificada de la tarjeta, nombre del Usuario de la tarjeta y su firma, fecha de vencimiento y la indicación expresa del ámbito geográfico de validez. En caso de faltar este último requisito, se entiende sin admitir prueba en contra, que su validez es internacional.

2.1.6 Tipos de tarjetas de crédito

En la actualidad existen diversos criterios para la clasificación de las tarjetas de crédito:

2.1.6.1 Por la Entidad Emisora:

- **Las Tarjetas de Crédito Bancarias:** son como su nombre lo señala, las tarjetas emitidas por una Entidad Bancaria. Esta Entidad Bancaria interviene tanto como emisora de la tarjeta, así como ente financiero y crediticio, generándose diversas relaciones obligacionales como por ejemplo la obligación del Banco de emitir la Tarjeta y proporcionar un crédito al usuario de la Tarjeta, así como de cancelar las obligaciones del usuario asumidas con el comerciante o el proveedor afiliado, obligaciones contraídas mediante el uso de la Tarjeta de Crédito.
- **Las Tarjetas de Crédito No Bancarias:** se diferencian de las anteriores en que quien las emite son establecimientos comerciales y por lo tanto el crédito que le ofrecen a los usuarios de la Tarjeta de Crédito se encuentra limitado a un determinado sector es así que varias instituciones emiten tarjetas que solamente pueden utilizarlas en el sector de inversión como en la Bolsa de Valores.

- **Tarjetas de Crédito propias de un determinado establecimiento comercial:** que son emitidas por establecimiento comercial para el uso exclusivo en el mismo, es decir, el crédito que se les proporciona está limitado a que se utilice en el consumo de productos o servicios que el mencionado establecimiento ofrezca.

Tiene como particular que las relaciones obligacionales que se desprenden son únicamente entre el Establecimiento y el usuario de la tarjeta, siendo esta relación un mutuo entre las partes, es decir este tipo de Tarjeta de Crédito es bipartita pues solo son dos partes que intervienen en las relaciones obligatorias generadas, tales como Sukasa, Todohogar, Cas Tosi, entre otras.

2.1.6.2 Por el crédito concedido y la modalidad de pago:

- **Las Tarjetas de Crédito de pago inmediato:** son aquellas que tienen una determinada de fecha de pago previamente establecida.
- **“Revoluting Credit”:** son aquellas que permiten hacer uso de un monto total de crédito previamente abonado este en su totalidad o en determinado porcentaje previamente acordado. Un ejemplo claro de esto son los MAXIBONO²⁷ que los emite la cadena de supermercado Supermaxi²⁸.
- **Las mixtas:** combinan e incorporan elementos propios de los dos tipos antes mencionados.

2.1.6.3 Por su duración:

- **Limitadas:** aquellas que tienen un plazo determinado de vigencia.
- **Ilimitadas:** que son aquellas que no tiene un plazo de duración especial, es decir este no se encuentra determinado.

²⁷ Corporación La Favorita/Supermaxi. Maxi bono. Disponible en www.Supermaxi.com. (Consultado el 17- 10-2011)

²⁸ Cadena de Supermercados posicionada en el ecuatoriano, de la Corporación La Favorita S.A.

También existen otros tipos de tarjeta diferentes tales como:

Tarjeta de crédito clásica: son las más habituales, tales como: VISA, MASTERCARD, AMERICAN EXPRESS, DINERS CLUB, teniendo así en su modalidad de pagos tanto mínimos como totales, dependiendo del tipo de tarjeta y cliente, se pueden pagar en diferido o corriente. El capital “prestado” durante ese periodo no se ofrece sin interese siempre que sea capaz de pagar una vez que se termina ese periodo de gracia. En caso de que no disponga de saldo se comenzaran a cobrar interés como parte del préstamo. Su crédito oscila normalmente entre los 600 y 1200 dólares al mes.

Tarjetas oro y platino: funcionan exactamente igual que las tarjetas de crédito convencionales, sólo que en este caso la línea de crédito es mucho mayor y suelen tener aparejados una serie de servicios adicionales, tales como seguros, acceso VIP al aeropuerto. En teoría están destinadas a los llamados clientes VIP o que hagan un uso muy frecuente de su tarjeta.

Tarjetas de crédito virtuales: su funcionamiento es similar al de las tarjetas tradicionales de prepago (hay que cargarlas con el dinero del que se quiere disponer) y la principal diferencia es que en este caso no existe un soporte físico (plástico) para la tarjeta. Se utilizan principalmente para el comercio en Internet a través de compañías como PayPal y otros medios de pago virtuales. Además, generalmente pertenecen a los emisores y no a las entidades bancarias.

2.1.7 Los beneficios, ventajas y desventajas.

2.1.7.1 Los beneficios ²⁹

En la actualidad las tarjetas de crédito dan los siguientes beneficios:

Puntos: son concedidos por realizar compras en determinados establecimientos participantes que si bien son muchos, no todos están adheridos, por ello es elemental preguntar a la entidad financiera para poder realizar las compras en los comercios adheridos. Dichos puntos pueden ser un beneficio importante al momento de ahorrar ya que se acumulan en una cuenta para

²⁹ Ya dinero. Beneficios tarjetas de crédito <http://www.yadinero.es/tarjetas-credito-beneficios.php>. (Consultado el 17-10-2011)

poder realizar otras adquisiciones o realizar actos en efectivo. Estos se acumulan por cada dólar siendo canjeados por millas en cualquier aerolínea que este afiliada la entidad bancaria dependiendo del tipo de tarjeta.

Promociones: las entidades financieras suelen hacer promociones tentadoras para la utilización de las tarjetas de crédito, es el caso por ejemplo de los incentivos para adquirir en gran cantidad o durante las temporadas. Se debe estar muy al tanto de estas promociones cuando se tratan de productos comestibles o insumos básicos para la casa, ya que es probable que puedan ser adquiridos a un monto inferior de lo que le costaría adquirirlo en inferiores cantidades a lo largo del periodo anual.

Reintegros: es una de las ventajas más claras que otorgan las entidades financieras, por el cual se puede aprovechar en el ahorro particular. Hay algunas tarjetas de crédito que brindan el reintegro de una proporción de las adquisiciones realizadas por medio de su tarjeta. Se puede llevar a cabo la reducción directamente a su presupuesto anual, aumentando el ahorro del hogar. Por supuesto verifique que su entidad financiera lo ofrezca y no por esto se deje obnubilar y compre más de lo que usted necesita.

Transmisión de saldos con intereses inferiores y aumentos en los límites de créditos: el monto estipulado para el abono de las tarjetas de crédito se pueden disminuir si se tienen en cuenta las variedades del mercado que ofrecen unir las deudas con una tasa inferior, y acrecentando el límite del monto del crédito. Esto tendrá impacto en el grado de ahorro planeado.

Viajes gratis: no hay que dejar de tener en cuenta que esta ventaja es significativa a la hora de planificar las vacaciones porque tener viajes gratis se presenta como un gran ahorro al pagar. Este beneficio puede significar un porcentual importante del presupuesto previsto para vacacionar, lo que termina siendo un aumento en el fondo de ahorros.

2.1.7.2 Ventajas

- Anticipar compras difiriendo el pago, compra hoy y paga mañana.
- Financiar sus compras. Paga en cuotas lo que quizás no podría pagar al contado.
- Seguridad por no tener que llevar dinero en efectivo o chequeras.
- Facilita la administración de las cuentas si se consolidan los gastos en una tarjeta.

- El alto costo de la tarjeta de crédito se justifica con la cobertura de seguros que tiene la tarjeta. Casi siempre incluye diferentes tipos de seguridad que dependerán de la entidad emisora y del contrato que ésta haya firmado con el cliente. Por lo general, los seguros más comunes cubren los siguiente:
 - Asistencia médica
 - Perdida de equipaje
 - Antirrobo
 - Accidentes

2.1.7.3 Desventajas

- Puede incluir costos adicionales.
- Sobreendeudamiento
- Puede generar dificultades monetarias si se pierde la cuenta de cuánto ha gastado.
- Facilita la compra compulsiva. La compra con tarjeta muchas veces va asociada con la falsa sensación de que no se paga.
- El dinero adicional que puede disponer el titular, puede catalogarse como un préstamo por parte de la entidad emisora de la tarjeta de crédito y como tal deberá amortizarlo con intereses.

2.1.8 Entidades que emiten tarjetas de crédito en Ecuador ³⁰

Tabla 10. Emisores de Tarjetas de Crédito

ENTIDAD FINANCIERA	TARJETA
BANCO DE GUAYAQUIL	AMERICAN EXPRESS
SOCIEDAD FINANCIERA DINERS CLUB	DINERS CLUB
BANCO DE GUAYAQUIL S.A.	MASTERCARD
PACIFICARD S.A.	
BANCO PICHINCHA C.A.	
BANCO INTERNACIONAL S.A.	
BANCO DEL AUSTRO S.A.	
MUTUALISTA PICHINCHA	
BANCO DEL PACIFICO S.A.	
GRUPO FINANCIERO PRODUCCION S.A.	
BANCO BOLIVARIANO C.A.	
PRODUBANCO S.A.	
BANCO DE LOJA S.A.	
BANCO GENERAL RUMIÑAHUI S.A.	
BANCO DEL AUSTRO S.A.	
BANCO DE LA PRODUCCION S.A	
BANCO DEL PACIFICO S.A.	

³⁰ Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador. Tarjetas emitidas por las entidades financieras ecuatorianas. Disponible en <http://www.superban.gov.ec> (Consultado el 18-10-2011). Se muestran los que emiten, Tipo de Tarjeta de Crédito y el porcentaje que se encuentra ubicado en el Mercado Ecuatoriano.

BANCO COMERCIAL DE MANABI S.A.	
BANCO UNIVERSAL S.A. UNIBANCO	
BANCO PICHINCHA S.A.	
BANCO BOLIVARIANO C.A.	
BANCO TERRITORIAL S.A.	
BANCO AMAZONAS S.A.	
BANCO INTERNACIONAL S.A.	
BANCO DE MACHALA S.A.	
BANCO DE GUAYAQUIL S.A.	
BANCO PROMERICA S.A.	
BANCO TERRITORIAL S.A.	CRÉDITO SI
BANCO UNIVERSAL S.A. UNIBANCO	CUOTAFACIL
BANCO INTERNACIONAL S.A.	ROSE

Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Los autores

2.2 Conceptualización

2.2.1 Legislación vigente

En la expedición de la codificación de la ley general de instituciones del sistema financiero se decreta lo siguiente en cuanto a tarjetas de crédito:

TITULO I

DEL ÁMBITO DE LA LEY

ARTÍCULO 1.- Las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda, así como las instituciones de servicios financieros, entendiéndose por éstas a los almacenes generales de depósito, compañías de arrendamiento mercantil, compañías emisoras o administradoras de tarjetas de crédito, casas de cambio, corporaciones de garantía, corporaciones de desarrollo de mercado secundario de hipotecas, que deberán tener como objeto social exclusivo la realización de esas actividades, quedarán sometidas a la aplicación de normas de solvencia y prudencia financiera y al control que realizará la Superintendencia dentro del marco legal que regula a dichas instituciones, en base a las normas que expida para el efecto.

ARTÍCULO 199.- Las instituciones de servicios financieros no podrán captar recursos del público, excepto cuando se trate de la emisión de obligaciones en los términos de la Ley de Mercado de Valores y se someterán a las normas que prevé esta Ley sobre creación, organización, funcionamiento y extinción de las instituciones del sistema financiero privado. Esta disposición no comprende a las empresas de arrendamiento mercantil ni a las empresas de emisión o administración de tarjetas de crédito.

TITULO II

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA.- Los bancos, las sociedades financieras o corporaciones de inversión y desarrollo, las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda y las instituciones financieras de arrendamiento mercantil y las compañías emisoras o administradoras de tarjetas de crédito, deberán mantener un nivel de patrimonio técnico no inferior al valor establecido para el capital pagado mínimo requerido para la constitución de acuerdo al artículo 37 de esta Ley, hasta el 31 de diciembre del año 2002 para lo cual, deberán cumplir con las metas de aproximación mínimas.

2.2.2 Tarjetahabiente

Usuario de una tarjeta plástica utilizada como medio de pago, puede ser crédito o débito.

2.2.3 Emisor

Entidad Bancaria que emite una tarjeta de crédito.

2.2.4 Requisitos Generales

Dentro de los requisitos que los bancos o instituciones financieras solicitan se encuentran los siguientes:

- Llenar la solicitud del banco del que se desea obtener la tarjeta de crédito, firmarla y entregarla a la sucursal.
- Ser mayor de edad.
- Presentar una identificación oficial vigente.
- Comprobante de domicilio (recibo de agua, luz, teléfono) Puede ser también credencial del IFE siempre y cuando el domicilio que en ella aparece sea donde vive el titular.
- Entregar un comprobante de ingresos, o alguna otra referencia que le ayude a saber, cuáles son sus ingresos mensuales y su capacidad de pago.
- Entregar estos documentos a la institución bancaria, acompañados de dos fotocopias cada uno.

Es importante tener presente que cuando el banco ha recibido su solicitud, uno de los primeros pasos que llevan a cabo es consultar su experiencia crediticia en el buró de crédito y verificar que los datos que puso en la solicitud sean verdaderos. Pueden existir algunos otros

requisitos adicionales que los bancos o instituciones consideren importantes para sus diferentes tipos de tarjetas.

2.2.5 Adquirente

Son los centros comerciales que aceptan de las tarjetas de crédito como forma de pago. Con este fin, el comercio, abre una cuenta con el Banco Adquirente. Este acuerdo permite que el comerciante venda sus bienes y servicios a los clientes portadores de las tarjetas. La aceptación de las tarjetas implica en la mayoría de casos, transacciones electrónicas a través de un punto de venta al banco Adquirente, es la persona que tiene comunicación con el Emisor de la Tarjeta y solicita la autorización de pago. El Banco Emisor revisa la cuenta del cliente para verificar su conformidad y responde aprobando o negando la operación. Esta respuesta la recibe a través de su banco Adquirente en el punto de venta. La aprobación implica que el Banco Emisor acuerda reembolsar el monto de la compra al Banco Adquirente, quien a su vez lo depositará en la cuenta del comerciante.

2.2.6 Recibo de transacción o de venta

Cada vez que se realiza una transacción económica, se recibe un comprobante de ellas, que puede ser una factura, un recibo o un ticket; también se recibe el voucher de las compras que se realiza con la tarjeta de crédito.

Es común que no se tenga la costumbre de conservar estos papeles y nos deshacemos de ellos de inmediato. Sin embargo, es importante tomar en cuenta las siguientes consideraciones, antes de hacer a un lado nuestros comprobantes:

- Guardar todas las notas, nos brinda la posibilidad de hacer un balance mensual de todo lo que gastamos y en qué conceptos. La sencilla suma de todos los totales y la división por rubros, nos puede dar una clara idea de cómo estamos utilizando nuestros ingresos y de qué manera respetamos o no nuestro presupuesto establecido.
- Otro punto a considerar, es que todas las reclamaciones que hagamos a los establecimientos comerciales deben hacerse con la nota o factura que nos entregaron al realizar la compra.
- Bastará con guardar estos comprobantes por un mes, luego de haber hecho nuestro balance mensual.

- En caso de que recibamos ingresos por honorarios, la atención a los comprobantes se vuelve vital, ya que nos servirán para elaborar nuestra lista de gastos mensuales.

En relación a los Estados de Cuenta, hay algunos puntos que se debe analizar:

- Se debe estar atentos a recibir los Estados de la Tarjeta de Crédito y Débito que envía el banco de manera mensual. Recuerde que el hecho de no recibir a tiempo el documento, no lo exime de su obligación de pago mínimo.
- Además de hacer sus pagos, debemos revisar a detalle cada uno de los cargos, para verificar que no exista algún movimiento que haya hecho una tercera persona a costa de nuestros fondos.
- Es conveniente conservar todos los estados de cuenta del año, para llevar el control y monitoreo del comportamiento de nuestro manejo del crédito y de nuestro cumplimiento en los pagos, que sin duda se verá reflejado en nuestro historial crediticio.

2.2.7 Autorización

Esta modalidad es una alternativa adicional para el pago de facturas por registro o renovación de dominios. Por una sola vez se envía a NIC.EC la autorización para cargar a la tarjeta de crédito sujeto a que cada vez que desee pagar, envíe una comunicación a NIC.EC detallando los dominios o facturas que desea cancelar cargando a la tarjeta de crédito que fue declarada. La autorización inicial no es una autorización abierta para que a discreción de NIC.EC se realicen cargos. Los cargos específicos son autorizados por el cliente. La autorización inicial puede ser cancelada en cualquier momento por el tarjeta habiente.

DOCUMENTOS PARA AUTORIZACIÓN INICIAL (UNA SOLA VEZ)

1. Formulario de Autorización de pagos con tarjeta de crédito
2. Copia de Documento de Identidad con foto, preferiblemente Cedula de Identidad o Pasaporte
3. Copia de la tarjeta de crédito por ambos lados del plástico.

AUTORIZACIÓN ESPECÍFICA DE PAGO

Por fax o email, el Contacto Administrativo debe enviar comunicación a NIC.EC³¹ autorizando el pago de los dominios o facturas que se detallan “cargando a la tarjeta de crédito previamente declarada y que reposa en los archivos de NIC.EC”

TARJETAS DE CREDITO DISPONIBLES

MASTERCARD, VISA y AMERICAN EXPRESS, DINERS CLUB

2.2.8 Contra cargo

Un gran porcentaje de la población está actualmente luchando para mantenerse al día con sus pagos de la deuda. Errar es humano, sin embargo, y no es raro que alguien cometa un simple error que acaba costando mucho dinero.

³¹ Registro de Dominios en Ecuador

CAPÍTULO 3

3 ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE LAS TARJETAS DE CRÉDITO

3.1 ESTUDIO DE MERCADO

3.1.1 Objetivo del Estudio

El objetivo del estudio es revelar datos sobre la aceptación y el consumo de las tarjetas de crédito como instrumento de pago en los locales comerciales tanto de productos como de servicios, en la ciudad de Loja, para su posterior análisis y elaboración de información en base a los mismos, a efectos de poder determinar tendencias y parámetros de comportamiento de los clientes o potenciales clientes de las entidades financieras de manera oportuna. El análisis de los resultados de las encuestas permitirán a las distintas entidades desarrollar y/o modificar estrategias comerciales teniendo en cuenta dicha información.

3.1.2 Herramientas del Estudio

La forma planteada para la recolección de información es a través de encuestas personales (Ver Anexos 5 y 6).

3.1.3 Diseño y selección de la muestra

3.1.3.1 Marco de muestreo

El marco de muestreo se constituye con la información del Censo Económico 2010 y del Censo de Población y Vivienda del mismo año.

3.1.3.2 Universo y unidad de análisis

El universo de estudio está constituido por la población de la ciudad de Loja y los locales comerciales de la misma ciudad; la unidad de análisis es la población urbana de la ciudad de Loja, así como los locales comerciales.

3.1.3.3 Diseño y selección de la muestra

El tipo de muestreo utilizado es el Probabilístico, es decir sobre los diferentes elementos de la muestra se aplica una selección al azar.

3.1.4 Tamaño de la muestra

3.1.4.1 Número de encuestas a Establecimientos Comerciales

Para calcular el tamaño de la muestra se consideró como universo a los establecimientos comerciales del cantón Loja, según el último Censo Económico realizado en el año 2010. Se han considerado 372 locales comerciales, número que resulta del cálculo mediante la aplicación de la fórmula de población finita, quedando de la siguiente manera:

$$n = \frac{Z^2 pq N}{e^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

z= nivel de confianza 95%	1,96
p= variabilidad negativa	50%
q= variabilidad positiva	50%
N= tamaño de la población	12.119 ³²
e= error	0,05

NUMERADOR	11.639,09
DENOMINADOR	31,2554
TAMAÑO DE LA MUESTRA	372

3.1.4.2 Número de encuestas a Consumidores

Para calcular el tamaño de la muestra se consideró como universo a la población urbana del cantón Loja, de 22 años de edad en adelante, según el último Censo de Población y Vivienda realizado en el año 2010. Se han considerado 383 encuestados, número que resulta del cálculo mediante la aplicación de la fórmula³³ de población finita, quedando de la siguiente manera:

$$n = \frac{Z^2 pq N}{e^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

z= nivel de confianza 95%	1,96
p= variabilidad negativa	50%
q= variabilidad positiva	50%
N= tamaño de la población	94.864
e= error	0,05

³² Fuente: Censo Económico 2010

³³ Baca Urbina Raúl (2005): **FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS**. Quinta Edición.

NUMERADOR	91.107,39
DENOMINADOR	238,1179
TAMAÑO DE LA MUESTRA	383

3.2 OFERTA: Establecimientos Comerciales

3.2.1 Características Generales

3.2.1.1 Actividad Económica del Establecimiento Comercial

Las principales actividades económicas desarrolladoras de ingresos en los establecimientos comerciales en la ciudad de Loja son las siguientes; en orden de mayor a menor se clasifican de la siguiente manera: 8,3% corresponde a la venta de ropa y accesorios, el 7,8% corresponde a la venta de calzado en general sea éste calzado deportivo o casual, el 6,2% corresponde a la venta de alimentos preparados en restaurantes, ésta clase comprende la elaboración de comidas y platos listos para consumir es decir, preparados, condimentados y cocidos; así mismo, en idéntico porcentaje, está la prestación de servicios profesionales tales como jurídicos, médicos, odontológicos, de mantenimiento de maquinaria, etc., y el 4,6% del total de la población encuestada corresponde a los servicios de entretenimiento, en el cual se incluyen actividades como: bares, cine & canchas sintéticas. (Ver Tabla No. 11 y Gráfica No. 1)

Sin duda alguna, los resultados de la aplicación de la encuesta indican que la economía de la ciudad de Loja se basa fundamentalmente en el comercio y en la prestación de servicios y en pequeña escala el sector industrial, destacándose esta última en embutidos, artesanías, especerías, azucareras, etc.

Loja cuenta con establecimientos comerciales dedicados a actividades de importación y exportación, servicios, despensas, abarrotes, imprentas, agencias y representaciones, entre otros. El sector comercio se ha visto dinamizado debido al fenómeno migratorio y al ingreso de remesas que esto significa. Actualmente se registran en la ciudad de Loja 12.119³⁴ establecimientos, según datos del año 2010.

