



**UNL**

Universidad  
Nacional  
de Loja

**Universidad Nacional de Loja**  
**Facultad Jurídica, Social y Administrativa**

**Carrera de Finanzas**

**Uso de la tarjeta de crédito como medio de pago en la ciudad de  
Yantzaza**

**Trabajo de Integración Curricular previo  
a la obtención del título de Licenciada en  
Finanzas**

**AUTORA:**  
Mónica Belén Jiménez Celi

**DIRECTORA:**  
Ing. Diana Paola Morocho Pasaca, Mg. Sc.

Loja - Ecuador  
2023

Loja, 10 de noviembre de 2023

Ing. Diana Paola Morocho Pasaca, Mg. Sc.

**DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

**CERTIFICO:**

Que he revisado y orientado todo proceso de elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Uso de la tarjeta de crédito como medio de pago en la ciudad de Yantzaza**, previa a la obtención del título de **Licenciada en Finanzas**, de la autoría de la estudiante, **Mónica Belén Jiménez Celi**, con **cédula de identidad Nro. 1720962537**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto autorizo la presentación para la respectiva sustentación y defensa.

Ing. Diana Paola Morocho Pasaca, Mg. Sc.

**DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

### **Autoría**

Yo, **Mónica Belén Jiménez Celi**, declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

**Cédula de Identidad:** 1720962537

**Fecha:** 10 de noviembre de 2023

**Correo electrónico:** monica.b.jimenez@unl.edu.ec

**Teléfono o Celular:** 0939991603

**Carta de autorización del trabajo de integración curricular por parte del autor para  
la consulta de producción parcial o total y publicación electrónica del texto  
completo**

Yo, **Mónica Belén Jiménez Celi**, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Uso de la tarjeta de crédito como medio de pago en la ciudad de Yantzaza**, como requisito para optar el título de **Licenciada en Finanzas**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 10 días del mes de noviembre del dos mil veintitrés.

Firma:

**Autora:** Mónica Belén Jiménez Celi

**Cédula:** 1720962537

**Dirección:** Yantzaza, Zamora Chinchipe

**Correo electrónico:** monica.b.jimenez@unl.edu.ec

**Celular:** 0939991603

**Directora del trabajo de Integración curricular:**

Ing. Diana Paola Morocho Pasaca, Mg. Sc.

## **Dedicatoria**

A mis padres, por ser el pilar fundamental durante toda mi vida, gracias por inculcarme el ejemplo de que con esfuerzo y valentía todo se puede lograr; y que gracias a su cariño, trabajo y sacrificio durante todos estos años hoy puedo cumplir este sueño tan anhelado. A mis hermanos, Linder, Jeison y Brayan, por su cariño y apoyo durante todo este proceso. A toda mi familia que con sus consejos y palabras de aliento hicieron en mí una mejor persona y así poder luchar por mis sueños. A mis amigos que siempre estuvieron ahí para apoyarme en las buenas y en las malas.

*Mónica Belén Jiménez Celi*

## **Agradecimiento**

Quiero expresar mi gratitud a la Universidad Nacional de Loja, por haberme brindado las oportunidades para educarme y crecer personal y profesionalmente. A la Facultad Jurídica, Social y Administrativa por permitirme estudiar la carrera de Finanzas que tanto anhelé.

A mi directora de trabajo de integración curricular, Ing. Diana Morocho, que con su conocimiento, predisposición y paciencia me ayudó a culminar esta investigación con éxito.

A los docentes de la carrera de Finanzas de la Universidad Nacional de Loja, por haberme guiado a lo largo de mi carrera académica con conocimientos y valores.

*Mónica Belén Jiménez Celi*

## Índice de Contenidos

<b>Portada</b> .....	i
<b>Certificación</b> .....	ii
<b>Autoría</b> .....	iii
<b>Carta de autorización</b> .....	iv
<b>Dedicatoria</b> .....	v
<b>Agradecimiento</b> .....	vi
<b>Índice de Contenidos</b> .....	vii
<b>Índice de Figuras</b> .....	x
<b>Índice de Tablas</b> .....	xi
<b>Índice de Anexos</b> .....	xi
<b>1. Título</b> .....	1
<b>2. Resumen</b> .....	2
2.1 Abstract.....	3
<b>3. Introducción</b> .....	4
<b>4. Marco Teórico</b> .....	7
4.1 Antecedentes.....	7
4.1.1 Evidencia internacional.....	7
4.1.2 Evidencia regional.....	7
4.1.3 Evidencia nacional.....	8
4.2 Fundamentación teórica.....	9
4.2.1 Modelo de difusión de innovaciones.....	9
4.2.1.1 Los innovadores:.....	9
4.2.1.2 Adoptantes tempranos.....	9
4.2.1.3 La mayoría temprana.....	9
4.2.1.4 La mayoría tardía.....	9
4.2.1.5 Rezagados.....	9
4.2.2 Modelo de aceptación de tecnología (TAM).....	10
4.3 Fundamentación conceptual.....	10
4.3.1 Tarjeta de crédito.....	10
4.3.2 Importancia de las tarjetas de crédito.....	10
4.3.3 Diferencia entre tarjeta de débito y tarjeta de crédito.....	12
4.3.4 Beneficios, ventajas y desventajas de utilizar las tarjetas de crédito.....	12
4.3.4.1 Beneficios.....	12
4.3.4.2 Ventajas.....	13

4.3.4.3	Desventajas .....	13
4.3.5	<i>Medios de pago</i> .....	14
4.3.6	<i>Evolución de los medios de pago</i> .....	14
4.3.6.1	Trueque .....	14
4.3.6.2	Moneda .....	14
4.3.6.3	Papel moneda y billete .....	14
4.3.6.4	Letra de cambio y cheques.....	14
4.3.6.5	Tarjetas.....	14
4.3.6.6	Pagos digitales. ....	15
4.3.6.7	Criptomonedas .....	15
4.3.7	<i>Elementos que componen una tarjeta de crédito</i> .....	15
4.3.7.1	Nombre del Banco emisor .....	15
4.3.7.2	Chip.....	15
4.3.7.3	Número de tarjeta.....	15
4.3.7.4	Fecha de vencimiento .....	15
4.3.7.5	Nombre del titular .....	15
4.3.7.6	Nombre y logo de la marca de la tarjeta .....	15
4.3.7.7	Banda magnética.....	16
4.3.7.8	Espacio para firmar .....	16
4.3.7.9	Código CVV .....	16
4.3.8	<i>Tipos de tarjeta de crédito</i> .....	17
4.3.8.1	Tipos de tarjetas de crédito por ingresos.....	17
4.3.8.2	Tipos de tarjetas de crédito por costo .....	19
4.3.9	<i>Franquicias de tarjetas de crédito</i> .....	19
4.3.9.1	Diners Club .....	19
4.3.9.2	Visa .....	20
4.3.9.3	Mastercard.....	20
4.3.9.4	American Express .....	21
4.3.10	<i>Manejo de las tarjetas de crédito</i> .....	22
4.3.11	<i>Estructura del sistema financiero ecuatoriano</i> .....	22
4.3.11.1	Principales instituciones del sistema financiero .....	23
4.3.12	<i>Definiciones</i> .....	23
4.3.12.1	Crédito.....	24
4.3.12.2	Crédito Bancario. ....	24
4.3.12.3	Créditos Comerciales .....	24



4.3.12.4	Créditos de Consumo.....	24
4.3.12.5	Crédito Diferido.....	24
4.3.12.6	Financiamiento.....	24
4.3.12.7	Plazo.....	24
4.3.12.8	Solvencia.....	24
4.3.12.9	Tasa de interés.....	25
4.3.12.11	Solicitante tarjeta prepago.....	25
4.3.12.12	Costo por emisión de la tarjeta.....	25
4.3.12.13	Cargos por tarjetas de crédito.....	25
4.4	Fundamentación Legal.....	25
4.4.1	<i>Leyes de la constitución de las empresas emisoras</i> .....	25
4.4.2	<i>Leyes de los formatos de las tarjetas de crédito</i> .....	27
4.4.3	<i>Medios de pago</i> .....	29
4.4.4	<i>Funciones de la tarjeta de crédito</i> .....	29
4.4.4.1	Funciones económico-sociológico.....	29
4.4.4.2	Funciones jurídicas.....	30
4.5	Marco histórico.....	32
4.5.1	<i>Origen de la Tarjeta de Crédito</i> .....	32
4.5.2	<i>Evolución de la tecnología de las tarjetas de crédito</i> .....	32
4.6	Variables de estudio.....	33
4.6.1	<i>Variable A: Uso de la tarjeta de crédito</i> .....	33
4.6.2	<i>Variable B: Medio de pago</i> .....	34
<b>5.</b>	<b>Metodología</b> .....	<b>35</b>
5.1	Área de investigación.....	35
5.2	Enfoque Mixto.....	35
5.3	Tipo de investigación.....	35
5.3.1	<i>Investigación descriptiva</i> .....	35
5.3.2	<i>Investigación explicativa</i> .....	35
5.4	Método de investigación.....	36
5.4.1	<i>Método analítico</i> .....	36
5.4.3	<i>Método inductivo</i> .....	36
5.4.4	<i>Método deductivo</i> .....	36
5.5	Diseño de la investigación.....	36
5.6	Técnicas y herramientas.....	36
5.6.1	<i>Observación</i> .....	36