³⁴ Fuente: INEC – (Censo Económico - 2010)

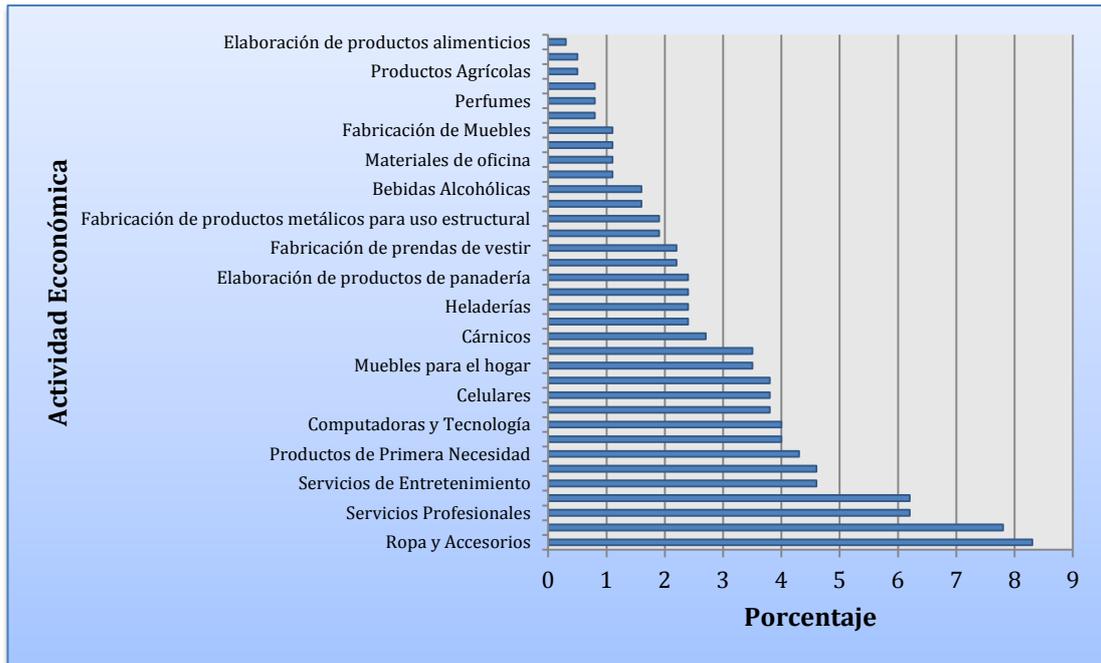
Tabla 11. Actividad Económica

Actividad	Casos	%
Ropa y Accesorios	31	8,3
Calzado	29	7,8
Servicios Profesionales	23	6,2
Alimentos preparados	23	6,2
Servicios de Entretenimiento	17	4,6
Fast Food	17	4,6
Productos de Primera Necesidad	16	4,3
Cafeterías	15	4,0
Computadoras y Tecnología	15	4,0
Electrodomésticos	14	3,8
Celulares	14	3,8
Medicina	14	3,8
Muebles para el hogar	13	3,5
Materiales de Construcción	13	3,5
Cárnicos	10	2,7
Servicios Educativos	9	2,4
Heladerías	9	2,4
Joyas	9	2,4
Elaboración de productos de panadería	9	2,4
Artesanías	8	2,2
Fabricación de prendas de vestir	8	2,2
Tarjetas - Peluches	7	1,9
Fabricación de productos metálicos para uso estructural	7	1,9
Tours y Pasajes aéreos	6	1,6
Bebidas Alcohólicas	6	1,6
Gasolina	4	1,1
Materiales de oficina	4	1,1
Productos Veterinarios	4	1,1
Fabricación de Muebles	4	1,1
Servicios Exequiales	3	0,8
Perfumes	3	0,8
Accesorios Fiestas Infantiles	3	0,8
Productos Agrícolas	2	0,5
Juguetes	2	0,5
Elaboración de productos alimenticios	1	0,3
Total	372	100,0

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 1. Actividad Económica



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales
Elaboración: Los autores

3.2.1.2 Años del Establecimiento Comercial en el mercado local

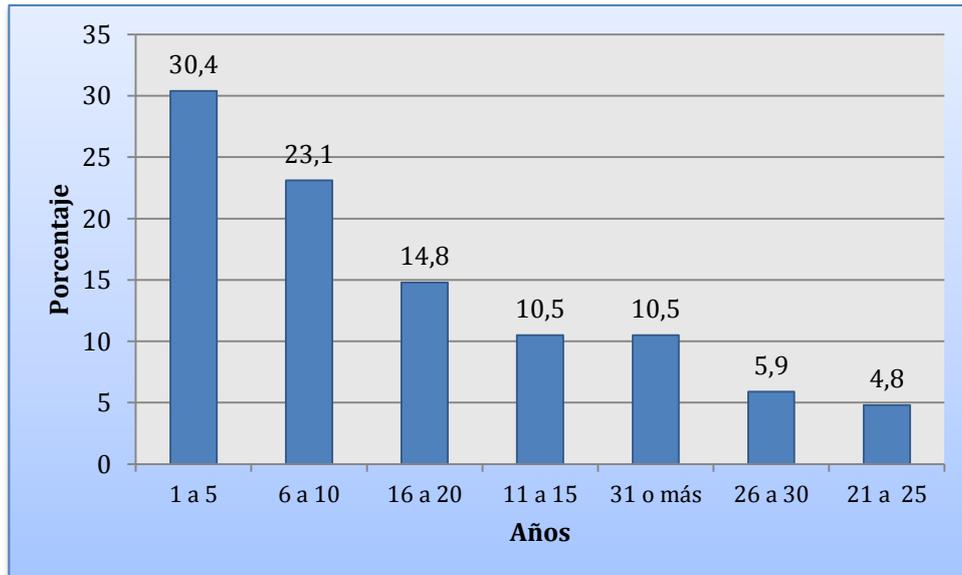
Tabla 12. Años del Establecimiento Comercial

Años	Casos	%
1 a 5	113	30,4
6 a 10	86	23,1
11 a 15	39	10,5
16 a 20	55	14,8
21 a 25	18	4,8
26 a 30	22	5,9
31 o más	39	10,5
Total	372	100,0

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos
Elaboración: Los autores

El 30,4% del total de la población encuestada son establecimientos comerciales que llevan en el mercado lojano alrededor de 1 a 5 años, mientras que el 23,1% mencionan que llevan en el mercado de 6 a 10 años y el 14,8% de los encuestados manifiestan que su participación en el mercado es de 16 a 20 años. (Ver Tabla No. 12 y Gráfica No. 2)

Gráfica 2. Años del Establecimiento Comercial



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales
Elaboración: Los autores

En la actualidad la ciudad de Loja cuenta con 12.119 establecimientos, según datos del año 2010. El crecimiento de los establecimientos en la ciudad ha sido notable desde el año 2007 hasta la presente fecha, pero el año 2010 fue donde más establecimientos se han creado, el número asciende a 2.035³⁵ establecimientos (Ver Anexo 1), y de acuerdo al sector económico se enfatiza al sector comercio, como principal actividad creadora de ingresos para la ciudad de Loja.

El mercado empresarial lojano se presenta atractivo para capitalistas con interés de inversión ya que la ciudad exhibe características como: número de habitantes, movimiento económico, existencia de capital, niveles importantes como receptora de remesas, niveles relevantes de captaciones, niveles de financiamiento en lo que respecta al sector productivo, comercial y de vivienda. Aunque este mercado sea atractivo, se debe analizar la competencia y ventajas de cada uno de los establecimientos que han logrado su posicionamiento en la localidad, lo que provoca actualmente para quienes están optando por un negocio de esta índole que obtengan poca acogida y rentabilidad debido a que el sector comercio en esta ciudad se encuentra saturado por la competencia bastante dinámica.

En conclusión, Loja es un mercado muy dinámico y atractivo que cuenta con las características necesarias para una competencia de establecimientos prestigiosos y conocidos a través del tiempo en la localidad.

³⁵ **Fuente:** Censo Económico – INEC 2010

3.2.1.3 Sector Económico al que pertenecen los Establecimientos Comerciales

Tabla 13. Sector Económico

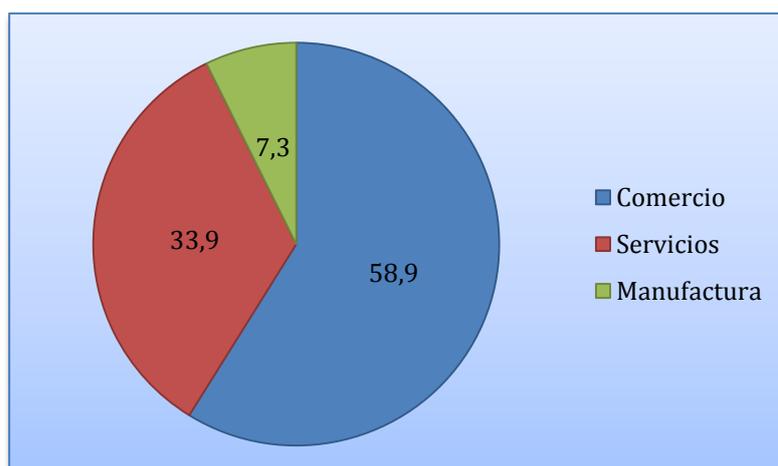
Sector Económico	Casos	%
Comercio	219	58,9
Servicios	126	33,9
Manufactura	27	7,3
Total	372	100,0

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Del total de la población encuestada, el 58,9% de los establecimientos comerciales corresponden al sector comercio, mientras que el 33,9% al sector servicios y tan solo el 7,3% al sector de la manufactura. (Ver Tabla No. 13 y Gráfica No. 3)

Gráfica 3. Sector Económico



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales

Elaboración: Los autores

De acuerdo al Censo Económico del año 2010, en lo que respecta a los sectores económicos en la ciudad de Loja, se destacan las siguientes cifras: 6.242 son compañías de comercio, 4.299 son compañías de servicios y 1.087 son compañías que corresponden al sector de la manufactura. (Ver Anexo 2).

En definitiva Loja, se ha caracterizado por ser netamente comercial, tras la firma de acuerdo de paz con el vecino país del Sur, el comercio se ha incrementado notablemente, especialmente en lo referente a bienes de consumo final, materiales de construcción y electrodomésticos.

3.2.2 Nivel de aceptación de la Tarjeta de Crédito

Tabla 14. Nivel de Aceptación de la Tarjeta de Crédito

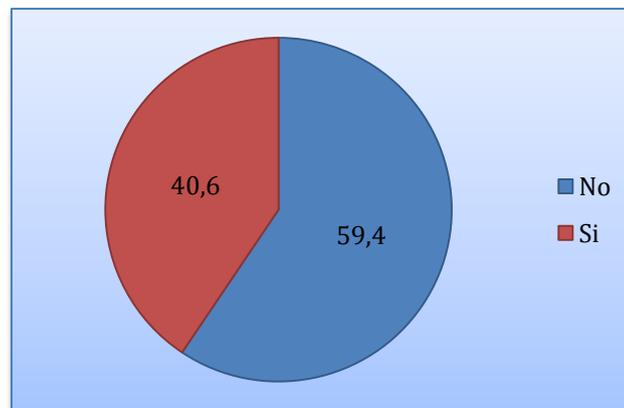
Aceptación	Casos	%
No	221	59,4
Si	151	40,6
Total	372	100,0

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

El 59,4% de los establecimientos comerciales no aceptan este medio pago, pero el 40,6% de los establecimientos comerciales en la ciudad de Loja, sí aceptan la tarjeta de crédito como instrumento de pago en sus locales (Ver Tabla No. 14 y Gráfica No. 4)

Gráfica 4. Nivel de Aceptación de la Tarjeta de Crédito



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales

Elaboración: Los autores

Las *razones de no aceptación de la tarjeta de crédito* se describen más adelante (Ver Tabla No. 16 y Gráfica No. 6). Ahora bien, como se indicó anteriormente, tan sólo el 40,6% de los establecimiento comerciales sí aceptan este medio de pago en sus comercios, este acontecimiento se debe por las siguientes razones: porque la tarjeta de crédito brinda la opción de crédito a los clientes, sin la responsabilidad de administrarlos ni asumir el riesgo asociado, amplía su cartera de clientes al captar compradores nacionales y extranjeros, amplía la posibilidad de que los clientes realicen compras de mayor valor, garantiza el pago de las ventas evitando el riesgo de cheques robados o dinero falso, permite al usuario efectuar compras en cualquier momento, elimina el riesgo de compras con cuentas corrientes con saldo insuficiente y disminuye la posibilidad de robos en efectivo.

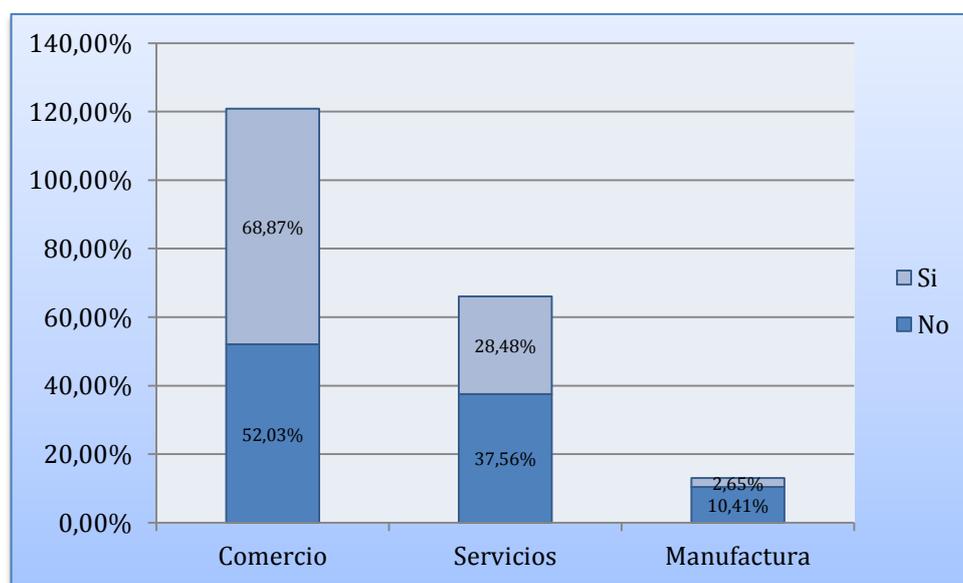
Tabla 15. Nivel de Aceptación por Sector Económico

Nivel de Aceptación	Sector Económico						Total	%
	Comercio	%	Servicios	%	Manufactura	%		
No	115	52,03%	83	37,56%	23	10,41%	221	100%
Si	104	68,87%	43	28,48%	4	2,65%	151	100%
Total	219		126		27		372	

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 5. Nivel de Aceptación por Sector Económico



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales

Elaboración: Los autores

El nivel de aceptación de la tarjeta de crédito como medio de pago con respecto al sector económico, está dada de la siguiente manera: el sector comercio es la parte que posee mayor nivel de aceptación de la tarjeta de crédito con el 68,87% de los establecimientos comerciales, seguido por el sector servicios con el 28,48% y finalmente el sector de la manufactura con el 2,65%. Los resultados expuestos, sin lugar a duda, indican que la economía de la ciudad de Loja se basa primordialmente en el comercio, seguido por la prestación de servicios y en pequeña escala el sector industria. (Ver Tabla No. 15 y Gráfica No. 5)

3.2.2.1 Razones de no aceptación de la Tarjeta de Crédito

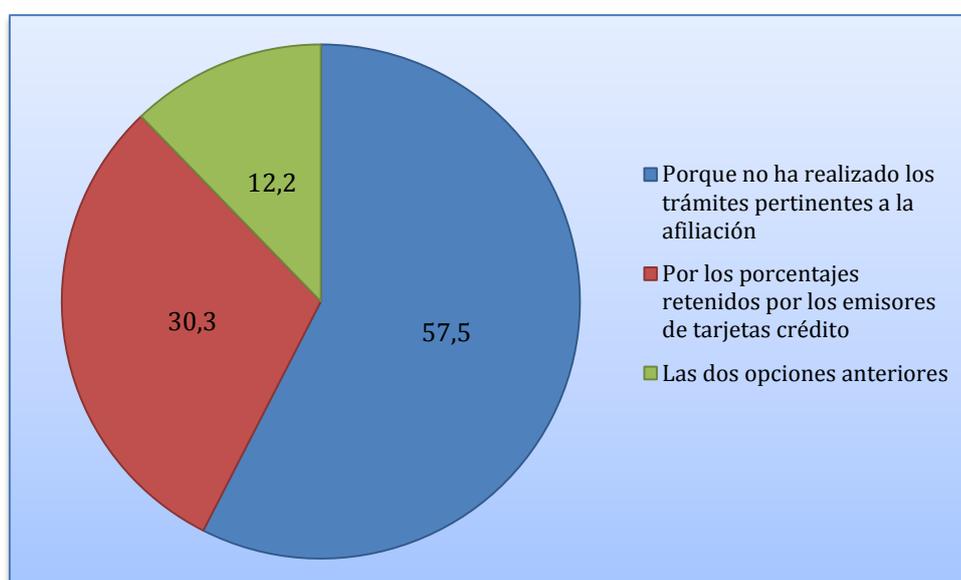
Tabla 16. Razones de no Aceptación de la Tarjeta de Crédito

Razones	Casos	%
Porque no ha realizado los trámites pertinentes a la afiliación	127	57,5
Por los porcentajes retenidos por los emisores de tarjetas crédito	67	30,3
Las dos opciones anteriores	27	12,2
Total	221	100,0

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 6. Razones de no Aceptación de la Tarjeta de Crédito



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales

Elaboración: Los autores

Del total de los establecimientos comerciales que no aceptan la tarjeta de crédito como medio de pago, se debe a las siguientes razones: el 57,5% porque no han realizado los trámites pertinentes a la afiliación, es decir que si les interesa esta afiliación pero que no es tan importante para su negocio, mientras que el 30,3% no aceptan este medio de pago por los porcentajes retenidos por los emisores de tarjetas de crédito, y finalmente el 12,2% de los establecimientos seleccionan las dos opciones antes descritas. (Ver Tabla No. 16 y Gráfica No. 6)

3.2.2.2 Posibilidad de afiliación del establecimiento comercial

Tabla 17. Posibilidad de afiliación

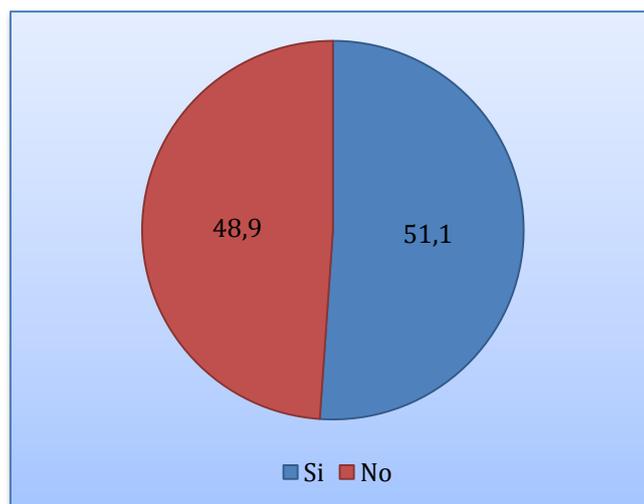
Afiliación	Casos	%
Si	113	51,1
No	108	48,9
Total	221	100,0

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

El 51,1% de los establecimientos que no aceptan la tarjeta de crédito como instrumento de pago, si están dispuestos afiliar a su establecimiento para en lo posterior aceptar dicho medio de pago; y el 48,9% de los establecimientos no les gustaría afiliar a su local comercial para poder aceptar las tarjetas de crédito, por las razones antes descritas. (Ver Tabla No. 17 y Gráfica No. 7)

Gráfica 7. Posibilidad de afiliación



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales

Elaboración: Los autores

Los locales comerciales al admitir la tarjeta de crédito en sus negocios tendrán la posibilidad de: aumentar considerablemente las ventas de su negocio, brindar comodidad al cliente, ofrecer profesionalismo a su negocio; en más de la mitad de los negocios que cuentan con esta forma de pago, el promedio de facturación aumenta considerablemente, además que hay mayor grado de seguridad para el cliente y su negocio.

3.2.3 Años de aceptación como instrumento de pago

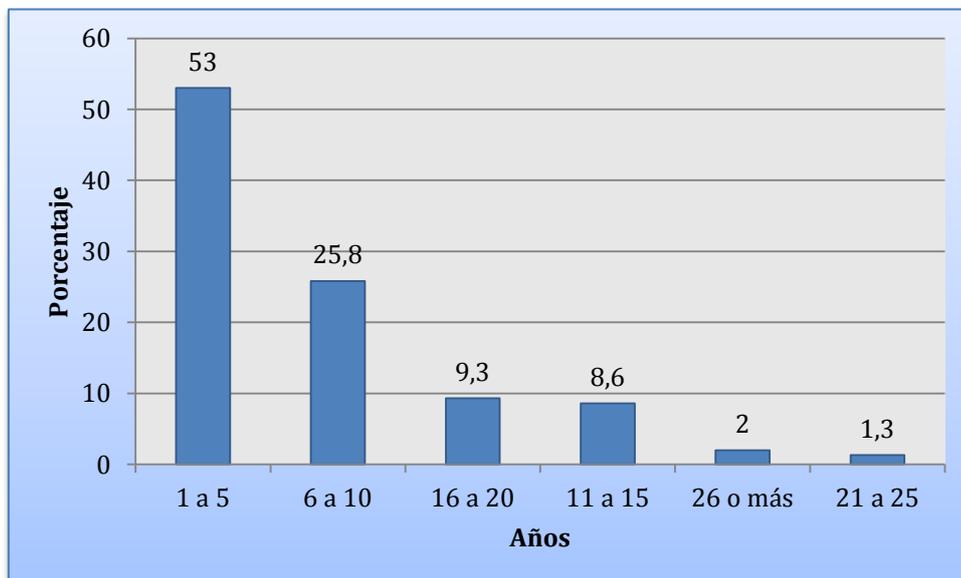
Tabla 18. Años de aceptación

Años	Casos	%
1 a 5	80	53,0
6 a 10	39	25,8
16 a 20	14	9,3
11 a 15	13	8,6
26 o más	3	2,0
21 a 25	2	1,3
Total	151	100,0

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 8. Años de aceptación



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales

Elaboración: Los autores

Del total de establecimientos comerciales que sí aceptan la tarjeta de crédito como medio de pago en la ciudad de Loja, manifiestan que desde hace 1 a 5 años admiten este instrumento de pago lo cual corresponde al 53%, en cambio el 25,8% mencionan que desde hace 6 a 10 años aceptan dicho medio pago, y por otra parte el 9,3% de los establecimientos contestan que desde hace 16 a 20 años vienen recibiendo la tarjeta de crédito como alternativa de pago en la ciudad de Loja. (Ver Tabla No. 18 y Gráfica No. 8)

Los establecimiento comerciales de la ciudad de Loja, han decidido incorporar como opción de pago a la tarjeta de crédito en sus negocios en los últimos años, ya que éste se está convirtiendo en el método de pago más usual en la actualidad, gracias a que incluye seguros

que la protege de usos fraudulentos, además porque es una forma de cargar dinero de manera más segura y personal, por otro lado se destaca la amplia aceptación en establecimientos de comercio, las tarjetas de crédito son más aceptadas que los cheques, aun cuando se está de viaje y también porque las tarjetas de crédito permiten hacer compras a través de Internet.

La admisión de las tarjetas de crédito en los negocios se ha incrementado en los últimos días ya que éste puede hacer una enorme diferencia en lo relacionado con las ventas ya que amplía de manera significativa el mercado potencial al cual el negocio desea llegar.

Cabe mencionar que cada día crece el número de consumidores que utilizan las tarjetas de débito o crédito para sus compras, por los beneficios que ello les representa. Mercadológicamente hablando, la tarjeta de crédito puede aumentar la facturación porque psicológicamente facilita la compra por impulso. Transmite al consumidor un sentido de facilidad de compra y sobre todo de “compra inmediata”, y desde luego por ser un medio autorizado en segundos, impide que el cliente pueda cancelar la transacción una vez realizada.

3.2.4 Tipos de Tarjetas aceptadas en los establecimientos comerciales

Tabla 19. Tipo de Tarjeta de Crédito aceptada

Tipo de Tarjeta	Casos	%
Todas las opciones	50	33,1
CUOTA FACIL	27	17,9
VISA MASTERCARD	22	14,6
VISA MASTERCARD DINERS CLUB	17	11,3
VISA MASTERCARD DINERS CLUB AMERICAN EXPRESS	12	7,9
VISA MASTERCARD AMERICAN EXPRESS	12	7,9
VISA MASTERCARD CUOTA FACIL	4	2,6
VISA DINERS CLUB	3	2,0
VISA MASTERCARD DINERS CLUB	2	1,3

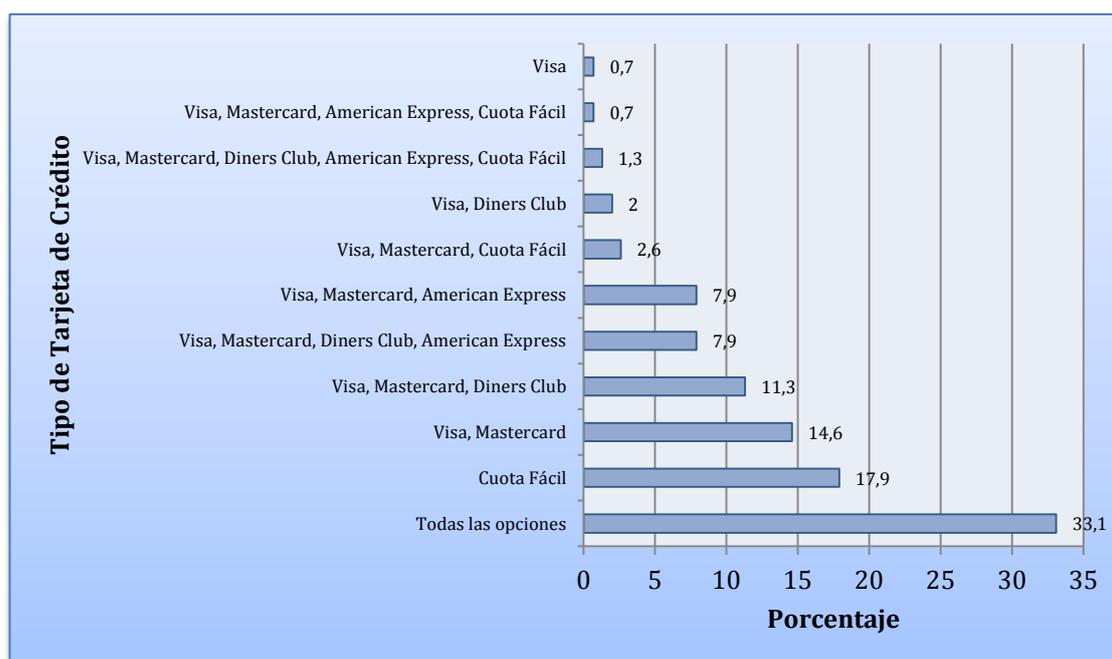
CUOTA FACIL		
VISA MASTERCARD AMERICAN EXPRESS CUOTA FACIL	1	0,7
VISA	1	0,7
Total	151	100,0

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Del total de establecimientos que sí aceptan la tarjeta de crédito como alternativa de pago en la ciudad, el 33,1% de los locales comerciales admiten todas las tarjetas de crédito, lo cual incluye: VISA, MASTERCARD, DINERS CLUB, AMERICAN EXPRESS y CUOTA FACIL. Por otra parte, el 17,9% de los establecimientos sólo aceptan la tarjeta CUOTA FACIL; y el 14,6% aceptan únicamente las tarjetas de crédito VISA y MASTERCARD en sus locales comerciales. (Ver Tabla No. 19 y Gráfica No. 9)

Gráfica 9. Tipo de Tarjeta de Crédito aceptada



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales

Elaboración: Los autores

El fin último de recibir todas las tarjetas de crédito en los negocios es, ganar un poco menos pero obtener ventaja en el volumen de ventas promovido por la aceptación de medios electrónicos como la tarjeta de crédito.

Las tarjetas de crédito son una forma de cargar dinero de manera más segura y personal y éstas son aceptadas alrededor de todo el mundo y canceladas con la moneda del país. Existen

varias marcas de tarjetas de crédito a lo largo del mundo, pero hay 4 que son las más conocidas: VISA, MASTERCARD, AMERICAN EXPRESS y DINERS CLUB International.

3.2.5 Empresas POS (Point of Sale) de afiliación

Tabla 20. Empresas POS de afiliación

Empresa	Casos	%
DATAFAST	68	45,0
DATAFAST MEDIANET RED APOYO	50	33,1
DATAFAST MEDIANET	12	7,9
RED APOYO	10	6,6
DATAFAST RED APOYO	5	3,3
MEDIANET	4	2,6
OTRO	2	1,3
Total	151	100,0

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos

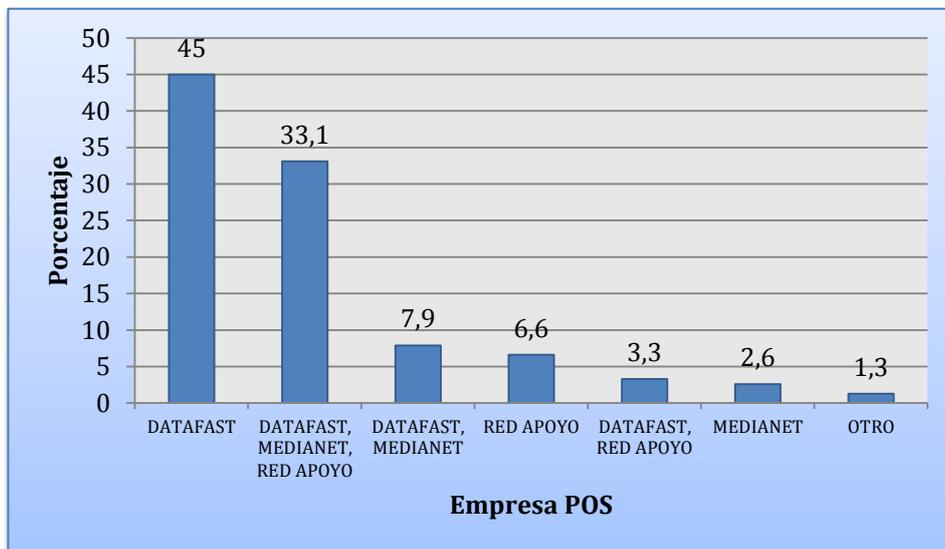
Elaboración: Los autores

El 45% de los locales comerciales que admiten la tarjeta de crédito, están afiliados únicamente con la empresa POS – DATAFAST, ya que es una empresa líder en Red de Puntos de Pago del Ecuador y en la actualidad llega a más de 50 ciudades en todo el país, obteniendo la mayor cobertura a nivel nacional, con más de 20.000 puntos de pago electrónico y otros 20.000 puntos de pago manual. Además, otra de las razones por la cuales los locales comerciales están afiliados a DATAFAST es, porque es la única red de pagos, que permite realizar transacciones con todas las marcas de tarjetas de crédito nacional, internacional y de débito que circulan en el país tales como: AMERICAN EXPRESS, DINERS CLUB, MASTERCARD, VISA, Maestro y VISA Electron. El otro 33,1% de los establecimientos están afiliados no sólo a una empresa POS sino a tres, las cuales son: DATAFAST, MEDIANET y RED APOYO. (Ver Tabla No. 20 y Gráfica No. 10)

Tan sólo el 1,3% de la muestra en estudio, manifiestan que no tienen afiliación con un empresa POS, ya que sus negocios son pequeños y por ende en lugar de poseer una terminal electrónica para la operación del sistemas de autorizaciones, ellos poseen un sistema manual o porteadora que permite recibir las tarjetas y operar las autorizaciones vía telefónica. Esto es

un poco más tardado para el cliente pero permite igualmente aceptar las tarjetas sin inconveniente y sin cobros adicionales.

Gráfica 10. Empresa POS de afiliación



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales

Elaboración: Los autores

3.2.6 Planes de pago

Tabla 21. Planes de pago

Planes de pago	Casos	%
Todas las opciones	116	76,8
Corriente	21	13,9
Diferido con interés	9	6,0
Diferido sin interés	2	1,3
Corriente	2	1,3
Diferido sin interés	1	0,7
Total	151	100,0

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

El 76,8% de los locales comerciales, aceptan todos los planes de pago lo cual incluye: crédito corriente, crédito diferido con interés y sin interés. Con el *crédito corriente* el tarjetahabiente puede comprar todo lo quiera en el lugar que quiera con su tarjeta de crédito, con la flexibilidad de pagar un mínimo mensualmente por todos sus consumos realizados o también puede cancelarla a fin de mes sin ningún recargo. Por otro lado, con el *crédito diferido con*

interés, el tarjetahabiente puede comprar todo lo que desee y pagarlo en cuotas iguales, pero que en el comercio *incluyen el financiamiento* de los meses a los que se contrató. En cambio, el *crédito diferido sin interés*, es un crédito que se liquida mediante cuotas iguales a 3, 6, 9 o 12 meses de acuerdo al plan que tenga el comercio contratado, sin ningún recargo de intereses a pesar del plazo de pago que tiene el tarjetahabiente a su favor. Por otra parte, el 13,9% de los establecimientos sólo aceptan dos planes de pago, los cuales son: crédito corriente y diferido con interés. (Ver Tabla No. 21 y Gráfica No. 11)

Gráfica 11. Planes de pago



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales

Elaboración: Los autores

3.2.7 Tarjetas de crédito aceptadas en pago diferido

Con respecto a las tarjetas VISA, las de mayor admisión en los establecimientos comerciales son las siguientes; el 59,6% de los locales aceptan VISA Banco de Pichincha, seguido por VISA Banco de Guayaquil con el 57% del total de la muestra. (Ver Tabla No. 22 y Gráfica No. 12)

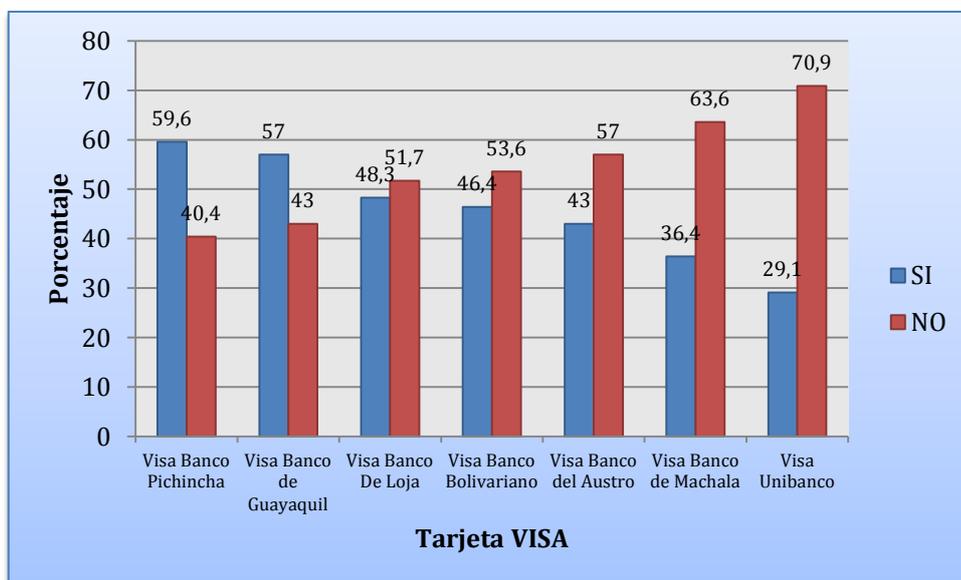
Tabla 22. Tarjeta VISA aceptada en pago diferido

Tipo de VISA	Casos	%
VISA Banco Pichincha	90	59,6
No acepta	61	40,4
Total	151	100,0
VISA Banco de Guayaquil	86	57,0
No acepta	65	43,0
Total	151	100,0
VISA Banco De Loja	73	48,3
No acepta	78	51,7
Total	151	100,0
VISA Banco Bolivariano	70	46,4
No acepta	81	53,6
Total	151	100,0
VISA Banco del Austro	65	43,0
No acepta	86	57,0
Total	151	100,0
VISA Banco de Machala	55	36,4
No acepta	96	63,6
Total	151	100,0
VISA Unibanco	44	29,1
No acepta	107	70,9
Total	151	100,0

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 12. Tarjeta VISA aceptada en pago diferido



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales

Elaboración: Los autores

Con respecto a las tarjetas MASTERCARD, las de mayor admisión en los establecimientos comerciales son las siguientes; el 58,3% de los locales aceptan MASTERCARD Banco de

Pichincha, seguido por MASTERCARD Banco de Guayaquil con el 55% del total de la muestra. (Ver Tabla No. 23 y Gráfica No. 13)

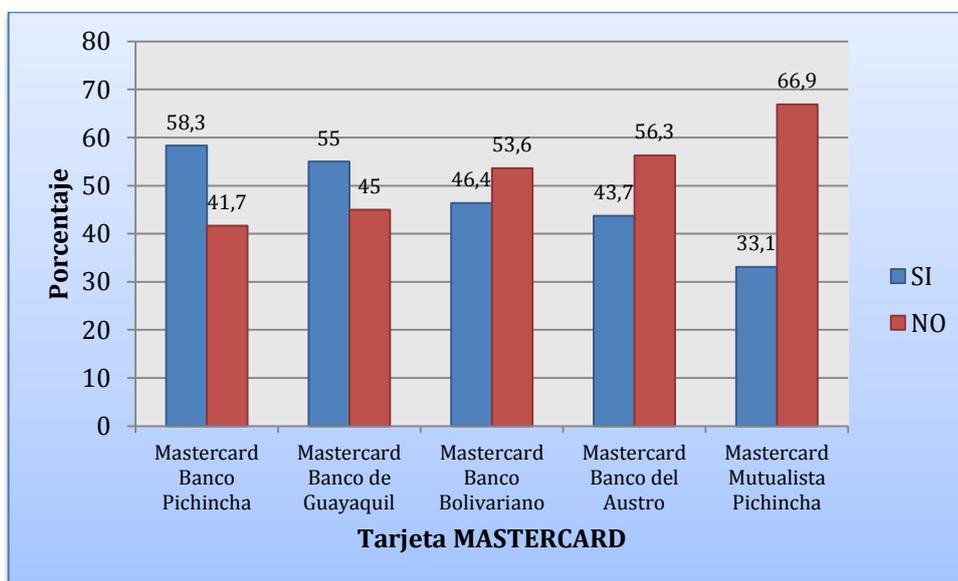
Tabla 23. Tarjeta MASTERCARD aceptada en pago diferido

Tipo de MASTERCARD	Casos	%
MASTERCARD Banco Pichincha	88	58,3
No acepta	63	41,7
Total	151	100,0
MASTERCARD Banco de Guayaquil	83	55,0
No acepta	68	45,0
Total	151	100,0
MASTERCARD Banco Bolivariano	70	46,4
No acepta	81	53,6
Total	151	100,0
MASTERCARD Banco del Austro	66	43,7
No acepta	85	56,3
Total	151	100,0
MASTERCARD Mutualista Pichincha	50	33,1
No acepta	101	66,9
Total	151	100,0

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 13. Tarjeta MASTERCARD aceptada en pago diferido



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales

Elaboración: Los autores

Con respecto a otras tarjetas de crédito, las de mayor admisión en los establecimientos comerciales son las siguientes; el 53,6% de los locales aceptan DINERS CLUB y CUOTA

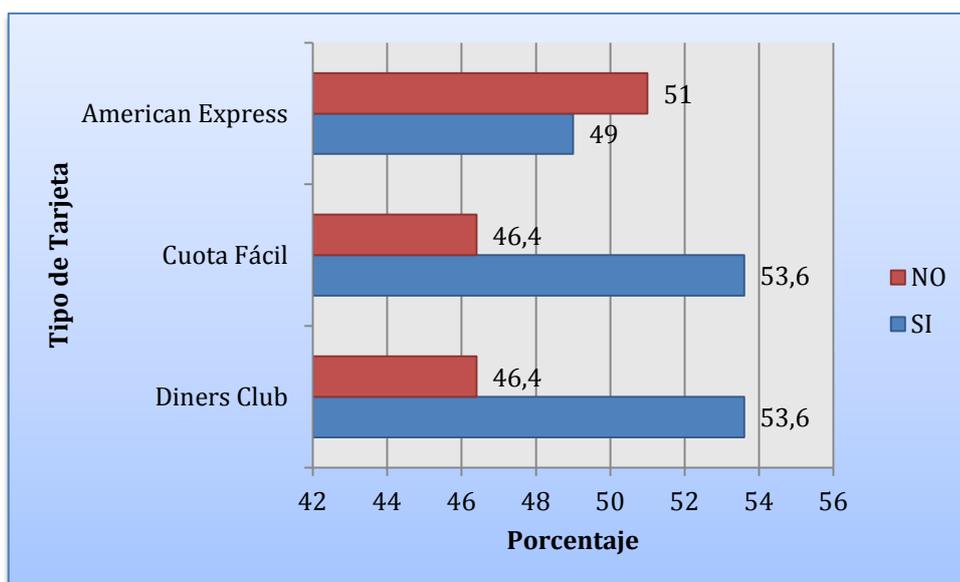
FACIL con el mismo porcentaje; seguido por la tarjeta de crédito AMERICAN EXPRESS con el 49% del total de la muestra. (Ver Tabla No. 24 y Gráfica No. 14)

Tabla 24. Otras Tarjetas aceptadas en pago diferido

Tipo de Tarjeta	Casos	%
DINERS CLUB	81	53,6
No acepta	70	46,4
Total	151	100,0
CUOTA FACIL	81	53,6
No acepta	70	46,4
Total	151	100,0
AMERICAN EXPRESS	74	49,0
No acepta	77	51,0
Total	151	100,0

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos
Elaboración: Los autores

Gráfica 14. Otras Tarjetas aceptadas en pago diferido



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales
Elaboración: Los autores

Las razones del por qué se aceptan las tarjetas de crédito antes mencionadas, se explican a continuación: el 46,4% de los establecimientos manifiestan que admiten tales tarjetas de crédito porque el POS (Point of Sale) sólo acepta ese tipo de tarjetas de crédito, por otro lado el 36,4% de la muestra en estudio no explica las razones de la aceptación de la tarjeta de crédito en pago diferido; y finalmente el 17,2% de los locales mencionan que se aceptan dichas tarjetas porque existe un contrato de por medio con el Banco emisor de la tarjeta de crédito. (Ver Tabla No. 25 y Gráfica No. 15).

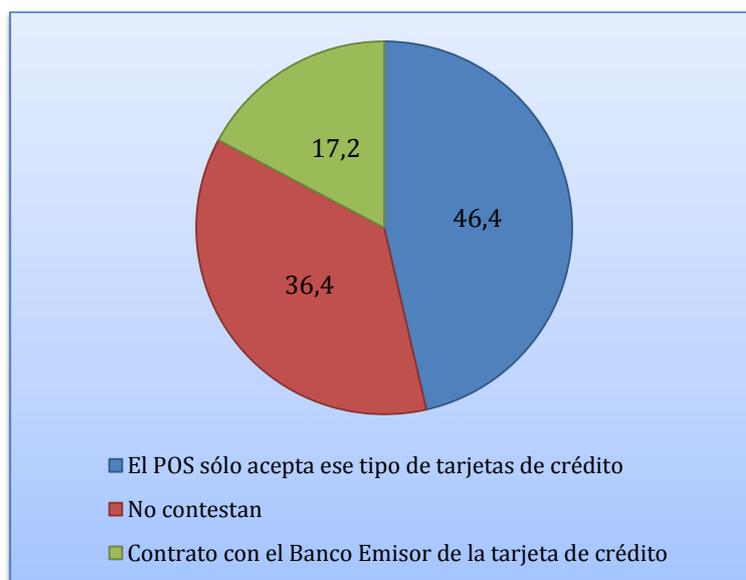
Tabla 25. Razones de aceptación de las tarjetas de crédito en pago diferido

Razones	Casos	%
El POS sólo acepta ese tipo de tarjetas de crédito	70	46,4
No contestan	55	36,4
Contrato con el Banco Emisor de la tarjeta de crédito	26	17,2
Total	151	100,0

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 15. Razones de aceptación de las tarjetas de crédito en pago diferido



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales

Elaboración: Los autores

3.2.8 Preferencias en la recepción de tarjetas por parte del establecimiento comercial

Con respecto a las tarjetas VISA, las de mayor preferencia para los establecimientos comerciales son las siguientes; el 41,7% de los locales prefieren VISA Banco de Loja, seguido por VISA Banco del Austro con el 33,1% del total de la muestra. (Ver Tabla No. 26 y Gráfica No. 16).

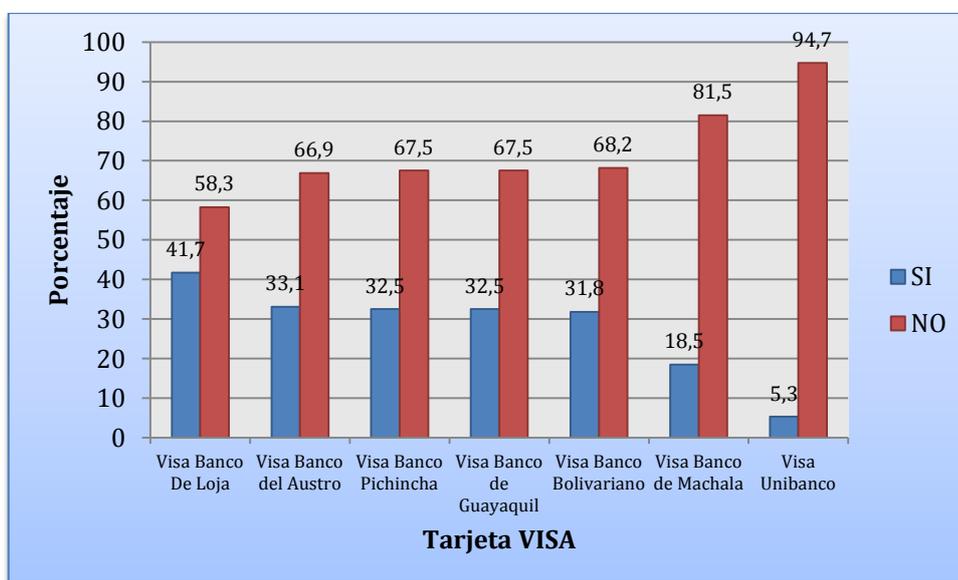
Tabla 26. Preferencias en tarjetas de crédito VISA

Tipo de VISA	Casos	%
VISA Banco De Loja	63	41,7
No prefiere	88	58,3
Total	151	100,0
VISA Banco del Austro	50	33,1
No prefiere	101	66,9
Total	151	100,0
VISA Banco Pichincha	49	32,5
No prefiere	102	67,5

Total	151	100,0
VISA Banco de Guayaquil	49	32,5
No prefiere	102	67,5
Total	151	100,0
VISA Banco Bolivariano	48	31,8
No prefiere	103	68,2
Total	151	100,0
VISA Banco de Machala	28	18,5
No prefiere	123	81,5
Total	151	100,0
VISA Unibanco	8	5,3
No prefiere	143	94,7
Total	151	100,0

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos
Elaboración: Los autores

Gráfica 16. Preferencias en tarjetas de crédito VISA



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales
Elaboración: Los autores

Con respecto a las tarjetas MASTERCARD, las de mayor preferencia para los establecimientos comerciales son las siguientes; el 29,8% de los locales prefieren MASTERCARD Banco de Pichincha, seguido por MASTERCARD Banco del Austro con el 29,1% del total de la muestra. (Ver Tabla No. 27 y Gráfica No. 17)

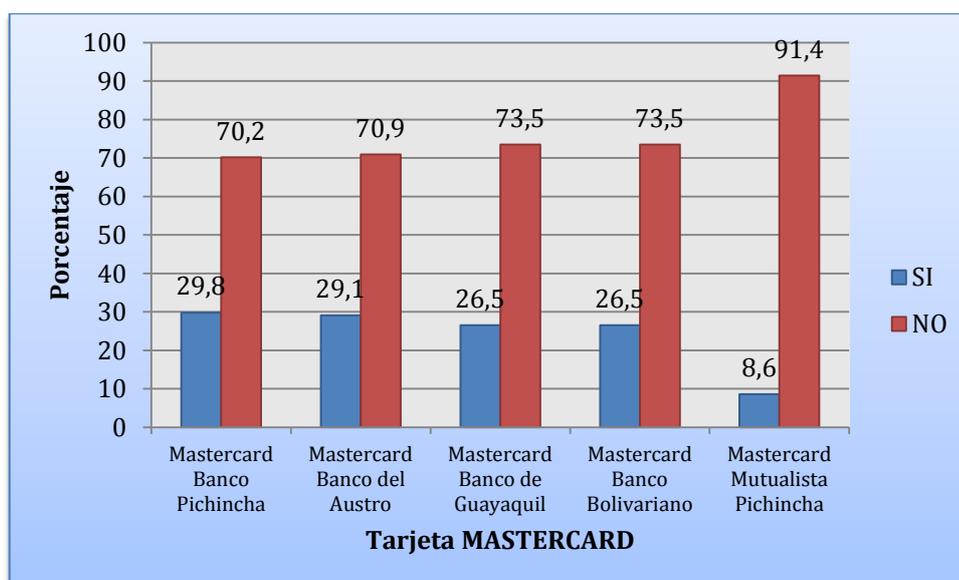
Tabla 27. Preferencias en tarjetas de crédito MASTERCARD

Tipo de MASTERCARD	Casos	%
MASTERCARD Banco Pichincha	45	29,8
No prefiere	106	70,2
Total	151	100,0
MASTERCARD Banco del Austro	44	29,1
No prefiere	107	70,9
Total	151	100,0
MASTERCARD Banco de Guayaquil	40	26,5
No prefiere	111	73,5
Total	151	100,0
MASTERCARD Banco Bolivariano	40	26,5
No prefiere	111	73,5
Total	151	100,0
MASTERCARD Mutualista Pichincha	13	8,6
No prefiere	138	91,4
Total	151	100,0

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 17. Preferencias en tarjetas de crédito MASTERCARD



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales

Elaboración: Los autores

Con respecto a otras tarjetas de crédito, las de mayor preferencia para los establecimientos comerciales son las siguientes; el 44,4% de los locales prefieren DINERS CLUB, seguido por la tarjeta de crédito AMERICAN EXPRESS con el 39,7% del total de la muestra en estudio. (Ver Tabla No. 28 y Gráfica No. 18)

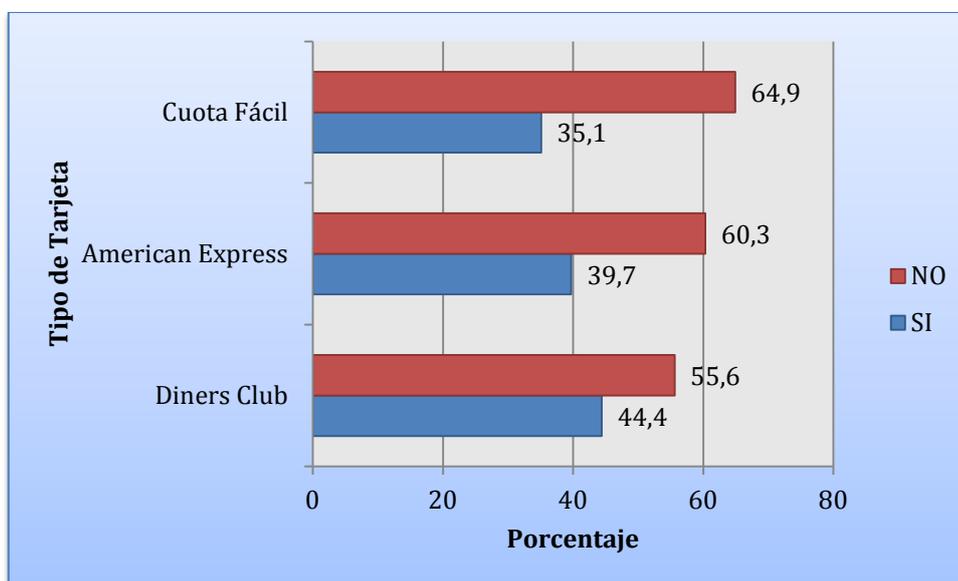
Tabla 28. Preferencias en otras tarjetas de crédito

Tipo de Tarjeta	Casos	%
DINERS CLUB	67	44,4
No prefiere	84	55,6
Total	151	100,0
AMERICAN EXPRESS	60	39,7
No prefiere	91	60,3
Total	151	100,0
CUOTA FACIL	53	35,1
No prefiere	98	64,9
Total	151	100,0

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 18. Preferencias en otras tarjetas de crédito



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales

Elaboración: Los autores

Las razones del por qué prefieren las tarjetas de crédito antes mencionadas, se explican a continuación: el 29,1% de la muestra en estudio no explica las razones de preferencia de la tarjeta de crédito; por otro parte el 22,5% explican que escogen dichas tarjetas por el buen servicio que les ofrecen los Bancos emisores, lo que incluye: herramientas para desarrollar el negocio y generar ventas, ofrecen material publicitario, sin cargo, para atraer a los mejores clientes al establecimiento, los establecimientos adheridos disponen de un Centro de Atención Telefónica para obtener toda la información necesaria respecto de sus ventas con la tarjeta de crédito y un centro de autorizaciones que funciona las 24 horas al día.