5.6.2	<i>Encuesta</i> .....	37
5.7	Población .....	37
5.8	Muestra .....	37
5.9	Procesamiento de información .....	38
<b>6.</b>	<b>Resultados</b> .....	40
6.1	Objetivo 1 .....	40
6.1.1	<i>Nivel demográfico de los habitantes de Yantzaza</i> .....	40
6.1.2	<i>Nivel de uso de las tarjetas de crédito</i> .....	40
6.1.3	<i>Nivel de capacitación sobre el uso de las tarjetas de crédito</i> .....	44
6.1.4	<i>Nivel de seguridad en el uso de las tarjetas de crédito</i> .....	44
6.1.5	<i>Nivel de conocimiento y uso de las tarjetas de crédito en la población</i> .....	45
6.2	Objetivo 2. ....	48
6.2.1	<i>Nivel demográfico de los locales comerciales de Yantzaza</i> .....	48
6.2.2	<i>Nivel de uso de las tarjetas de crédito en los locales comerciales de Yantzaza</i> .....	49
6.2.3	<i>Nivel de conocimiento de las tarjetas de crédito en los locales comerciales</i> ...	51
6.3	Objetivo 3. ....	53
6.3.1	<i>Diseño de la Guía</i> .....	53
6.3.2	<i>Difusión de la Guía</i> .....	74
<b>7.</b>	<b>Discusión</b> .....	77
<b>8.</b>	<b>Conclusiones</b> .....	79
<b>9.</b>	<b>Recomendaciones</b> .....	80
<b>10.</b>	<b>Bibliografía</b> .....	81
<b>11.</b>	<b>Anexos</b> .....	86

### Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b>	Tarjeta de crédito de la parte frontal .....	15
<b>Figura 2.</b>	Tarjeta de crédito de la parte posterior .....	16
<b>Figura 3.</b>	Tarjeta de crédito clásica .....	17
<b>Figura 4.</b>	Tarjeta de crédito Oro .....	17
<b>Figura 5.</b>	Tarjeta de crédito Platino .....	18
<b>Figura 6.</b>	Logotipo de Diners Club .....	19
<b>Figura 7.</b>	Logotipo de Visa .....	20
<b>Figura 8.</b>	Logotipo de Mastercard .....	21
<b>Figura 9.</b>	Logotipo de American Express .....	21

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1.</b> Género y edad.....	40
<b>Tabla 2.</b> Relación entre el género con las personas que mantienen tarjetas de crédito en la ciudad de Yantzaza.....	41
<b>Tabla 3.</b> Relación entre la edad con las personas que mantienen tarjetas de crédito en la ciudad de Yantzaza.....	41
<b>Tabla 4.</b> Cantidad y frecuencia del uso de las tarjetas de crédito.....	42
<b>Tabla 5.</b> Utilización de las tarjetas de crédito en la ciudad de Yantzaza .....	42
<b>Tabla 6.</b> Razones del uso de tarjetas de crédito.....	43
<b>Tabla 7.</b> Plataformas que se usan con la tarjeta de crédito.....	43
<b>Tabla 8.</b> Preferencias para diferir las compras con las tarjetas de crédito.....	44
<b>Tabla 9.</b> Capacitación por parte de la entidad financiera para el uso de tarjetas de crédito... ..	44
<b>Tabla 10.</b> Problema al momento del utilizar la tarjeta de crédito y su conveniencia en comparación con otros métodos de pago .....	45
<b>Tabla 11.</b> Conocimiento sobre la tasa de interés .....	46
<b>Tabla 12.</b> Conocimiento de los beneficios y recompensas ofrecidos por su tarjeta de crédito.....	46
<b>Tabla 13.</b> Cuadro de grado de conocimiento del uso y manejo de las tarjetas de crédito.....	48
<b>Tabla 14.</b> Género, edad y experiencia de los locales comerciales de Yantzaza.....	49
<b>Tabla 15.</b> Dedicación y aceptación de las tarjetas de crédito en los locales comerciales de Yantzaza .....	50
<b>Tabla 16.</b> Razones para no aceptar tarjetas de crédito como medio de pago .....	50
<b>Tabla 17.</b> Tarjetas de crédito aceptadas en los locales comerciales .....	50
<b>Tabla 18.</b> Beneficios de las tarjetas de crédito en los locales comerciales .....	51
<b>Tabla 19.</b> Descripción de la Guía.....	55