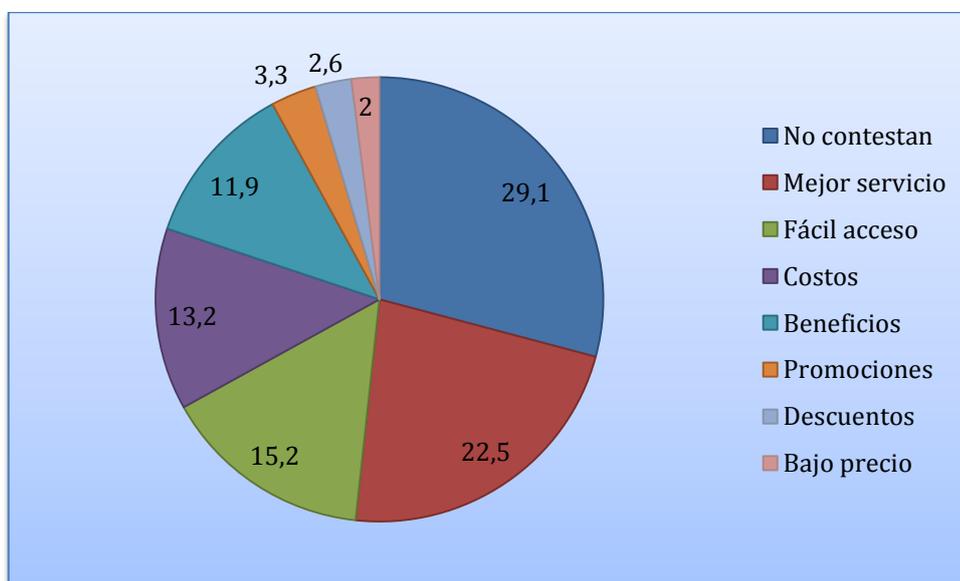
Tabla 29. Razones de preferencia de las tarjetas de crédito

Razones	Casos	%
No contestan	44	29,1
Mejor servicio	34	22,5
Fácil acceso	23	15,2
Costos	20	13,2
Beneficios	18	11,9
Promociones	5	3,3
Descuentos	4	2,6
Bajo precio	3	2,0
Total	151	100,0

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 19. Razones de preferencia de las tarjetas de crédito



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales

Elaboración: Los autores

Así mismo el 15,2% de los establecimientos manifiestan que prefieren tales tarjetas de crédito porque es fácil el acceso a la afiliación de los establecimientos comerciales. La muestra en estudio restante, explica que eligen dichas tarjetas de crédito por: el bajo precio, por los costos, beneficios, promociones y descuentos que brindan los Bancos emisores. (Ver Tabla No. 29 y Gráfica No. 19)

3.2.9 Tarjetas de crédito más presentadas en los establecimientos comerciales

Tabla 30. Tarjetas de crédito más presentadas

Tipo de Tarjeta	Casos	%
VISA Banco de Guayaquil	25	16,56
DINERS CLUB Banco Pichincha	20	13,25
CUOTA FACIL Unibanco	20	13,25
VISA Banco Pichincha	19	12,58
VISA Banco Bolivariano	11	7,28
VISA Banco de Loja	11	7,28
MASTERCARD Banco Pichincha	8	5,30
AMERICAN EXPRESS Banco de Guayaquil	8	5,30
MASTERCARD Banco Bolivariano	7	4,64
VISA Banco del Austro	6	3,97
MASTERCARD Banco del Austro	5	3,31
VISA Banco de Machala	4	2,65
MASTERCARD Banco de Guayaquil	4	2,65
MASTERCARD Mutualista Pichincha	2	1,32
VISA Unibanco	1	0,66
Total	151	100,00

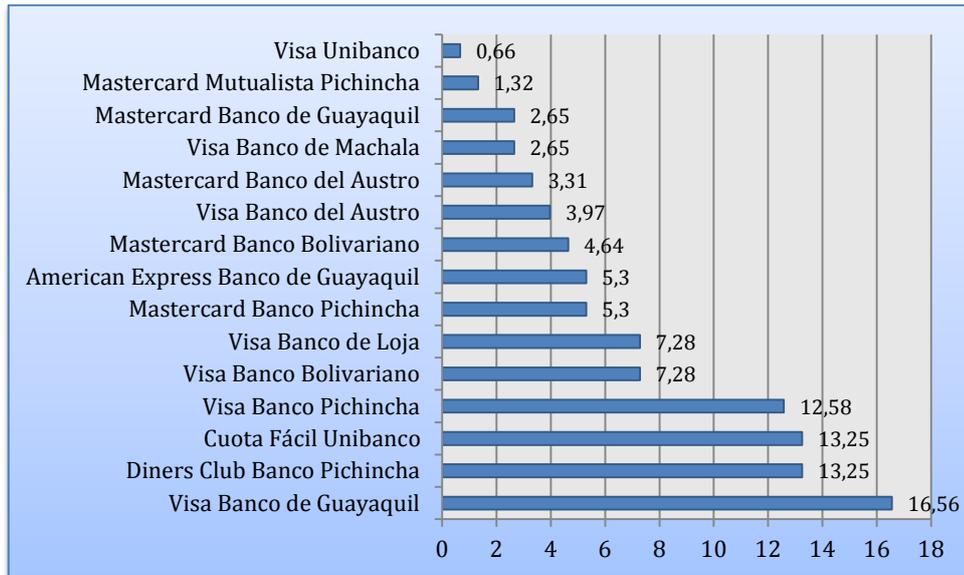
Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Con lo que respecta a las tarjetas de crédito más presentadas en los establecimientos comerciales, los resultados muestran los siguientes datos: el 16,56% de la muestra en estudio indica que VISA Banco de Guayaquil es la más presentada en los locales comerciales, seguido por la tarjeta DINERS CLUB y CUOTA FACIL con el 13,25%, respectivamente. Posterior a ello, le sigue VISA Banco de Pichincha con el 12,58% de los establecimientos. (Ver Tabla No. 29 y Gráfica No. 20)

Es importante mencionar que VISA Banco de Guayaquil constantemente realiza acciones promocionales tanto para establecimientos como para los tarjetahabientes, recompensando con beneficios exclusivos a aquellos que aceptan y emplean correctamente la tarjeta VISA Banco de Guayaquil, y es por ello que se puede explicar su mayor uso en los establecimientos comerciales de la ciudad.

Gráfica 20. Tarjetas de crédito más presentadas



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales

Elaboración: Los autores

3.2.10 Porcentajes de recarga al precio de los productos cuando la compra es con tarjeta de crédito

Tabla 31. Recarga al precio del producto

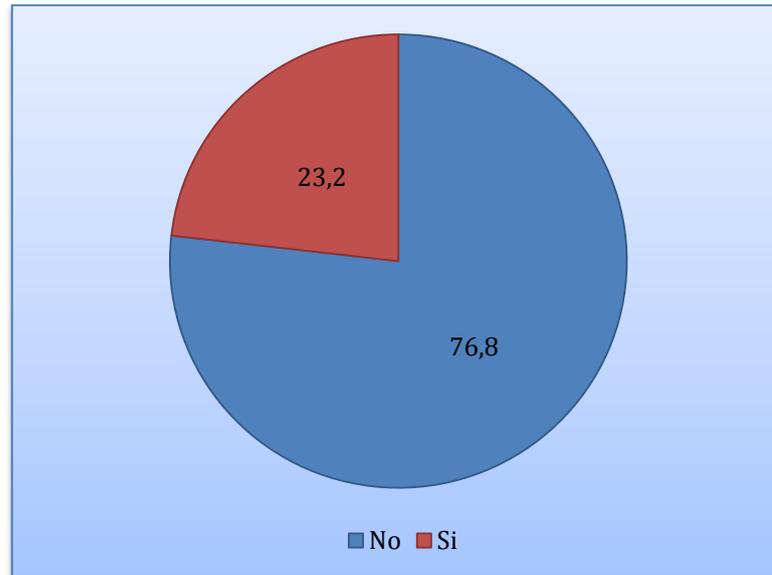
Recarga al precio del producto	Casos	%
No	116	76,8
Si	35	23,2
Total	151	100,0

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

El 23,2% de los establecimientos comerciales que admiten tarjetas de crédito sí recargan un porcentaje adicional al precio de sus productos cuando la venta obviamente es con tarjeta de crédito, pero el otro 76,8% de los locales no lo hace. El porcentaje de recarga es del 1 al 10% al precio de sus productos. (Ver Tabla No. 32 y Gráfica No. 21)

Gráfica 21. Recarga al precio del producto



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales
Elaboración: Los autores

Tabla 32. Porcentaje de recarga al precio del producto

Porcentaje de recargo	Casos	%
1% - 10%	35	100,0
Total	35	100,0

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos
Elaboración: Los autores

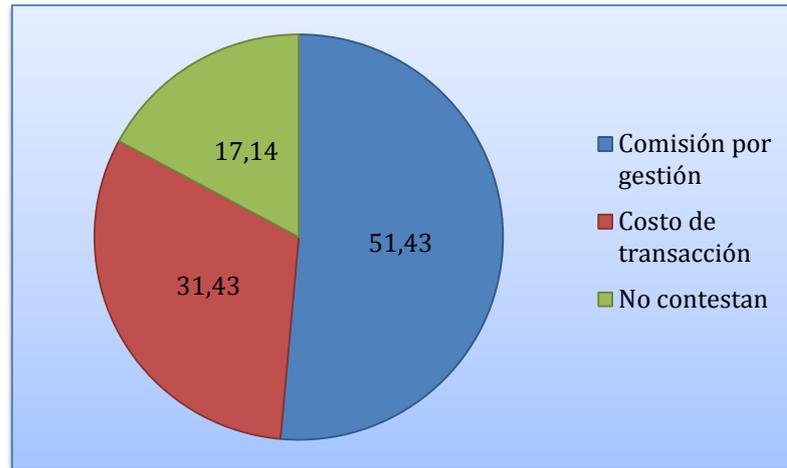
Las razones del por qué se recarga algún porcentaje al precio de los productos se describe a continuación: el 51,43% mencionan que hacen la recarga por comisión de gestión, el 31,43% por el costo de transacción; y el 17,14% no contestan. (Ver tabla No. 33 y Gráfica No. 22)

Tabla 33. Razones de la recarga a los productos

Razones	Casos	%
Comisión por gestión	18	51,43
Costo de transacción	11	31,43
No contestan	6	17,14
Total	35	100,00

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos
Elaboración: Los autores

Gráfica 22. Razones de la recarga a los productos



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales

Elaboración: Los autores

3.2.11 Ventas con Tarjeta de Crédito

Tabla 34. Ventas con Tarjeta de Crédito

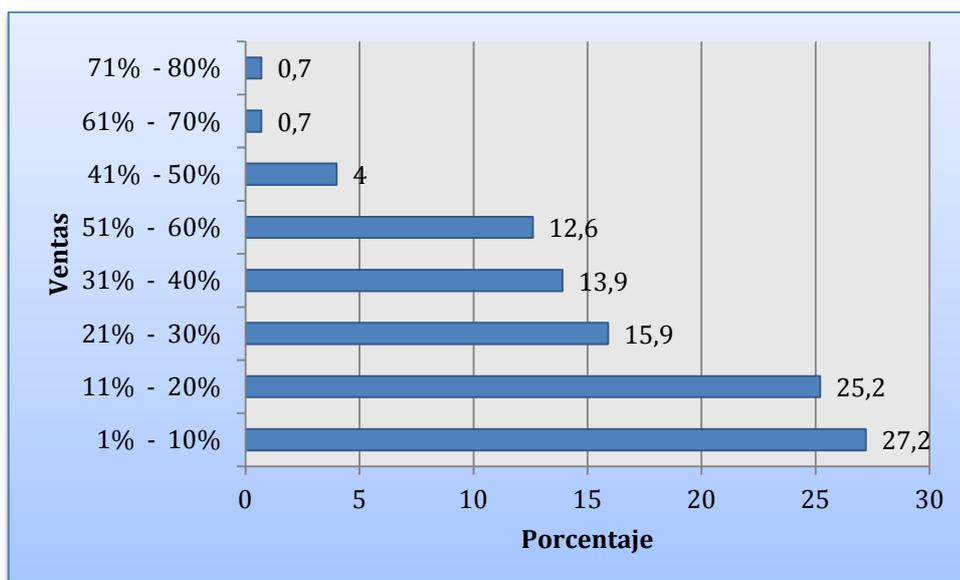
Porcentaje de ventas	Casos	%
1% - 10%	41	27,2
11% - 20%	38	25,2
21% - 30%	24	15,9
31% - 40%	21	13,9
51% - 60%	19	12,6
41% - 50%	6	4,0
61% - 70%	1	0,7
71% - 80%	1	0,7
Total	151	100,0

Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

El 27,2% de los establecimientos comerciales, venden con tarjeta de crédito mensualmente alrededor del 1 al 10%, mientras que el otro 25,2% de los locales venden con tarjeta de crédito alrededor del 11 al 20% mensualmente. Tan sólo el 4% de los establecimientos venden con tarjeta alrededor del 41% al 50% mensualmente. (Ver tabla No. 34 y Gráfica No. 23)

Gráfica 23. Ventas con Tarjeta de Crédito



Fuente: Encuesta a Establecimientos Comerciales

Elaboración: Los autores

En los presentes días las ventas realizadas con tarjetas de crédito ya son más comunes como el efectivo, las tarjetas de crédito se vuelven cada vez más populares. Antes, poseer una tarjeta era sinónimo de privilegio, en la actualidad el dinero plástico ha llegado a ser un medio de pago tan común y corriente como el efectivo.

En muchos de los casos, las ventas no se han llegado a concretar por alguna de las siguientes razones: las tarjetas no están físicamente en perfectas condiciones lo cual inspira alguna duda o desconfianza, la firma no coincide, el tarjetahabiente no posee la identificación, alteración en la banda magnética o de cualquier otra clase. En algunos casos la otra opción de que no se realice la venta podría ser, que la transacción fuera DENEGADA. Esto puede ocurrir porque el cliente alcanzó su límite máximo de crédito autorizado o por cualquier anomalía con su cuenta o sus datos con lo cual deberá ser remitido al banco emisor para resolverlo. En este caso, la compra es anulada y se procede a solicitar ya sea otra tarjeta o bien otro medio de pago.

3.3 DEMANDA: El consumidor y el uso de la tarjeta de crédito

3.3.1 Datos de identificación

3.3.1.1 Edad

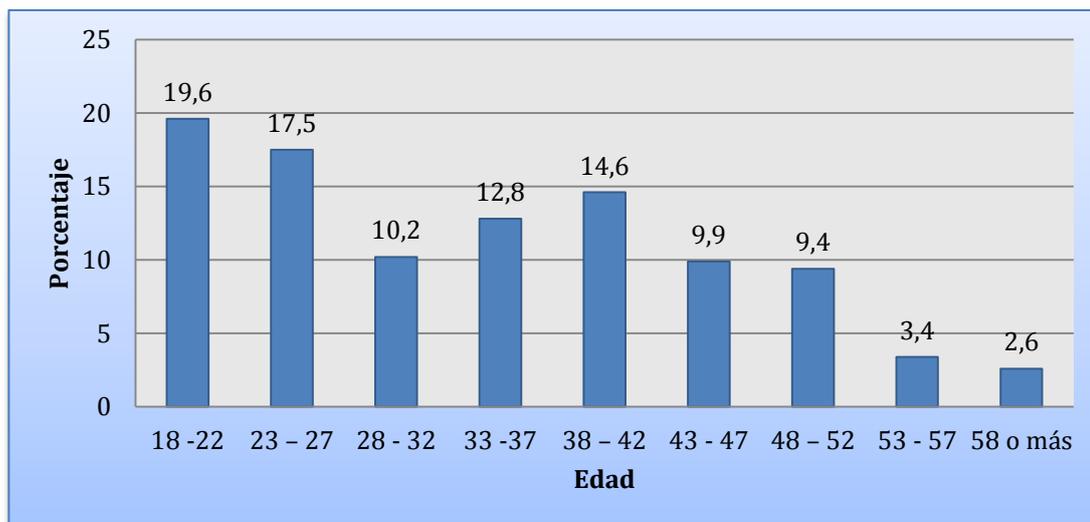
Tabla 35. Edad

Edad	Casos	%
18 -22	75	19.6
23 – 27	67	17.5
28 - 32	39	10.2
33 -37	49	12.8
38 – 42	56	14.6
43 - 47	38	9.9
48 – 52	36	9.4
53 - 57	13	3.4
58 o más	10	2.6
Total	383	100

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 24. Edad



Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Los autores

La población económicamente activa de acuerdo a datos del INEC, es el 48,70% que comprende a la población de 15 y más años de edad que suministran la mano de obra disponible para la producción de bienes y servicios en la ciudad.

Por lo que las personas de 18 a 27 años de edad se encuentran en el primer rango; debido a que en la actualidad los jóvenes cumplen mayoría de edad o antes deciden independizarse o ayudar en los gastos a sus padres, por lo que buscan un trabajo para cubrir sus gastos; en el siguiente nivel se encuentran personas de 28 a 52 años; ya que son personas con mayor

estabilidad económica y acceden con mayor facilidad a una tarjeta de crédito a diferencia que el rango anterior; por último se encuentran las personas de 53 a 58 años; este porcentaje es mínimo ya que el promedio de vida de una persona es de 65 años por lo que hoy en día es difícil dar crédito a personas mayores de 50 años.

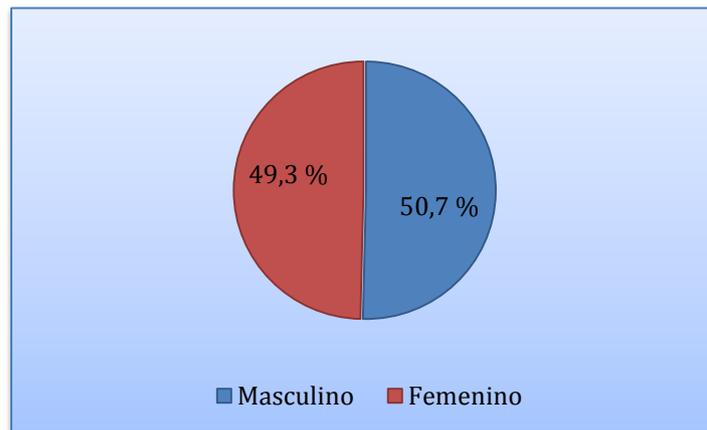
3.3.1.2 Sexo

Tabla 36. Sexo

Sexo	Casos	%
Masculino	194	50,7
Femenino	189	49,3
Total	383	100

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos
Elaboración: Los autores

Gráfica 25. Sexo



Fuente: Encuesta a Consumidores
Elaboración: Los autores

Del total de personas encuestadas el 50.7% son de género masculino esto se produce, debido a que en su gran mayoría los hombres son el sostén de la casa, es decir ellos son el pilar fundamental en cuanto a lo económico en el hogar mientras que las mujeres (49.3%) se dedican al cuidado del hogar (amas de casa). No obstante en la actualidad esto ya no es muy común ya que tanto hombres como mujeres aportan en la economía del hogar razón por la cual los porcentajes tienen una diferencia mínima de 1.4%; lo que demuestra que ambos géneros se encuentran en igualdad de condiciones; pudiendo acceder así a una tarjeta de crédito dependiendo de los ingresos promedios que perciban.

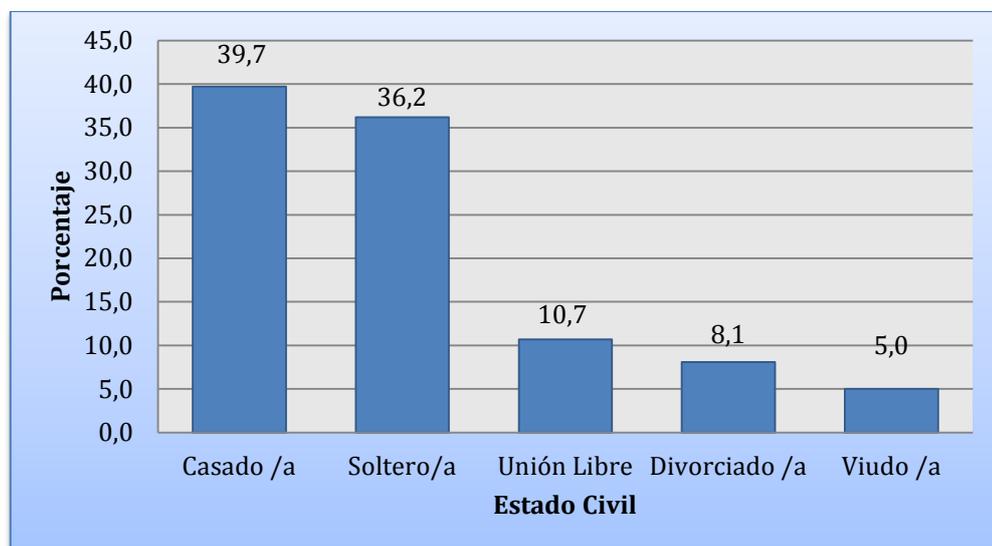
3.3.1.3 Estado Civil

Tabla 37. Estado Civil

Estado Civil	Casos	%
Casado /a	153	39.9
Soltero/a	139	36.3
Unión Libre	41	10.7
Divorciado /a	31	8.1
Viudo /a	19	5.0
Total	383	100

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos
Elaboración: Los autores

Gráfica 26. Estado Civil



Fuente: Encuesta a Consumidores
Elaboración: Los autores

El 39.7% son personas casadas, seguidas por un 36.2% personas solteras; 10.7% unión libre, 8.1% divorciados y un 5% viudos; a las personas solteras, se les puede dar con mayor facilidad una tarjeta de crédito debido a que no poseen cargas familiares ni gastos muy fuertes a diferencia de una persona casada, de unión libre, divorciados, viudos; las cuales poseen cargas, gastos fuertes por educación, alimentación, vestimenta y salud, por lo que el cupo de tarjeta que quisiera adquirir es menor.

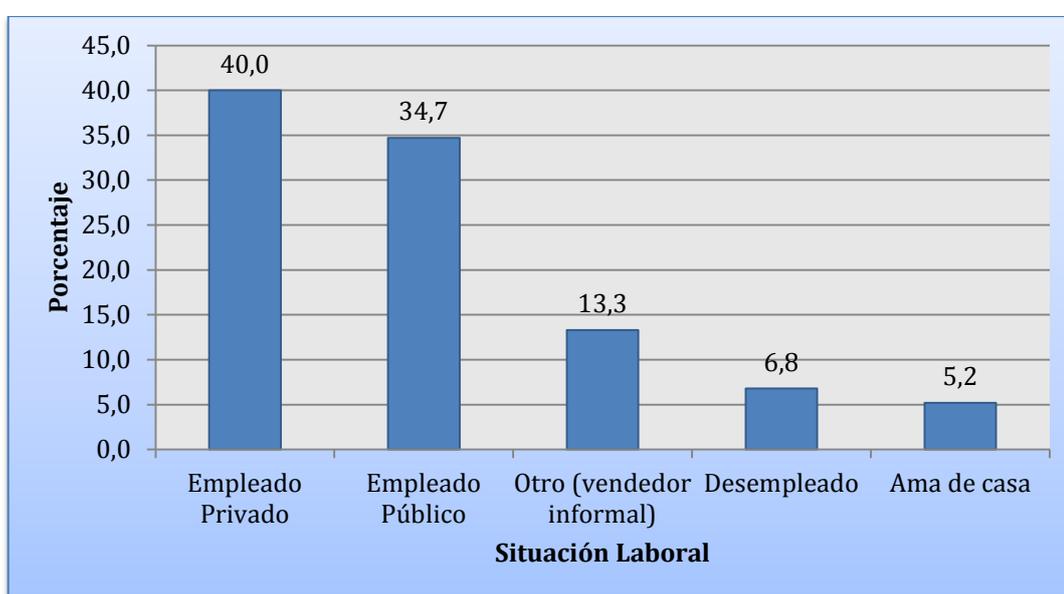
3.3.1.4 Situación Laboral

Tabla 38. Situación Laboral

Situación Laboral	Casos	%
Empleado Privado	153	39.95
Empleado Público	133	34.73
Otro (vendedor informal)	51	13.32
Desempleado	26	6.78
Ama de casa	20	5.22
Total	383	100

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos
Elaboración: Los autores

Gráfica 27. Situación Laboral



Fuente: Encuesta a Consumidores
Elaboración: Los autores

En base a los resultados obtenidos, la categoría de ocupación con mayor porcentaje de participación, le corresponde a los empleados privados con el 40%, es decir son aquellas personas que trabajan bajo relación de dependencia en empresas privadas de la ciudad, seguido de la categoría antes mencionada, continúan las personas que trabajan por cuenta propia con el 34.7%, es decir aquellas personas que poseen negocios propios y laboran en ellos; seguido por vendedores informales con el 13.3%, cabe mencionar que son aquellas personas que trabajan en Centros Comerciales, Bahías, etc.; a estas personas con facilidad se les podría conceder una tarjeta de crédito dependiendo de los ingresos promedios que posean, gastos, estabilidad laboral políticas de la entidad financiera a la que se solicite dicha tarjeta.

En cuanto a desempleados 6.8% y amas de casa 5.2%, difícilmente se les concede tarjetas de crédito ya que no poseen ingresos por lo que no pueden cumplir con las deudas que trae una tarjeta, razón por la cual no son sujetos de crédito.

3.3.1.5 Nivel de Estudios

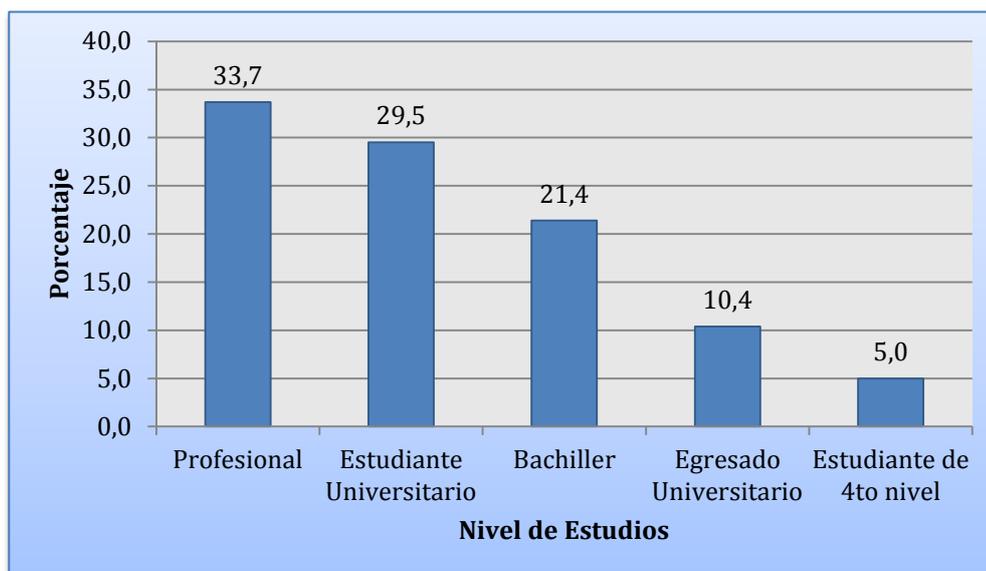
Tabla 39. Nivel de Estudios

Nivel de estudios	Casos	%
Profesional	129	33.68
Estudiante Universitario	113	29.52
Bachiller	82	21.40
Egresado Universitario	40	10.44
Estudiante de 4to nivel	19	4.96
Total	383	100

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 28. Nivel de Estudios



Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Los autores

De los resultados obtenidos, las personas más oprimidas para obtener una tarjeta de crédito o que ya la poseen son: Profesionales 33.7% y Estudiantes de 4to nivel 5%, ya que estos laboran y poseen ingresos para cubrir los gastos que conlleva tener una tarjeta de crédito. Por su parte Estudiantes Universitarios 29.5%, Bachilleres 21.4% y Egresados Universitarios 10.4%; en su gran mayoría son improductivos es decir solo se dedican a estudiar o son desempleados aunque en una pequeña proporción trabajan y estudian simultáneamente, y así este sector puede acceder a una tarjeta dependiendo de sus ingresos y gastos el cupo de la

tarjeta que obtenga siempre y cuando cumplan con las políticas y requerimientos que solicitan las entidades financieras que emiten tarjetas de crédito.

3.3.2 Nivel de aceptación de la Tarjeta de Crédito

3.3.2.1 ¿Dispone de alguna tarjeta de crédito?

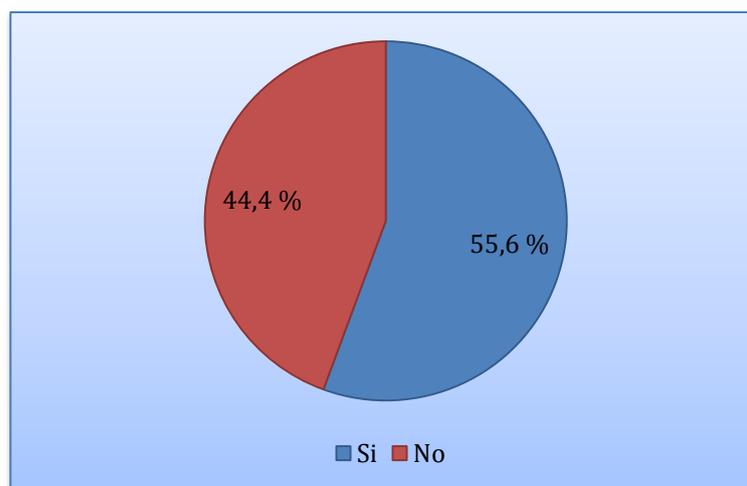
Tabla 40. Disponibilidad

¿Dispone Ud. De tarjeta de crédito?	Casos	%	Género				
			Masculino	%	Femenino	%	Total
Si	213	55,6	150	70.42	63	29.58	213
No	170	44,4	44	25.88	126	74.12	170
Total	383	100	194		189		383

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 29. Disponibilidad de tarjeta de crédito



Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Los autores

La disponibilidad de tarjetas de crédito en relación al género; en la Tabla No. 40 se observa que los hombres 70.42% (poseen tarjeta de crédito) a diferencia de las mujeres con un 29.58% (poseen tarjeta de crédito); y viceversa así tenemos que un 25.88% de hombres (no poseen tarjeta de crédito) y un 74.12% (no poseen tarjeta de crédito); esto sucede como anteriormente se mencionó ya que los hombres son el pilar fundamental económicamente hablando en el hogar, siendo la tarjeta de crédito dinero en efectivo, no sucede lo mismo con las mujeres ya que en gran parte se dedican al cuidado del hogar; aunque hoy en día esto ya no es así ya que tanto hombres como mujeres aportan al hogar, y la diferencia más bien está en que en gran

parte las mujeres gastan sus sueldos en vanidades; con lo cual se reduce su ingreso promedio; por lo que no le permite acceder a una tarjeta; en ese aspecto los hombres son más conservadores por los que los ingresos son mayores, calificando a sus tarjetas con un cupo considerablemente alto.

3.3.3 Individuos que no poseen una tarjeta de crédito

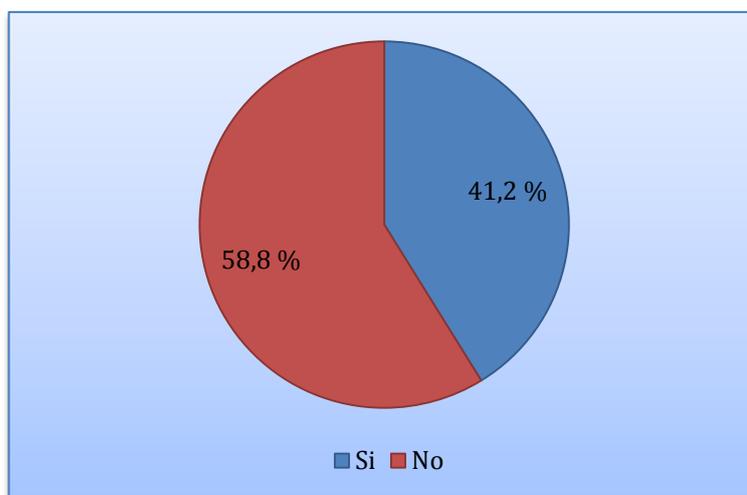
3.3.3.1 ¿Le interesaría adquirir una tarjeta de crédito?

Tabla 41. Adquirir una tarjeta

Adquirir tarjeta	Casos	%
No	100	58,8
Si	70	41,2
Total	170	100

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos
Elaboración: Los autores

Gráfica 30. Adquisición de tarjeta de crédito



Fuente: Encuesta a Consumidores
Elaboración: Los autores

Así como unas personas poseen tarjeta de crédito otras no las poseen y éstas en un 41.2% desean obtener una y un 58.8% no la desean. En las personas que desean adquirir una tarjeta de crédito influyen varios factores; el principal es el de obtener dinero plástico, el cual sustituye al dinero físico permitiéndole así hacer consumos y pagos de manera ágil; de igual forma para las personas que no desean una tarjeta el factor más importante es el miedo a sobre endeudarse. Si bien es cierto el que no se endeuda no tiene nada; pero las personas tienen

que aprender al buen manejo del dinero y más de una tarjeta de crédito ya que por no saber utilizar una tarjeta se pueden ocasionar deudas grandes que no se puedan cubrir.

3.3.3.2 En caso de ser positiva ¿Qué clase de tarjeta le gustaría adquirir?

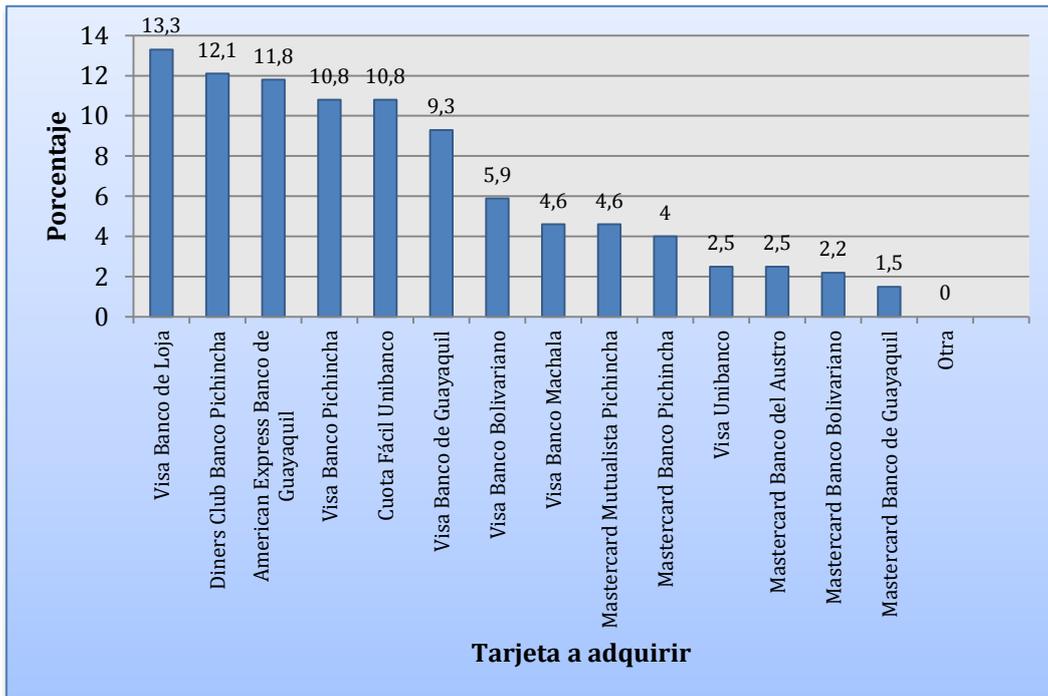
Tabla 42. Tarjeta a adquirir

Tarjeta que posee	Casos	%
No podría elegir	20	30,7
VISA Banco de Loja	13	17,3
AMERICAN EXPRESS Banco de Guayaquil	5	6,7
MASTERCARD Banco Bolivariano	3	6,7
VISA Unibanco	5	6,7
VISA Banco Bolivariano	4	5,3
DINERS CLUB Banco Pichincha	4	5,3
VISA Banco del Austro	3	4,0
MASTERCARD Banco del Austro	3	4,0
CUOTA FACIL Unibanco	3	4,0
MASTERCARD Mutualista Pichincha	2	2,7
MASTERCARD Banco Pichincha	2	2,7
VISA Banco de Guayaquil	1	1,3
VISA Banco Pichincha	1	1,3
VISA Banco Machala	1	1,3
MASTERCARD Banco de Guayaquil	0	0,0
Total	70	100

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 31. Tarjeta a Adquirir



Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Los autores

De las personas que si desean obtener una tarjeta, la de su preferencia es VISA Banco de Loja, por su cobertura y costos, el resto de tarjetas poseen aceptación pero la más relevante es la mencionada anteriormente, un factor importante que influye al elegir una tarjeta es la familia ya que si algún miembro posee una tarjeta de una institución en específica y tiene buenas referencias de la misma, éste la recomienda a sus familiares, amigos y a su vez estos para comprobar sus beneficios acuden a adquirir una similar. Así mismo un 30.7% no podrían elegir una ya que no conocen los beneficios, promociones, etc. que ofrecen cada una de las tarjetas de las distintas entidades que las emiten; esto se debe al poco interés por obtener una, miedo de pensar de no calificar para una tarjeta de crédito; o por dudas de endeudarse demasiado y no poder cubrir con sus gastos y entrar en problemas legales.

3.3.3.3 En caso de ser negativa ¿Por qué no le interesa adquirir una tarjeta de crédito?

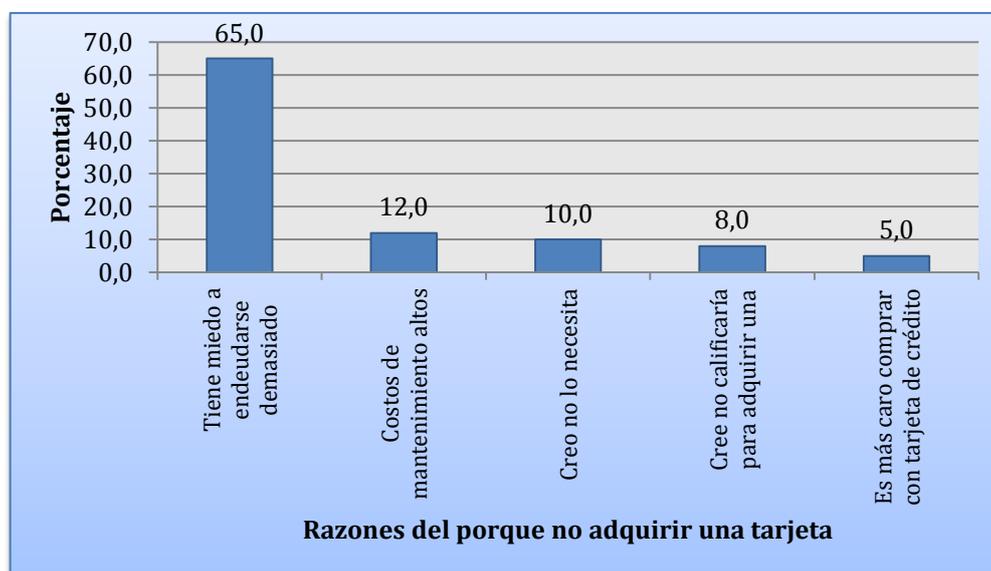
Tabla 43. Razones del por qué no adquirir una tarjeta

Razones	Casos	%
Tiene miedo a endeudarse demasiado	65	65.0
Costos de mantenimiento altos	12	12.0
Creo no lo necesita	10	10.0
Cree no calificaría para adquirir una	8	8.0
Es más caro comprar con tarjeta de crédito	5	5.0
Total	100	100

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 32. Razones para no adquirir una tarjeta



Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Los autores

De las personas que no desean obtener una tarjeta un 65% teme a sobre endeudarse y después no poder cumplir con sus obligaciones financieras, todo esto por no conocer como es el uso y funcionamiento de una tarjeta, un 12% opina que los costos de mantenimiento de las tarjetas son altos, esto se debe a que cada retiro de cajero, perdida de tarjeta o cambio de misma implica costos; el 5% considera que es más caro comprar con tarjeta,; es decir que cancelan más interés de lo que pagan o consumen. Por su parte un 10% considera que no necesita una tarjeta por la actividad a la que se dedica, ya que de las personas encuestadas varias se dedican a la venta informal de productos; por lo que necesitan dinero en efectivo no en tarjeta, el 8% creen que no calificarían para una por los ingresos que poseen, por no cumplir con los requisitos de la entidad financiera.

3.3.4 Individuos que poseen una tarjeta de crédito

3.3.4.1 Tiempo de uso de la tarjeta

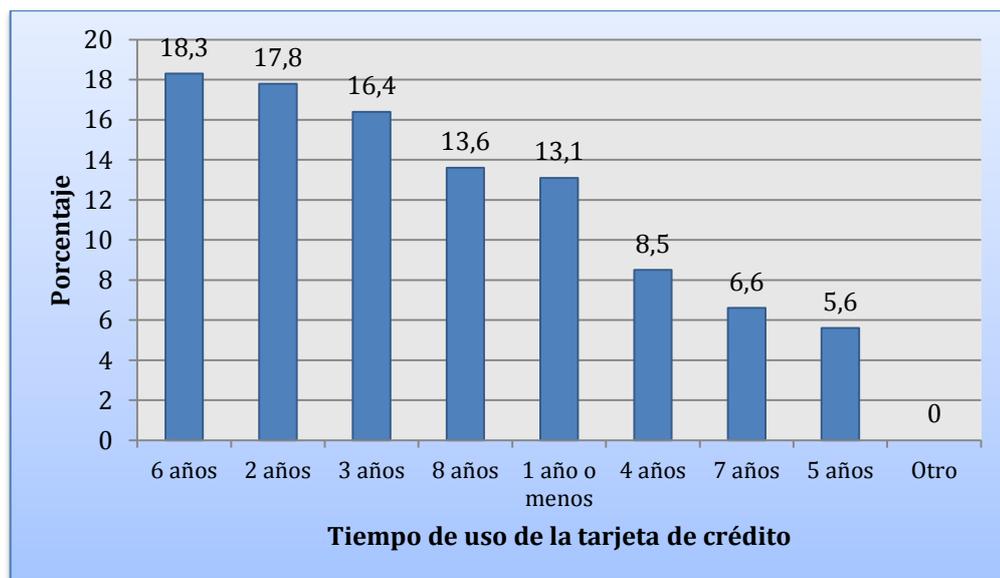
Tabla 44. Tiempo de uso

¿Tiempo de uso de la tarjeta de crédito?	Casos	%
6 años	39	18,3
2 años	38	17,8
3 años	35	16,4
8 años	29	13,6
1 año o menos	28	13,1
4 años	18	8,5
7 años	14	6,6
5 años	12	5,6
Otro	0	0,0
Total	213	100

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 33. Tiempo de uso



Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Los autores

En cuanto al tiempo que posee la tarjeta de crédito el tarjeta habiente, manifiesta que poseen la tarjeta 8 años (13.6%), 7 años (6.6%), 6 años (18.3%). Estos tiempos de posesión y uso de la tarjeta se debe a que son personas que laboran ya sea en entidades públicas o privadas dependiendo de su cargo.

Por su parte el uso de tarjeta 5 años (5.6%), 4 años (8.5%), 3 años (16.4%), se debe a estabilidad laboral, beneficios, cobertura de que posee la tarjeta al usarla, facilidad al

obtenerla, en cuanto al uso de 2 años (17.8) y un año y menos (13.1) se debe a que son tarjeta habientes que llevan poco tiempo bancarizados y por ende en el mundo financiero.

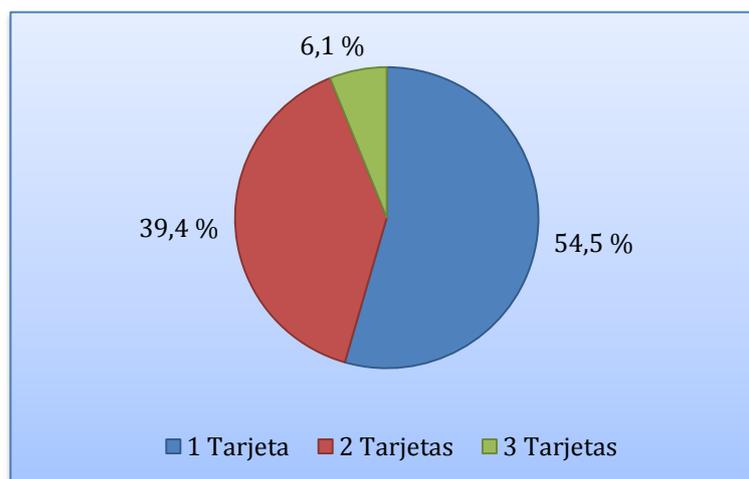
3.3.4.2 Número de tarjetas que posee

Tabla 45. N° de tarjetas

N° de tarjetas que posee	Casos	%
1 Tarjeta	116,0	54,5
2 Tarjetas	84,0	39,4
3 Tarjetas	13,0	6,1
Total	213,0	100

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos
Elaboración: Los autores

Gráfica 34. Número de tarjetas que posee



Fuente: Encuesta a Consumidores
Elaboración: Los autores

La mayoría de personas que poseen tarjetas de crédito poseen una (54.5%) ya que pueden ser tarjeta habientes que recientemente empiezan a tener una situación laboral razón por la que solamente alcanzan a cubrir costos, gastos, etc. Y si adquieren otra tarjeta pueden sobre endeudarse, un 39.4% poseen dos, estas personas poseen mayor estabilidad laboral y personal, siendo personas más responsables en sus gastos por lo que distribuyen de una mejor manera sus ingresos para poder cubrir con los costos que estas tarjetas generan y en un mínimo porcentaje de 6.1% poseen 3; esto se debe a la capacidad de pago que posean los tarjetahabientes y a las necesidades que éstos posean, ya que pueden ser tarjetas personales o corporativas que están a nombre de un titular.

3.3.4.3 La tarjeta que posee es ¿titular o adicional?

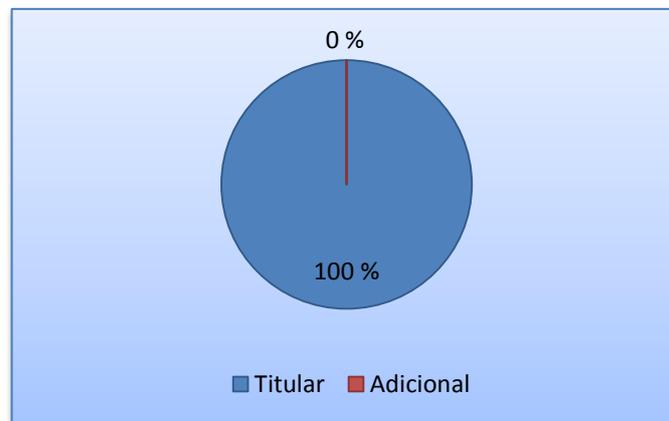
Tabla 46. Titularidad de la tarjeta

La tarjeta que posee es ¿titular o adicional?	Casos	%
Titular	213,0	100,0
Adicional	0,0	0,0
Total	213,0	100

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 35. Titularidad



Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Los autores

Todos los tarjetas habientes (100%) poseen tarjetas titulares, de uso personal; es decir no poseen tarjetas adicionales. Al adquirir una tarjeta se debe tomar en cuenta que al utilizarla en exceso ello causa serios problemas de endeudamiento razón por la cual el 100% de las personas encuestadas no poseen tarjetas adicionales para dárselas a sus hijos mayores a 15 años; ya que a esta edad no tienen un grado de responsabilidad el cual les impida gastar en exceso y al no tener ingresos les obliga a sus padres a asumir la deuda ya que son menores de edad.

3.3.4.4 Tarjeta que posee

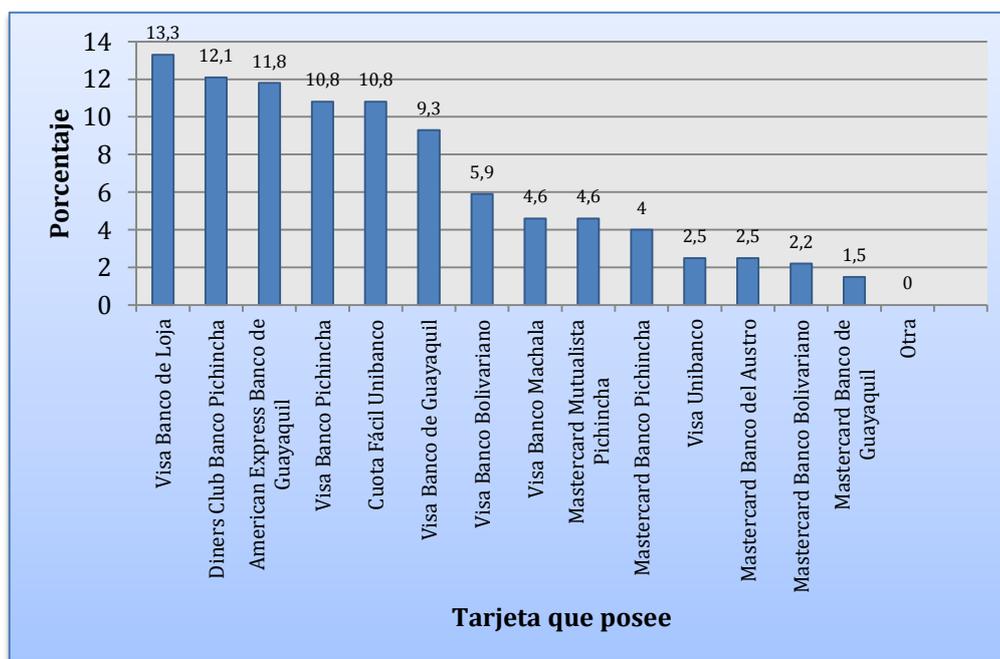
Tabla 47. Tarjeta que posee – Banco

Tarjeta que posee	Casos	%
VISA Banco de Loja	43	13,3
DINERS CLUB Banco Pichincha	39	12,1
AMERICAN EXPRESS Banco de Guayaquil	38	11,8
VISA Banco Pichincha	35	10,8
CUOTA FACIL Unibanco	35	10,8
VISA Banco de Guayaquil	30	9,3
VISA Banco Bolivariano	19	5,9
VISA Banco Machala	15	4,6
MASTERCARD Mutualista Pichincha	15	4,6
MASTERCARD Banco Pichincha	13	4,0
VISA Unibanco	8	2,5
MASTERCARD Banco del Austro	8	2,5
MASTERCARD Banco Bolivariano	7	2,2
MASTERCARD Banco de Guayaquil	5	1,5
Otra	0	0,0
Total	323	100

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 36. Tarjeta que posee – Banco



Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Los autores

Al establecer una comparación entre la aceptación de las tarjetas de crédito ofrecidas por las distintas entidades financieras de la ciudad; el 13.3% prefieren VISA Banco de Loja; debido a sus costos en transacciones internacionales, por su parte la tarjeta AMERICAN EXPRESS de Banco de Guayaquil tiene un nivel de aceptación de 11.8% debido a que con su uso se pueden acumular puntos para viajes internacionales, un 10.8% prefieren CUOTA FACIL de Unibanco debido fundamentalmente a que tiene menores niveles de exigibilidad de ingreso mínimo, y por tanto se vuelve más fácil de obtener sobre todo por las personas de ingresos bajos. (Ver tabla N° 47)

Cada una de las tarjetas tienen su nivel de aceptación ya sea por costos, promociones, cobertura, facilidad al adquirirla, lo único es que hay que saber utilizarlas de tal forma de no entrar en un sobreendeudamiento.

3.3.4.5 Cupo de tarjeta de crédito

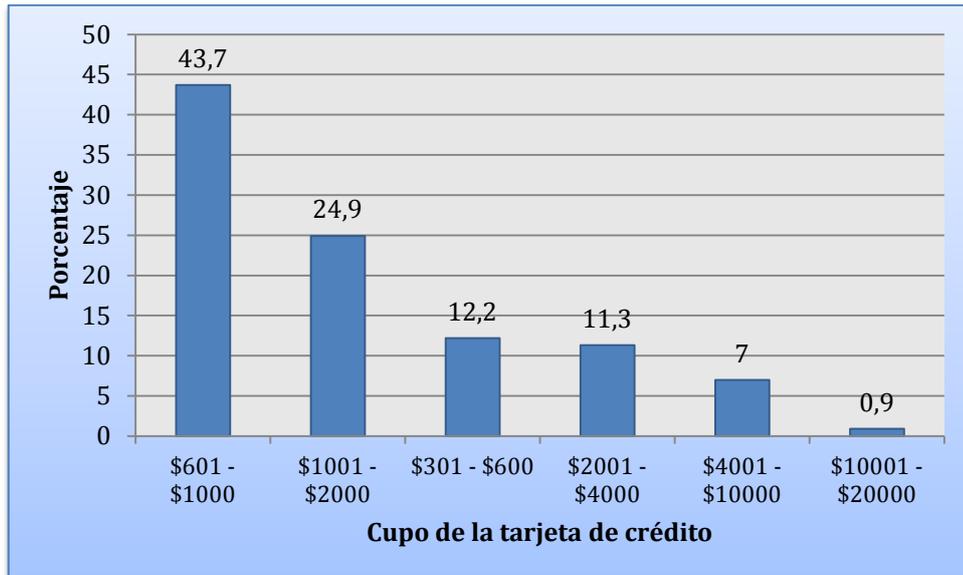
Tabla 48. Cupo tarjeta de crédito

Cupo	Casos	%
\$601 - \$1000	93	43,7
\$1001 - \$2000	53	24,9
\$301 - \$600	26	12,2
\$2001 - \$4000	24	11,3
\$4001 - \$10000	15	7,0
\$10001 - \$20000	2	0,9
\$100 - \$300	0	0,0
\$20001 - \$50000	0	0,0
\$50001 en adelante	0	0,0
Total	213	100

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 37. Cupo tarjeta de crédito



Fuente: Encuesta a Consumidores
Elaboración: Los autores

El cupo de las tarjetas de crédito depende en gran parte de los ingresos promedios, movilidad de cuenta y estabilidad laboral que posea el tarjetahabiente, es así que un 43.7% tiene sus tarjetas con un cupo que está dentro del rango de \$601 a \$1.000; y en un mínimo porcentaje de 7% poseen un cupo de \$4.001 a \$10.000, esto puede estar justificado por empresarios que en sus viajes internacionales necesitan de este cupo; así mismo el tarjeta habiente puede solicitar la ampliación de cupo siempre y cuando cumpla con los requisitos que cada entidad financiera requiera para dicha operación.

3.3.4.6 Razón por la que eligió la tarjeta de crédito

Tabla 49. Razón por la que eligió la tarjeta

Razón por la que eligió tarjeta	Casos	%
Beneficios	55	25,8
Costos	43	20,2
Fiabilidad	42	19,7
Otro (llamaron a ofrecerla)	32	15,0
Mejor servicio	17	8,0
Promociones	9	4,2
Descuentos	8	3,8
Bajo precio	7	3,3
Total	213	100

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos
Elaboración: Los autores

Gráfica 38. Razón por la que eligió la tarjeta



Fuente: Encuesta a Consumidores
Elaboración: Los autores

Para elegir una tarjeta de crédito se deben tomar en cuenta varios factores que para cada tarjetahabiente son diferentes; se tiene así que un 25.8% considera muy importante los beneficios que obtendrá al utilizar una tarjeta, como dinero disponible las 24 horas del día, bajo costo; el 19.7% elige una tarjeta dependiendo de su fiabilidad, es decir que tenga un buen funcionamiento, otro factor que influye es la facilidad en obtenerla, es así que en varias entidades financieras ofrecen vía telefónica este producto, o visitan directamente al potencial cliente; esto se debe a las Bases de Datos que cada entidad financiera poseen información de las personas que se encuentran bancarizadas y que cumplen con los requisitos necesarios para obtener una tarjeta.

Cada vez existe mayor demanda de las tarjetas de crédito ya que los emisores de las tarjetas de crédito promocionan nuevos productos y además los locales comerciales que aceptan este medio de pago también dan promociones y facilidades de financiamiento lo que hace más atractivo la adquisición de este producto.

3.3.4.7 Pagos mensuales con tarjeta de crédito

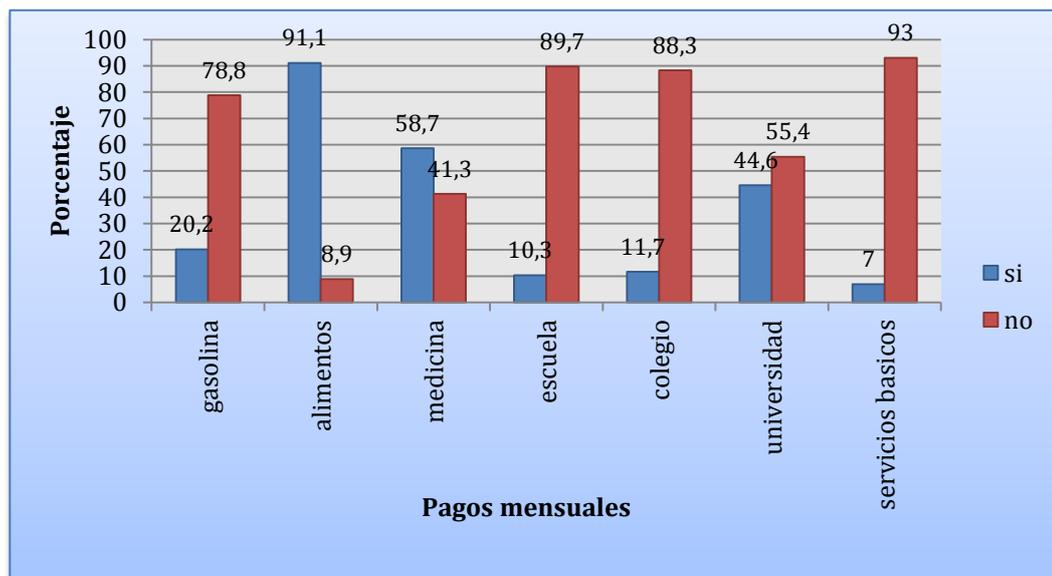
Tabla 50. Pagos mensuales con tarjeta

Pagos mensuales		Casos	%
Alimentos	Si	194	91,1
	No	19	8,9
Total		213	100,0
Medicina	Si	125	58,7
	No	88	41,3
Total		213	100,0
Universidad	Si	95	44,6
	No	118	55,4
Total		213	100,0
Gasolina	Si	43	20,2
	No	170	79,8
Total		213	100,0
Colegio	Si	25	11,7
	No	188	88,3
Total		213	100,0
Escuela	Si	22	10,3
	No	191	89,7
Total		213	100,0
Servicios Básicos	Si	15	7,0
	No	198	93,0
Total		213	100,0

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 39. Pagos mensuales con tarjeta



Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Los autores

Una tarjeta de crédito es un medio de pago, sustituto del circulante, de los cheques y tarjetas de debito, y si los costos asociados a la adquisición de tarjetas subieran significativamente los consumidores estarían más dispuestos a utilizar medios de pago alternativos, sacrificando en ese caso la comodidad de tener un medio de pago aceptado que le evite portar efectivo, por lo cual los tarjeta habientes realizan pagos grandes con tarjetas ya que si realizan pagos pequeños el interés que generaría sería más alto que el pago a realizar, teniendo así que pagos de gasolina solo un 43% las realiza con tarjeta, Alimentos el 91.1%, Educación tanto en colegios 22%, escuelas 25% y universidades 44.6%, son los pagos que con mayor frecuencia se hacen con tarjetas ya que Medicinas y servicios básicos con montos pequeños que si se los paga con tarjeta en muchos casos resulta más costoso.

3.3.4.8 Montos de pagos mensuales con tarjeta de crédito

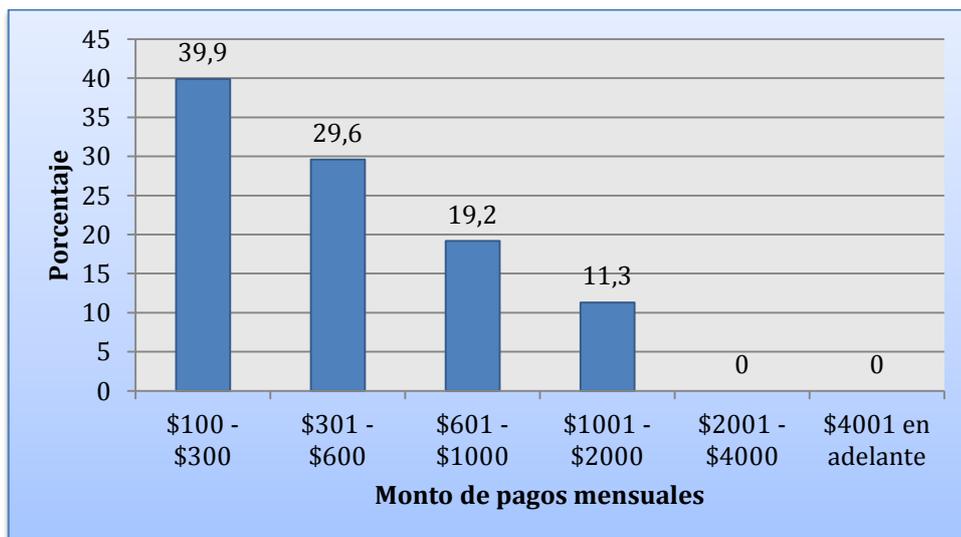
Tabla 51. Montos de pagos mensuales con tarjeta

Monto pagos mensuales	Casos	%
\$100 - \$300	85	39,9
\$301 - \$600	63	29,6
\$601 - \$1000	41	19,2
\$1001 - \$2000	24	11,3
\$2001 - \$4000	0	0,0
\$4001 en adelante	0	0,0
Total	213	100

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 40. Pagos mensuales con tarjeta



Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Los autores

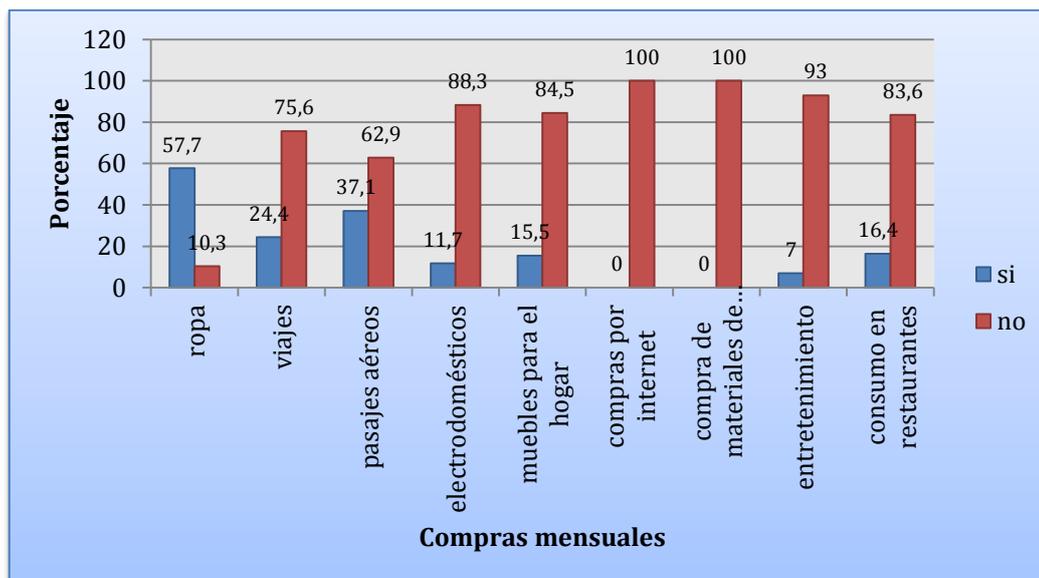
Ahora bien en cuanto a pagos mensuales con tarjeta de crédito tienen mucho que ver los ingresos promedio que posea el tarjeta habiente, es así que si recibe un sueldo mínimo pero su pago sobrepasa su deuda deberá pedir un crédito para cubrir el pago; razón por la cual en el nivel donde se encuentra el sueldo básico que actualmente es de \$ 292.87 corresponden al 39.9% debido a que usualmente les toca pedir un préstamo para cubrir pagos; es decir pagan con tarjeta de crédito y no con efectivo ya que pueden diferirlo a varios meses así también para el rango de \$ 301 a \$ 600 también se realizan pagos con tarjeta pero en menor proporción ya que estas personas deben contar con un sueldo mayor al básico por lo tanto no realizan pagos con tarjeta de crédito, y en pagos de \$601 a \$2000, hay un menor porcentaje ya que prefieren pagar en efectivo que con tarjeta ya que el interés generado por el pago puede ser mayor a lo esperado.

3.3.4.9 Compras con tarjeta de crédito

Tabla 52. Compras mensuales

Pagos mensuales		Casos	%
Ropa	Si	123	57,7
	No	90	10,3
Total		213	100
Pasajes aéreos	Si	79	37,1
	No	134	62,9
Total		213	100
Viajes	Si	52	24,4
	No	161	75,6
Total		213	100
Consumo en restaurantes	Si	35	16,4
	No	178	83,6
Total		213	100
Muebles para el hogar	Si	33	15,5
	No	180	84,5
Total		213	100
Electrodomésticos	Si	25	11,7
	No	188	88,3
Total		213	100
Entretenimiento	Si	15	7,0
	No	198	93
Total		213	100
Compras por internet	Si	0	0,0
	No	213	100,0
Total		213	100
Compra de materiales de construcción	Si	0	0,0
	No	213	100,0
Total		213	100

Gráfica 41. Compras mensuales



Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Los autores

Como se observó en la Tabla N° 51 los pagos mensuales, ahora en la Tabla N° 52 se encuentran las compras que se pueden realizar con una tarjeta de crédito; así tenemos que un 57.7% compra con tarjeta la vestimenta; seguido por un 37.1% compran pasajes aéreos, en construcción 100%, entretenimiento 93%, compras por internet 100%; no realizan compras con tarjeta de crédito; esto se debe a que son montos pequeños que se los puede cancelar en efectivo sin necesidad de diferirlos. El uso de la tarjeta de crédito depende de las necesidades que tenga el tarjetahabiente.

3.3.4.10 Uso de tarjeta de crédito en el exterior

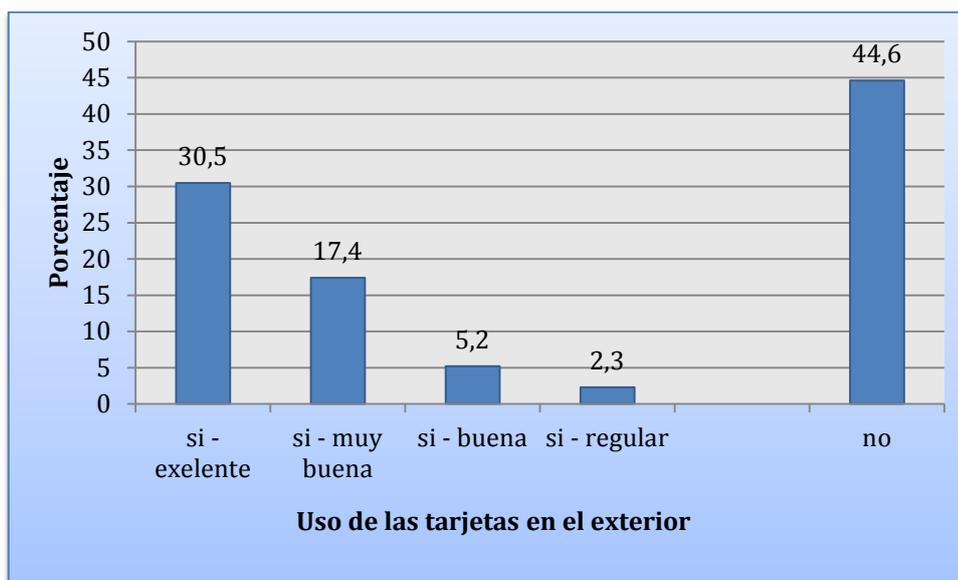
Tabla 53. Tarjetas en el exterior

Uso de Tarjetas en el exterior		Casos	%
Si	Excelente	65	30,5
	Muy Buena	37	17,4
	Buena	11	5,2
	Regular	5	2,3
No		95	44,6
Total		213	100

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 42. Tarjetas en el exterior



Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Los autores

En varias ocasiones los tarjetahabientes tienen la oportunidad de viajar al exterior ya sea por negocios, estudios, etc., y una de las formas de no llevar dinero en efectivo y correr el riesgo de ser asaltados es la tarjeta de crédito, por tanto un 30.5% al usar la tarjeta en el exterior han calificado dicha experiencia como excelente, el 17.4% como muy buena y un 44.6% no han utilizado la tarjeta en el exterior.

3.3.4.11 Costos de mantenimiento y renovación de las tarjetas de crédito

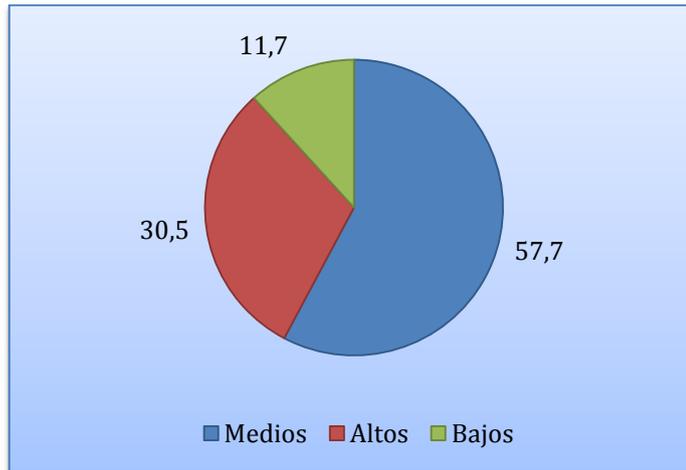
Tabla 54. Costos de las tarjetas de crédito

Costos financieros	Casos	%
Medios	123	57,7
Altos	65	30,5
Bajos	25	11,7
Total	213	100

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 43. Costos de las tarjetas de crédito



Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Los autores

Una tarjeta de crédito necesita renovación y mantenimiento razón por la cual se debe pagar una cierta cantidad de dinero por lo que los tarjetahabientes lo califican como bajos en un 11.7%; medios en un 57.7% y en un 30.5% los consideran altos; esto es según la perspectiva que posea cada cliente en relación con la institución financiera de la que fue emitida la tarjeta de crédito.

3.3.4.12 Cambio de tarjeta actual

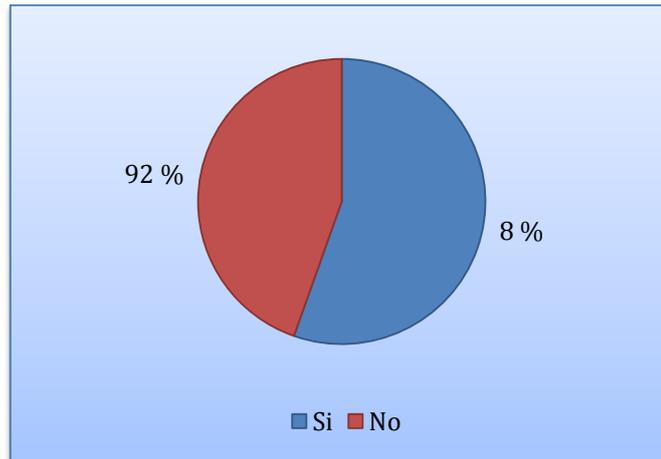
Tabla 55. Cambio de tarjeta

Cambiar tarjeta	Casos	%
No	196	92,0
Si	17	8,0
Total	213	100

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 44. Cambio de tarjeta



Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Los autores

Muchos tarjetahabientes desean cambiar la tarjeta por otra ya sea por beneficios, costos, cobertura así tenemos que un 8% la cambiaría pero un 92% no lo haría ya que se encuentran conformes con la que poseen; estas decisiones están sujetas al cuidado de las entidades financieras con los consumidores ya que de ellos depende el negocios; así que estas deben estar constantemente innovando, es decir dándole un valor agregado que diferencia la tarjeta de la competencia y esto siempre en base a las necesidades de los tarjeta habiente; pero en su gran mayoría se nota que están conformes con la tarjeta que poseen, solamente un mínimo porcentaje quisiera cambiarla como es el caso de CuotaFácil por VISA ya que la primera solo tiene cobertura nacional y es muy cara en sus costos de mantenimiento.

3.3.5 Individuos que han realizado avances en efectivo

3.3.5.1 Avances en efectivo con tarjeta de crédito

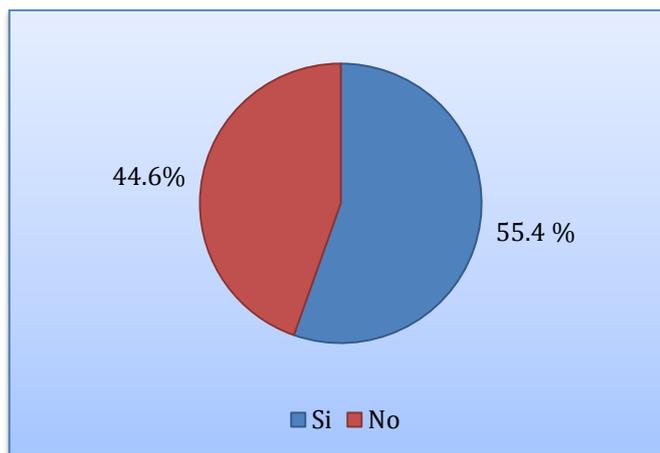
Tabla 56. Realización de avances en efectivo

Avances en efectivo	Casos	%
Si	118	55,4
No	95	44,6
Total	213	100

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 45. Realización de avances en efectivo



Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Los autores

Una de las formas de adquirir dinero sin necesidad de hacer las interminables filas en las entidades financieras es realizar avances en efectivo con la tarjeta de crédito ya que esta posee un porcentaje para ocupar en compras y otro para realizar avances, así tenemos que un 55.4% si han realizado un avance y un 44.6% no lo han hecho.

3.3.5.2 Individuos que si han realizado avances en efectivo ¿en que ha utilizado el dinero?

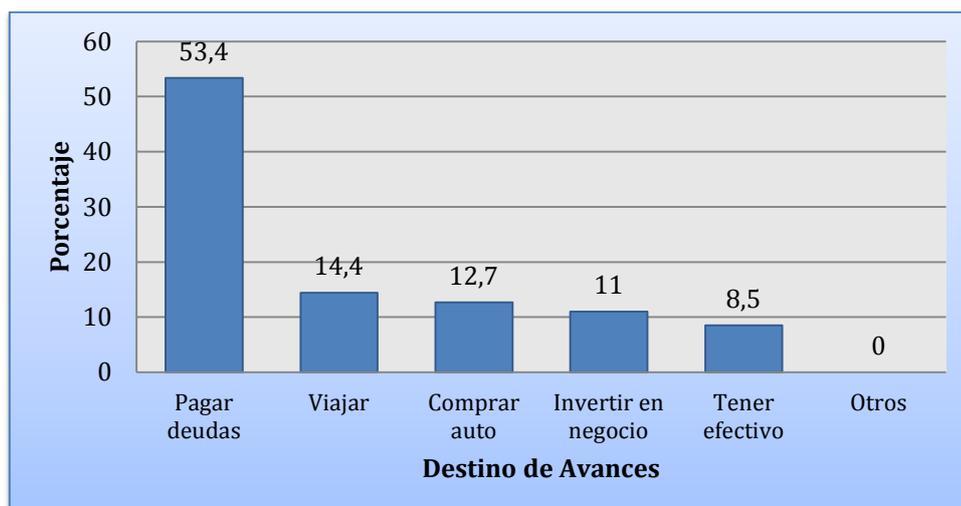
Tabla 57. Destino de los avances

Destino de los avances	Casos	%
Pagar deudas	63	53,4
Viajar	17	14,4
Comprar auto	15	12,7
Invertir en negocio	13	11,0
Tener efectivo	10	8,5
Otros		0,0
Total	118	100

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Gráfica 46. Destino de los avances



Fuente: Encuesta a Consumidores
Elaboración: Los autores

El destino de los avances en su gran mayoría (53.4%) es para pagar deudas y esto es algo contradictorio ya que se endeuda para pagar otra deuda, causando así un sobreendeudamiento; pero también puede ser causa de un retraso en pago de su nómina de la empresa en que trabaja el tarjeta habiente, pago de enfermedades, como pueden ser consultas o cirugías urgentes; un 8.5% lo hacen para tener efectivo y no caminar solamente con dinero artificial ya que en algunos centros comerciales solo reciben pagos o compras en efectivo y no en tarjeta; 14.4 % lo utilizan para viajar y 12.7 % para comprar autos; estos dos últimos son vanidades que no se los utiliza frecuentemente salvo el caso de urgencia; y un 11% lo utiliza para invertir en negocio ya que por lo general se utilizan los créditos grandes para invertir o reinvertir en algún negocio que posea el tarjetahabiente.

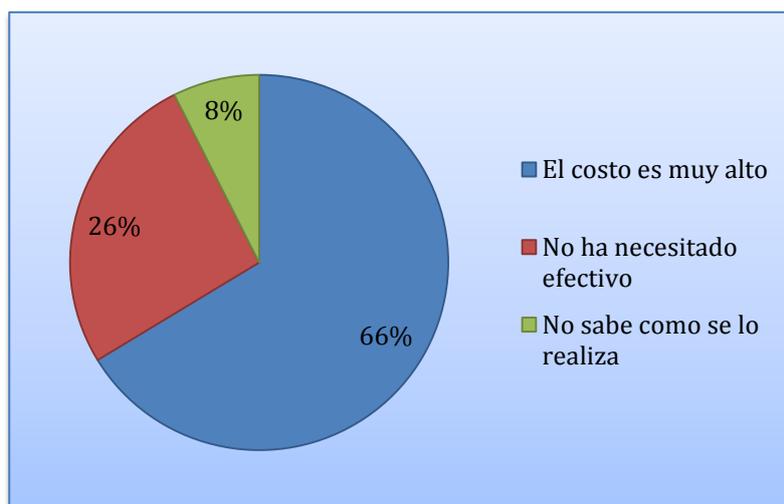
3.3.5.3 Individuos que no han realizado avances en efectivo ¿Cuál es la razón?

Tabla 58. No ha realizado avances en efectivo

No ha realizado avances	Casos	%
El costo es muy alto	63	66,3
No ha necesitado efectivo	25	26,3
No sabe como se lo realiza	7	7,4
Total	95	100

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos
Elaboración: Los autores

Gráfica 47. No ha realizado avances en efectivo



Fuente: Encuesta a Consumidores

Elaboración: Los autores

Así como algunos tarjetahabientes realizan avances en efectivo otros no lo hacen debido a varias situaciones como: no saben cómo se lo realiza 7.4%; los costos son altos 66.3%; y en algunos casos no ha necesitado efectivo 26.3%. Algunas de las personas que no han realizado avances por alguna emergencia; tarde o temprano les tocará realizarla ya que en muchos casos la tarjeta de crédito es útil, sacando de grandes aprietos de dinero al tarjeta habiente.

Tabla 59. Tabla cruzada cupo de la tarjeta/nivel de estudio

Cupo	%	Nivel de estudio	%
\$601 - \$1000	43,7	Profesional	55.68
\$1001 - \$2000	24,9		
\$301 - \$600	12,2	Estudiante Universitario	34.52
\$2001 - \$4000	11,3		
\$4001 - \$10000	7,0	Estudiante de 4to nivel	9.80
Total	100		100%

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

Tabla 60. Tabla cruzada cupo de la tarjeta/situación laboral

Cupo	%	Situación Laboral	%
\$601 - \$1000	43,7	Empleado Privado	46.95
\$1001 - \$2000	24,9	Empleado Público	39.73
\$301 - \$600	12,2	Otro (vendedor informal)	13.32
\$2001 - \$4000	11,3		
\$4001 - \$10000	7,0		
Total	100		100%

Fuente: Encuesta a Consumidores - SPSS Editor de Datos

Elaboración: Los autores

En la tabla 59 y 60 se ha realizado una comparación del cupo de la tarjeta con el nivel de estudio y situación laboral lo cual nos indica que un cupo de \$301 a \$600 en tarjetas de crédito lo tienen estudiantes universitarios que se encuentran laborando con un sueldo básico y vendedores informales que sus ingresos mensuales son menores a \$600, por su parte un cupo de \$601 a \$1000 lo tienen profesionales que trabajan en el sector privado, estos poseen un mayor sueldo dependiendo del título y cargo que ocupen en la empresa que laboran.

Un cupo en tarjeta de crédito de \$1000 a \$ 2000 lo tienen las personas que trabajan en empresas públicas, ya que los sueldos del Estado son superiores a los de empresas privadas.

4 CONCLUSIONES

A partir de los diferentes análisis que se detallaron anteriormente, se ha llegado a las siguientes conclusiones del estudio de mercado, las cuales servirán de base para ofrecer diversas recomendaciones tanto para los consumidores del sector como para los diversos locales comerciales e instituciones financieras de la ciudad. Así tenemos los siguientes puntos:

- 1) La tarjeta de crédito es un instrumento que permite utilizar el crédito concedido por la entidad bancaria para la compra de bienes y de servicios. Se trata de una tarjeta plástica grabada con los datos del titular de crédito, generalmente con una cinta magnética incorporada, y donde se registra la firma del titular que servirá para el control adecuado por parte de la empresa afiliada. Las tarjetas de crédito son uno de los instrumentos más eficientes para la agilización de la dinámica comercial; ya que se han constituido en un elemento casi indispensable para el manejo de todo tipo de operaciones comerciales y pasando a ser de este modo, ya no sólo un símbolo de status social o económico, sino un eficaz acompañante y sustituto del tradicional cheque o dinero en efectivo.
- 2) El objetivo del trabajo investigativo es *revelar datos sobre la aceptación y el consumo de las tarjetas de crédito como instrumento de pago en los locales comerciales tanto de productos como de servicios, en la ciudad de Loja*, éste estudio incluye:
 - a. Conocer los modos de uso de la tarjeta de crédito.
 - b. Conocer las necesidades de los clientes al momento de realizar la compra bajo este instrumento de pago.
 - c. Investigar el mercado comercial en la ciudad de Loja determinando las características en cuanto a productos y servicios que son ofertados.
 - d. Conocer la evolución de la tarjeta de crédito hasta la actualidad e investigar hace que tiempo se viene empleando este instrumento de pago en el comercio.
 - e. Describir el comportamiento de pago de los tarjetahabientes.
 - f. Determinar el grado de aceptabilidad de las tarjetas de crédito en los locales comerciales quienes brindan este mecanismo de pago y en qué productos o servicios se puede utilizar la tarjeta de crédito.
 - g. Determinar si las tarjetas de crédito están contribuyendo en el crecimiento económico de la ciudad de Loja.

A las *instituciones financieras*, la presente tesis será útil como base de información, para poder determinar tendencias y parámetros de comportamiento de los clientes o potenciales clientes de las entidades financieras de manera oportuna. Por otro lado, el análisis de los resultados de las encuestas permitirán a las distintas entidades desarrollar y/o modificar estrategias comerciales teniendo en cuenta dicha información. Con ésta fuente de información, las instituciones podrían determinar las perspectivas de evolución de la oferta y de la demanda, y por ende reducir notablemente el alto grado de incertidumbre que conlleva la toma de decisiones.

Para los *usuarios* de las tarjetas de crédito, a través de ésta tesis se indican los beneficios que ésta ofrece tales como: comodidad de adquirir bienes y servicios sin necesidad de llevar dinero en efectivo, seguridad frente a posibles sustracciones, comodidad de poder acumular el pago de varios consumos en un sólo momento, posibilidad de crédito, y prestigio pues representa un indicador de solvencia económica.

Para el *establecimiento afiliado*, al igual que a los usuarios a través de la tesis; se muestran los beneficios del empleo de la tarjeta de crédito; tales como: ampliación de clientela, mayor volumen de ventas, comodidad al evitar el manejo de dinero en efectivo, seguridad en cuanto al cobro de las facturas, prestigio comercial al ser incluido entre las empresas afiliadas al sistema.

- 3) Las principales actividades económicas desarrolladoras de ingresos en los establecimientos comerciales en la ciudad de Loja son las siguientes; en orden de mayor a menor se clasifican de la siguiente manera: 8,3% corresponde a la venta de ropa y accesorios, el 7,8% corresponde a la venta de calzado en general sea éste calzado deportivo o casual, el 6,2% corresponde a la venta de alimentos preparados en restaurantes, ésta clase comprende la elaboración de comidas y platos listos para consumir es decir, preparados, condimentados y cocidos; así mismo, en idéntico porcentaje, está la prestación de servicios profesionales tales como jurídicos, médicos, odontológicos, de mantenimiento de maquinaria, etc., y el 4,6% del total de la población encuestada corresponde a los servicios de entretenimiento, en el cual se incluyen actividades como: bares, cine & canchas sintéticas. Sin duda alguna, los resultados de la aplicación de la encuesta indican que la economía de la ciudad de Loja se basa fundamentalmente en el comercio y en la prestación de servicios y en pequeña escala el sector industrial, destacándose esta última en embutidos, artesanías, especerías, azucareras, etc.

- 4) Del total de la población encuestada, el 58,9% de los establecimientos comerciales corresponden al sector comercio, mientras que el 33,9% al sector servicios y tan solo el 7,3% al sector de la manufactura. En definitiva Loja, se ha caracterizado por ser netamente comercial, tras la firma de acuerdo de paz con el vecino país del Sur, el comercio se ha incrementado notablemente, especialmente en lo referente a bienes de consumo final, materiales de construcción y electrodomésticos.
- 5) Los locales comerciales aceptan la tarjeta de crédito para compras ya que brindan la opción de crédito a los clientes, sin la responsabilidad de administrarlos ni asumir el riesgo asociado, amplía su cartera de clientes al captar compradores nacionales y extranjeros, amplía la posibilidad de que los clientes realicen compras de mayor valor, garantiza el pago de las ventas evitando el riesgo de cheques robados o dinero falso, permite al usuario efectuar compras en cualquier momento, elimina el riesgo de compras con cuentas corrientes con saldo insuficiente y disminuye la posibilidad de robos en efectivo.
- 6) Con lo referente a la posibilidad de afiliación de los locales comerciales, el 51,1% de los establecimientos que no aceptan la tarjeta de crédito como instrumento de pago, si están dispuestos afiliar a su establecimiento para en lo posterior aceptar dicho medio de pago; pro el 48,9% de los establecimientos no les gustaría afiliar a su local comercial para poder aceptar las tarjetas de crédito, por la razón que a continuación se describe, por los porcentajes retenidos por los emisores de tarjetas crédito.
- 7) Los establecimiento comerciales de la ciudad de Loja, han decidido incorporar como opción de pago a la tarjeta de crédito en sus negocios en los últimos años, ya que éste se está convirtiendo en el método de pago más usual en la actualidad, gracias a que incluye seguros que la protege de usos fraudulentos, además porque es una forma de cargar dinero de manera más segura y personal, por otro lado se destaca la amplia aceptación en establecimientos de comercio, las tarjetas de crédito son más aceptadas que los cheques, aun cuando se está de viaje y también porque las tarjetas de crédito permiten hacer compras a través de Internet.
- 8) El 76,8% de los locales comerciales, aceptan todos los planes de pago lo cual incluye: crédito corriente, crédito diferido con interés y sin interés.

- 9) Con lo que respecta a las tarjetas de crédito más presentadas en los establecimientos comerciales, los resultados muestran los siguientes datos: el 16,56% de la muestra en estudio indica que VISA Banco de Guayaquil es la más presentada en los locales comerciales, seguido por la tarjeta DINERS CLUB y CUOTA FACIL con el 13,25%, respectivamente. Posterior a ello, le sigue VISA Banco de Pichincha con el 12,58% de los establecimientos. Es importante mencionar que VISA Banco de Guayaquil constantemente realiza acciones promocionales tanto para establecimientos como para los tarjetahabientes, recompensando con beneficios exclusivos a aquellos que aceptan y emplean correctamente la tarjeta VISA Banco de Guayaquil, y es por ello que se puede explicar su mayor uso en los establecimientos comerciales de la ciudad. Por otro lado la tarjeta CUOTA FACIL, es bien vista tanto por oferentes como por demandantes porque el propósito de ésta es ofrecer a los clientes una tarjeta de crédito para todas sus necesidades de consumo, además es un producto altamente especializado para el segmento para el que fue diseñado, nivel socioeconómico medio bajo. Con esta tarjeta, los clientes pueden acceder a realizar compras en cadenas y tiendas tradicionales, con plazos que se ajustan a sus posibilidades de pago, en pequeñas cuotas. CUOTA FACIL cuenta en la actualidad con más de 260,000 clientes constituyéndose así como la tarjeta con mayor cantidad de tarjetahabientes titulares de una institución financiera.
- 10) La utilización de las tarjetas de crédito o también llamado dinero plástico es cada día mayor en la utilización de las personas. En otros países tienen un uso muchísimo más amplio, pero en el nuestro se ve claramente el crecimiento, tanto en el número de tarjetahabientes como en el uso de establecimientos que tienen acceso. Antes era poco común el uso de dinero plástico, restaurantes y hoteles tenían acceso, pero hoy en día se está comprando con tarjetas de crédito en casi todas partes sobre todo en las grandes ciudades. El uso de la tarjeta de crédito tiene ventajas; el tarjetahabiente tiene mayor comodidad y mayor capacidad de compra ya que no necesita en ese momento el dinero en efectivo. Para el establecimiento o local que trabaja con tarjetas de crédito, tiene la ventaja de la seguridad del cobro de la venta que realiza y es evidente que el continuo ascenso de esta forma de pago y financiamiento ha venido siempre de la mano con el avance de la tecnología.
- 11) En esta investigación la tarjeta de mayor circulación que poseen los tarjetahabientes son: VISA Banco de Loja, porque ésta es flexible de acceder y por los beneficios que brinda a sus tarjetahabientes tales como: primer año de cortesía por la membrecía, Crédito

Corriente, Crédito Rotativo, Crédito Diferido con Intereses, Avances en cajero automático, Avances de efectivo en ventanilla, Facilidad de pagos, Pago con Débito Automático, Servicio de VISA PHONE, Seguro de vuelo, Seguro de automóviles rentados, Asistencia VISA Internacional, etc., además por la confianza ya que este es el Banco de los lojanos.

- 12) Un 55.4% de tarjetahabientes realizan avances en efectivo ya que es un crédito pre aprobado, sin tanto papeleo, más rápido y de fácil acceso que solicitar un crédito normal en una institución financiera.
- 13) Las necesidades de los tarjetahabientes al momento de realizar sus compras bajo este mecanismo es principalmente tener la factibilidad de poder diferir sus consumos con la tarjeta de crédito utilizada
- 14) Las tarjetas de crédito aportan de una manera muy significativa al desarrollo económico de la ciudad ya que es más sencillo y ágil realizar una compra mediante este medio de pago que al momento de dar un crédito directo.
- 15) En los presentes días, los tarjetahabientes pueden diferir los pagos de impuestos del SRI, matriculación vehicular e impuesto predial en todas las instituciones financieras privadas de nuestro país, sin recargos ni comisiones adicionales.
- 16) Las tarjetas de crédito actualmente dan al tarjetahabiente mayor poder adquisitivo, con un endeudamiento a largo plazo permitiéndole acceder a comprar cosas que no podía tales como productos de marca.

5 RECOMENDACIONES

Luego de analizar las diferentes variables y de mostrar los resultados con sus respectivas conclusiones, tal como se hizo en el apartado anterior, es necesario establecer una serie de recomendaciones, las cuales servirán a los diferentes consumidores así como a los establecimientos comerciales e instituciones financieras locales para poder potencializar sus respectivos negocios, es decir se ofrecerán recomendaciones, las cuales luego cada empresa las analizara y planteara el plan de negocios correspondiente según les convenga; cabe mencionar que las recomendaciones son una serie de oportunidades que se deben de aprovechar o bien para potenciar un producto poco desarrollado, captar mercado, mejorar su nivel de atención o para desarrollarse como empresa. Así dado esto las recomendaciones de este estudio serian:

Consumidores

- 1) Los usuarios de las tarjetas de crédito deben tomar conciencia de que si bien es cierto la tarjeta de crédito facilita la obtención de efectivo en ciertos momentos, dicho servicio hay que cancelarlo a tiempo por lo que se debe analizar la capacidad de pago antes de endeudarse excesivamente.
- 2) Procurar no utilizar demasiadas tarjetas de crédito, pues se podría perder el control de los gastos que se realiza con ellas y programar los pagos de la tarjeta entre los gastos mensuales, para evitar recargos y el sobreendeudamiento.
- 3) A la hora de solicitar una tarjeta, es preciso conocer el importe de la cuota anual e intereses, las condiciones de limitación de responsabilidad por el uso fraudulento, y la existencia y cobertura del seguro.
- 4) Compare para obtener las mejores condiciones en una tarjeta de crédito, si usted es de las personas que utilizan la tarjeta como medio de financiación, intente obtener una tarjeta de crédito con una tasa de interés baja. Intente conseguir una tarjeta sin cuota anual, o una tarjeta de puntos (con reembolso de dinero en efectivo o descuentos en las tiendas).
- 5) Los tarjetahabientes lo que primero deben conocer al momento de adquirir una tarjeta de crédito son los números de emergencia para reportar el extravío de un tarjeta, estos dependen de el tipo de tarjeta y de la entidad financiera.

Establecimientos Comerciales

- 1) Los locales comerciales deberían promover el uso de las tarjetas de crédito en sus locales mediante promociones; ya que al recibir este sistema de pago por parte del cliente la mayor ventaja es que dicha venta va diferida y al contado para el local comercial.
- 2) Adicionalmente, si tu negocio es pequeño puedes solicitar que en lugar de una terminal electrónica te proporcionen un sistema manual que te permita recibir las tarjetas y operar las autorizaciones vía telefónica. Esto es un poco más tardado para tu cliente pero te permite igualmente aceptar las tarjetas sin inconveniente y sin cobros adicionales.
- 3) Finalmente, un par de consejos importantes para evitar transacciones fraudulentas con tarjetas de crédito que también son mucho más comunes de lo que se pueda imaginar pero que con las medidas y precauciones mínimas se pueden evitar sin problema:
 - No acepte plásticos de tarjetas que no estén físicamente en perfectas condiciones o que inspiren alguna duda o desconfianza. Es mejor un cliente enojado que una pérdida por un engaño o fraude.
 - Siempre verificar que la firma coincida.
 - No acepte tarjetas de clientes sospechosos que no posean identificación o que denoten nerviosismo en la transacción.
 - Evite confusiones y no acepte vouchers que no hayan sido impresos dentro de su local u oficina.
 - Si nota alguna alteración en la banda magnética o de cualquier otra clase, deniegue la transacción argumentando "problemas con su línea telefónica" o con "el emisor suspendido" o cualquier otro argumento que evite poner en riesgo a su persona.
 - Entrene adecuadamente a su personal para que conozca todos los detalles importantes sobre la aceptación y denegación de plásticos y transacciones fraudulentas.
- 4) Como un comentario final, se debe considerar que desde luego, la implementación de esta clase de servicios conlleva un costo que se traduce en un porcentaje de comisión para el emisor de tarjetas que brinda la infraestructura y que es quién corre con el principal riesgo financiero. Esta comisión suele redondear entre el 3% y el 8% y usualmente es la razón por la que algunos pequeños empresarios rehúsan utilizar este servicio porque tienen la percepción de que su margen de utilidad se reduce al mínimo.

Sin embargo, lo conveniente es que se considere esta comisión dentro de los costos de tal manera que la fórmula al final sea: ganar un poco menos pero obtener ventaja en el

volumen de venta promovido por la aceptación de medios electrónicos en el negocio. Incluso se puede (opcionalmente) trasladar este costo al cliente bajo la premisa de la aceptación de sus tarjetas como medio de pago. Y en la mayoría de casos el cliente no tiene objeción porque gana el beneficio del crédito y las facilidades para pagar

- 5) Los locales comerciales al momento de una compra con tarjeta de crédito deberían pedir la cédula del tarjetahabiente para evitar fraudes.

Instituciones Financieras

- 1) Los emisores de las tarjetas de crédito deberían realizar una mayor difusión de las ventajas de las tarjetas de crédito mediante campañas para afiliar a nuevos usuarios a este producto, ya que es uno de los sistemas de pago más utilizados en la actualidad.
- 2) Para evitar tanta mora en el atraso de pago de cuotas de la tarjeta de crédito las instituciones financieras deberían anclar la cancelación de cuotas a una cuenta de ahorros ya que así se garantiza el pago, debitando de la misma.
- 3) Deberían mejorar su análisis del perfil de clientes para evitar que personas que no cuentan con los suficientes ingresos posean tarjetas de crédito, para evitar el sobreendeudamiento de las mismas.

Entidades Públicas

- 1) La banca pública deberían adoptar este método de pago para poder recaudar los impuestos ya que para algunas personas es más fácil diferir el pago de los impuestos que pagarlos en un solo depósito.

6 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

6.1 Libros

- Baca Urbina Raúl (2005): **FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS**. Quinta Edición.
- Miranda Miranda Juan José. 2005: **GESTION DE PROYECTOS, IDENTIFICACIÓN-FORMULACIÓN EVALUACION FINANCIERA-ECONOMICA-SOCIAL-AMBIENTAL**.
- Ramírez Solano Ernesto, **MONEDA, BANCA Y MERCADOS FINANCIEROS**. Primera edición, 2010.
- LEROY MILLER, Roger y PULSINELI, Robert, **MONEDA Y BANCA**, McGraw-Hill Hispanoamericana, Bogotá, 2000.
- MOCHON MORILLO, Francisco e ISIDRO APARICIO, Rafael, **DICCIONARIO DE TERMINOS FINANCIEROS Y DE INVERSION**, McGraw-Hill Interamericana de España, Segunda Edición, Madrid, 1998.
- RIO BARCENA, Julio, **LOS PRODUCTOS BANCARIOS I: Cuentas, Medios de Pago e Instrumentos de Ahorro**, Ediciones Pirámide, Madrid, 1997.
- RIO BARCENA, Julio, **LOS PRODUCTOS BANCARIOS II: Financiación y Negociación Bancaria**, Ediciones Pirámide, Madrid, 1997.
- VILLASEÑOR FUENTE, Emilio, **ELEMENTOS DE ADMINISTRACION DE CREDITO Y COBRANZA**, Editorial Trillas, Tercera Edición, México, 1989.
- **ENCICLOPEDIA PRACTICA DE LA BANCA**, Editorial Planeta, Barcelona, 1989.
- Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.
- CASILDA Bejar, Ramón, LAMOTHE FERNANDEZ, Prosper y MONJAS BARROSO, Manuel, **LA BANCA Y LOS MERCADOS FINANCIEROS**, Alianza Editorial, Madrid, 1997.
- ETTINGER, Richard y GOLIEB, David, **CREDITOS Y COBRANZAS**, Compañía Editorial Continental, Quinta Edición, México, 1992.
- FABOZZI, Frank, MODIGLIANI, Franco y FERRI, Michael, **MERCADOS E INSTITUCIONES FINANCIERAS**, Prentice Hall Hispanoamericana, México, 1996.
- GONZALEZ, Altina Sebastián y LOPEZ PASCUAL, Joaquín, **GESTION BANCARIA**.- Serie McGraw-Hill de Management, Segunda Edición, México, 2001.
- ROBBINS S., DECENZO D., **FUNDAMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN**, Tercera Edición, 2002.

- ROBBINS S., COULTER M., **ADMINISTRACIÓN**, Octava Edición, 2005.
- FISCHER Laura, ESPEJO Jorge, **MERCADOTECNICA**, Mc Graw Hill. Tercera Edición, México 2004.
- LIND Douglas MARCHAL William, MASON Robert, (2004); **ESTADÍSTICA PARA ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA**, 11va edición, Alfaomega Grupo Editor.

6.2 Documentos en línea

- **INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS**, “División Política – Administrativa, actualizada a 2010”, <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/> | fecha acceso=18 de diciembre de 2011.
- **GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE LOJA**, “Historia de Loja”, <http://www.loja.gob.ec/contenido/historia-de-loja> | fecha acceso=20 de diciembre de 2011.
- **WIKIPEDIA: LA ENCLOPEDIA LIBRE**, “Loja (Ecuador)”, http://es.wikipedia.org/wiki/Loja_%28Ecuador%29 | fecha acceso=20 de diciembre de 2011.
- **REDATAM**, “Sistema Integrado de Consultas – REDATAM (INEC)”, <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl> | fecha acceso=21 de diciembre de 2011.
- **ECUADOR EN CIFRAS**, “Base de Datos del Censo Económico 2010, Censo de Población y Vivienda 2010 & Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos”, <http://www.ecuadorencifras.com/cifras--inec/bancInf.html> | fecha acceso=21 de diciembre de 2011.
- **WIKIPEDIA: LA ENCLOPEDIA LIBRE**, “Población Migrante”, <http://es.wikipedia.org/wiki/Inmigraci%C3%B3n> | fecha acceso=22 de diciembre de 2011.
- **WIKIPEDIA: LA ENCLOPEDIA LIBRE**, “Educación en Ecuador”, http://es.wikipedia.org/wiki/Educaci%C3%B3n_en_Ecuador | fecha acceso=22 de diciembre de 2011.
- **MINISTERIO DE EDUCACIÓN DEL ECUADOR**, “Oferta Educativa en Ecuador”, <http://www.educarecuador.ec/> | fecha acceso=22 de diciembre de 2011.
- **SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS DEL ECUADOR**, “Emisores de Tarjetas de Crédito”, http://www.sbs.gob.ec/practg/p_index | fecha acceso=23 de diciembre de 2011.

- **LAS TARJETAS DE CRÉDITO**, “Diferencias entre Tarjeta de Crédito y Tarjeta de Débito”, http://www.las-tarjetas-credito.com/Tarjetas_de_credito_y_debito_Diferencias.html | fecha acceso=23 de diciembre de 2011.
- **YA-DINERO**, “Beneficios de las Tarjetas de Crédito”, <http://www.yadinero.es/tarjetas-credito-beneficios.php>. | fecha acceso=23 de diciembre de 2011.
- **EL COMERCIO**, “Tarjetas de Crédito”, http://www4.elcomercio.com/negocios/establecimientos-reglas-locales-tarjetas_0_540546138. | fecha acceso=10 de enero de 2012.
- **1000 IDEAS DE NEGOCIOS**, “Cómo aceptar Tarjetas de Crédito en tu empresa”, <http://www.1000ideasdenegocios.com/2010/10/como-aceptar-tarjetas-de-credito-en-tu.html> | fecha acceso=20 de febrero de 2012.
- **PACIFICARD**, “Contrato de Afiliación de Establecimientos”, <http://www.pacificard.com.ec/files/PDF/Establecimientos/Contrato%20de%20Afiliaci%C3%B3n.pdf> | fecha acceso=20 de febrero de 2012.

6.3 Contribuciones

- VÉLEZ NÚÑEZ Franz, Guía Didáctica: **ADMINISTRACIÓN DE CRÉDITO I**. Segunda Edición 2010. Editorial UTPL.
- CASTRO MERINO Hugo Fernando. Guía Didáctica: **OPERACIONES BANCARIAS**. Segunda Edición 2008. Editorial UTPL.
- CASTRO MERINO Hugo Fernando. Guía Didáctica: **BANCA**. Primera Edición 2007. Editorial UTPL.

7 ANEXOS

7.1 Anexo 1: Año de Constitución del Establecimiento ³⁶

AÑO DE CONSTITUCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO	Casos	%	Acumulado %
1541	1	0	0
1548	1	0	0
1580	1	0	0
1794	1	0	0
1820	1	0	0
1826	2	0	0
1830	3	0	0
1859	5	0	0
1862	1	0	0
1872	1	0	0
1877	1	0	0
1880	1	0	0
1889	2	0	0
1890	1	0	0
1892	2	0	0
1896	1	0	0
1897	2	0	0
1900	3	0	0
1901	1	0	0
1904	1	0	0
1905	1	0	0
1908	5	0	0
1915	1	0	0
1919	1	0	0
1920	1	0	0
1927	1	0	0
1930	5	0	0
1934	1	0	0
1935	3	0	0
1936	2	0	0
1937	1	0	0
1938	1	0	0
1939	1	0	0
1940	7	0	1
1941	2	0	1
1942	2	0	1
1943	3	0	1
1944	1	0	1
1945	1	0	1
1946	9	0	1

³⁶ La tabla muestra el año en el que las empresas o negocios se constituyeron como tal y el número de casos (establecimientos) para cada año.

1947	4	0	1
1948	1	0	1
1950	6	0	1
1952	2	0	1
1953	3	0	1
1954	2	0	1
1955	1	0	1
1956	4	0	1
1957	3	0	1
1958	6	0	1
1959	5	0	1
1960	25	0	1
1961	6	0	1
1962	7	0	1
1963	1	0	1
1964	4	0	1
1965	9	0	1
1966	12	0	2
1967	11	0	2
1968	7	0	2
1969	5	0	2
1970	45	0	2
1971	5	0	2
1972	14	0	2
1973	17	0	2
1974	10	0	2
1975	35	0	3
1976	8	0	3
1977	5	0	3
1978	26	0	3
1979	27	0	3
1980	165	1	5
1981	37	0	5
1982	31	0	5
1983	34	0	5
1984	35	0	6
1985	101	1	7
1986	38	0	7
1987	41	0	7
1988	51	0	8
1989	45	0	8
1990	306	3	11
1991	134	1	12
1992	180	1	13
1993	91	1	14
1994	98	1	15
1995	410	3	18
1996	147	1	19

1997	122	1	20
1998	283	2	23
1999	212	2	24
2000	722	6	30
2001	196	2	32
2002	470	4	36
2003	333	3	39
2004	407	3	42
2005	736	6	48
2006	754	6	54
2007	1035	9	63
2008	1184	10	73
2009	1289	11	83
2010	2035	17	100
Total	12119	100	100

Fuente: Censo Económico – INEC 2010

Elaboración: Los autores

7.2 Anexo 2: Sector Económico

SECTORES ECONOMICO	Casos	%	Acumulado %
Manufactura	1087	9	9
Comercio	6242	53	63
Servicios	4299	37	99
Otros (Agricultura, Minas, Organizaciones y Órganos Extraterritoriales)	66	1	100
Total	11694	100	100
NSA :	425		

Fuente: Censo Económico – INEC 2010

Elaboración: Los autores

7.3 Anexo 3: Fuentes de Financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	Casos	%	Acumulado %
Financiamiento con Institución Pública	191	8	8
Financiamiento con Institución Privada	1785	70	78
Financiamiento con el Gobierno	65	3	80
Financiamiento con Institución no Reguladas por el SBS	136	5	86
Otras Fuentes de Financiamiento con Garantía	159	6	92
Otras Fuentes de Financiamiento sin Garantía	208	8	100
Total	2544	100	100
NSA :	9575		

Fuente: Censo Económico – INEC 2010

Elaboración: Los autores

7.4 Anexo 4: Ingresos percibidos por Ventas o prestación de Servicios

ESTRATOS DE INGRESOS PERCIBIDOS POR VENTAS O PRESTACIÓN DE SERVICIOS	Casos	%	Acumulado %
Sistema	162	1	1
De \$1 a \$9999	5850	50	51
De \$10000 a \$29999	3153	27	78
De \$30000 a \$49999	994	9	87
De \$50000 a \$69999	375	3	90
De \$70000 a \$89999	237	2	92
De \$90000 a \$199999	457	4	96
De \$200000 a \$399999	181	2	98
Más de \$400000	285	2	100
Total	11694	100	100
NSA :	425		

Fuente: Censo Económico – INEC 2010

Elaboración: Los autores

7.5 Anexo 5: Encuesta a Establecimientos Comerciales

**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EN BANCA Y FINANZAS**

ENCUESTA PARA ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

Sr. Propietario del establecimiento, con la presente encuesta se pretende conocer el grado de aceptación de las tarjetas de crédito en la ciudad de Loja, es por ello que se le solicita de manera comedida contestar con sinceridad las siguientes preguntas:

DATOS DE IDENTIFICACIÓN:

A. Nombre del establecimiento: _____

B. Dedicado a la venta de: _____

C. ¿Cuántos años posee este negocio? _____

D. Sector económico a la que pertenece el negocio:

Manufactura () Servicios ()

Comercio () Otros, especifique _____

INSTRUCCIONES

Por favor marque con una equis (X) el o los paréntesis cuyas respuestas sean las correctas, caso contrario escriba las razones solicitadas.

1) ¿Acepta su establecimiento tarjeta de crédito?

SI () NO ()

Nota: Si su respuesta es NO, por favor ubíquese en la pregunta No. 12.

2) En caso de que su respuesta sea SI, ¿hace cuántos años acepta este medio de pago?

() Años

3) ¿Qué tarjetas de crédito acepta en su establecimiento?

VISA ()

MASTERCARD ()

DINERS CLUB ()

AMERICAN EXPRESS ()

CUOTA FACIL ()

Otra, ¿cuál? _____

4) ¿Con qué Empresa POS (Point of Sale), está afiliado su establecimiento?

DATAFAST ()

MEDIANET ()

RED APOYO ()

Otra, ¿cuál? _____

5) ¿Exige Ud. un monto mínimo para aceptar la tarjeta de crédito?

SI NO MONTO

En crédito corriente () () (\$)

En crédito diferido sin interés () () (\$)

Crédito diferido con interés () () (\$)

6) ¿Qué planes de pago acepta en su establecimiento?

Corriente ()

Diferido con interés ()

Diferido sin interés ()

7) ¿Qué tarjeta de crédito acepta su establecimiento, cuando la venta se la realiza en pago diferido?

	Banco de Guayaquil	Banco Pichincha	Banco de Machala	Banco del Austro	Banco Bolivariano	Banco de Loja	Mutualista Pichincha	Unibanco
VISA	()	()	()	()	()	()	()	()
MASTERCARD	()	()	()	()	()	()	()	()
DINERS CLUB	()	()	()	()	()	()	()	()

AMERICAN EXPRESS ()
 CUOTA FACIL ()
 Otra, ¿cuál? _____
 ¿Por qué? _____

8) ¿Cuál es la tarjeta que prefiere recibir en su establecimiento?

	Banco de Guayaquil	Banco Pichincha	Banco de Machala	Banco del Austro	Banco Bolivariano	Banco de Loja	Mutualista Pichincha	Unibanco
VISA	()	()	()	()	()	()	()	()
MASTERCARD	()	()	()	()	()	()	()	()
DINERS CLUB	()	()	()	()	()	()	()	()
AMERICAN EXPRESS	()	()	()	()	()	()	()	()
CUOTA FACIL	()	()	()	()	()	()	()	()
Otra, ¿cuál?	_____							
¿Por qué?	_____							

9) ¿Cuál es la tarjeta que más presentan en su establecimiento?

	Banco de Guayaquil	Banco Pichincha	Banco de Machala	Banco del Austro	Banco Bolivariano	Banco de Loja	Mutualista Pichincha	Unibanco
VISA	()	()	()	()	()	()	()	()
MASTERCARD	()	()	()	()	()	()	()	()
DINERS CLUB	()	()	()	()	()	()	()	()
AMERICAN EXPRESS	()	()	()	()	()	()	()	()
CUOTA FACIL	()	()	()	()	()	()	()	()
Otra, ¿cuál?	_____							

10) Recarga Ud. algún porcentaje al precio de sus productos, ¿si la compra la realizan con tarjeta de crédito?

SI () (%)
 NO () (%)

¿Por qué? _____

11) De sus ventas mensuales, ¿qué porcentaje vende con tarjeta de crédito?

(%) Porcentaje

12) Si su respuesta es negativa, ¿por qué no acepta tarjeta de crédito?

Por los porcentajes retenidos por los emisores de tarjetas de crédito ()

Porque no he realizado los trámites pertinentes a la afiliación ()

Otras, ¿cuál? _____

13) ¿Le gustaría afiliarse a su negocio para poder aceptar tarjetas de crédito?

SI () NO ()

7.6 Anexo 6: Encuesta a Consumidores

**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EN BANCA Y FINANZAS**

ENCUESTA PARA EL CONSUMIDOR

DATOS DE IDENTIFICACIÓN:

A. Edad:

- 18-22 () 33-37 () 48-52 ()
 23-27 () 38-42 () 53-57 ()
 28-32 () 43-47 () 58 o más ()

B. Sexo:

- Masculino () Femenino ()

C. Estado Civil:

- Casado/a () Soltero/a () Divorciado/a ()
 Viudo/a () Unión Libre ()

D. Situación Laboral:

- Empleado Público () Desempleado () Otro _____
 Empleado Privado () Ama de casa ()

E. Nivel de Estudios:

- Bachiller () Egresado Universitario () Estudios de 4to. nivel ()
 Estudiante Universitario () Profesional ()

Estimado Señor/a:

El objetivo de la presente Encuesta, es con la finalidad de conocer la demanda y uso de las tarjetas de crédito, como medio de pago en la ciudad de Loja.

INSTRUCCIONES

Por favor marque con una equis (X) el o los paréntesis cuyas respuestas sean las correctas, caso contrario escriba las razones solicitadas.

1) ¿Dispones Ud. de Tarjeta de Crédito?

- SI () NO ()

Nota: Si su respuesta es NO, por favor ubíquese en la pregunta No. 21.

2) ¿Hace que tiempo es usuario de este servicio?

- 1 año o menos () 4 años () 7 años ()
 2 años () 5 años () 8 años ()
 3 años () 6 años () Otro _____ años

3) ¿Cuántas tarjetas de crédito Ud. posee? (número de tarjetas de crédito)

- () Tarjeta/s

4) La tarjeta de crédito que Ud. posee es de carácter:

- Titular () Adicional ()

5) ¿En caso de que Ud. sea el titular de la tarjeta de crédito, cuántas adicionales posee?

- Ninguno () Num. de tarjetas adicionales ()

6) ¿Estaría Ud. dispuesto en dar una tarjeta adicional a sus hijos mayores de 15 años?

- SI () NO ()

7) Marque las tarjetas de crédito que Ud. posee:

	Banco de Guayaquil	Banco Pichincha	Banco de Machala	Banco del Austro	Banco Bolivariano	Banco de Loja	Mutualista Pichincha	Unibanco
VISA	()	()	()	()	()	()	()	()
MASTERCARD	()	()	()	()	()	()	()	()
DINERS CLUB	()	()	()	()	()	()	()	()
AMERICAN EXPRESS	()	()	()	()	()	()	()	()
CUOTA FACIL	()	()	()	()	()	()	()	()
Otra _____	()	()	()	()	()	()	()	()

8) ¿Cuál es el cupo de su tarjeta de crédito?

- \$100 - \$300 () \$4001 - \$10000 ()

- | | | | |
|-----------------|-----|---------------------|-----|
| \$301 - \$600 | () | \$10001 - \$20000 | () |
| \$601 - \$1000 | () | \$20001 - \$50000 | () |
| \$1001 - \$2000 | () | \$50001 en adelante | () |
| \$2001 - \$4000 | () | | () |
- 9) **¿Por qué eligió este tipo de tarjeta de crédito?**
- Bajo precio ()
- Mejor servicio ()
- Fiabilidad ()
- Costos ()
- Beneficios ()
- Promociones ()
- Descuentos ()
- Otro, ¿cuál? _____
- 10) **¿Está Ud. satisfecho con su tarjeta de crédito actual?**
- SI () NO ()
- 11) **Utiliza su tarjeta de crédito, para realizar los pagos mensuales de:**
- | | SI | NO |
|-------------------|-----|-----|
| Gasolina | () | () |
| Alimentos | () | () |
| Medicina | () | () |
| Escuela | () | () |
| Colegio | () | () |
| Universidad | () | () |
| Servicios Básicos | () | () |
- 12) **De sus pagos mensuales, ¿qué monto realiza con tarjeta de crédito?**
- \$100 - \$300 ()
- \$301 - \$600 ()
- \$601 - \$1000 ()
- \$1001 - \$2000 ()
- \$2001 - \$4000 ()
- \$4001 en adelante ()
- 13) **Utiliza su tarjeta de crédito, para realizar pagos en la compra de:**
- | | SI | NO |
|--------------------------------------|-----|-----|
| Ropa | () | () |
| Viajes | () | () |
| Pasajes aéreos | () | () |
| Electrodomésticos | () | () |
| Muebles para el hogar | () | () |
| Compras por internet | () | () |
| Compra de materiales de construcción | () | () |
| Entretenimiento (bares, discoteca) | () | () |
| Consumo en restaurantes | () | () |
| Otros _____ | | |
- 14) **¿Usted ha utilizado su tarjeta de crédito en el exterior, y cómo fue su experiencia de uso?**
- SI () NO ()
- Nota: Si su respuesta es SI, califique su experiencia de uso, y si su respuesta fue NO por favor ubíquese en la siguiente pregunta.*
- Excelente ()
- Muy buena ()
- Buena ()
- Regular ()
- 15) **¿Ha realizado avances en efectivo con su tarjeta de crédito?**
- SI () NO ()
- Nota: Si su respuesta es NO, por favor ubíquese en la pregunta No. 17.*
- 16) **Si su respuesta anterior es SI, ¿cuántas veces lo ha realizado y en qué ha utilizado este dinero?**
- Número de veces ()
- Invertir en negocio ()
- Pagar deudas ()
- Comprar auto ()
- Viajar ()
- Tener efectivo ()
- Otros _____
- 17) **Si Ud. NO ha realizado avances en efectivo, ¿cuál es la razón?**

- No sabe como se lo realiza ()
 El costo es muy alto ()
 No ha necesitado efectivo ()

18) **¿Cree usted que los costos financieros que paga por mantenimiento y renovación de su tarjeta de crédito son?**

- Bajos ()
 Medios ()
 Altos ()

19) **¿Desearía cambiar la tarjeta de crédito actual por otra?**

- SI () NO ()

¿Por cuál?

¿Por qué?

20) **Para el próximo año a su tarjeta de crédito la va a:**

- Conservar () Anular ()

21) **Si Ud. no tiene tarjeta de crédito ¿Le interesaría adquirir una?**

- SI () NO ()

Nota: Si su respuesta es NO, por favor ubíquese en la pregunta No. 23.

22) **En caso de que la pregunta anterior sea positiva, ¿qué clase de tarjeta le gustaría adquirir?**

	Banco de Guayaquil	Banco Pichincha	Banco de Machala	Banco del Austro	Banco Bolivariano	Banco de Loja	Mutualista Pichincha	Umbanco
VISA	()	()	()	()	()	()		()
MASTERCARD	()	()		()	()		()	
DINERS CLUB		()						
AMERICAN EXPRESS	()							
CUOTA FACIL								()
No podría elegir	()							

¿Por qué?

23) **En caso de que la respuesta de la pregunta 21 sea negativa, ¿por qué no le interesa obtener una tarjeta de crédito?**

- Cree que no calificaría para obtener una ()
 Tiene miedo a endeudarse demasiado ()
 Los costos de mantenimiento son muy altos ()
 Es más caro comprar con tarjeta de crédito ()
 Cree que no la necesita ()
 Otro _____