## Índice de Anexos

<b>Anexo 1.</b> Modelo de encuesta a los habitantes de Yantzaza.....	86
<b>Anexo 2.</b> Modelo de encuesta a los locales comerciales de Yantzaza.....	88
<b>Anexo 3.</b> Registro fotográfico.....	92
<b>Anexo 4.</b> Certificación de traducción del Abstract.....	91

## **1. Título**

Uso de la tarjeta de crédito como medio de pago en la ciudad de Yantzaza.

## 2. Resumen

El aumento de transacciones con tarjeta de crédito implica mayor financiamiento disponible para los ciudadanos, creándoles oportunidades de consumo. La investigación tiene como objetivo general analizar el uso de la tarjeta de crédito en los habitantes de la ciudad de Yantzaza. El presente trabajo se llevó a cabo mediante un estudio descriptivo con enfoque cuantitativo, se utilizaron métodos como el deductivo, inductivo, analítico y sintético. En base a una encuesta la cual fue a través de un cuestionario de 15 preguntas aplicadas a los habitantes de la ciudad y en sustento a sus repuestas se determinó el grado de conocimiento del uso y manejo que tienen las personas de la ciudad de Yantzaza, además, permitiendo la obtención de los resultados a los objetivos planteados. Los resultados obtenidos indican que tan solo 37,64 % utilizan las tarjetas de crédito, mientras que, el 62,36 % mencionaron que no hacen uso de la tarjeta y prefieren el método de efectivo, por las razones, como, las comisiones extras que cobran las entidades financieras o por lo que prefieren aceptar solo efectivo como medio de pago. Sin embargo, es importante destacar que los locales que, si aceptan las tarjetas de crédito, han obtenido bastantes beneficios como aumento de ventas, mejoraron la competitividad de su establecimiento frente a otros negocios, obtuvieron facilidad en el proceso de pago, entre otros. Referente a las personas que no hacen uso de las tarjetas de crédito, se debe a la poca educación que tienen sobre las tarjetas, lo que ocasiona que no conozcan sobre los beneficios que pueden obtener mediante sus compras, entre otros aspectos.

**Palabras clave:** Aceptación, compras en línea, medio de pago, tarjetas de crédito, tarjetahabientes.

## **2.1 Abstract**

The increase in credit card transactions implies greater financing available to citizens, creating opportunities for consumption. The general objective of this research is to analyze the use of credit cards by the inhabitants of the city of Yantzaza. The present work was carried out through a descriptive study with a quantitative approach, using deductive, inductive, analytical and synthetic methods. Based on a survey which was through a questionnaire of 15 questions applied to the inhabitants of the city and based on their answers, the degree of knowledge of the use and management that the people of the city of Yantzaza have was determined, in addition, allowing obtaining the results of the objectives set. The results obtained indicate that only 37.64% use credit cards, while 62.36% mentioned that they do not use the card and prefer the cash method, for reasons such as the extra commissions charged by financial institutions or because they prefer to accept only cash as a means of payment. However, it is important to highlight that the stores that do accept credit cards have obtained many benefits such as increased sales, improved the competitiveness of their establishment compared to other businesses, and obtained ease in the payment process, among others. The fact that people do not use credit cards is due to the lack of education they have about credit cards, which causes them to be unaware of the benefits they can obtain through their purchases, among other aspects.

**Keywords:** Acceptance, online shopping, means of payment, credit cards, cardholder.

### 3. Introducción

Freire (2019) menciona que, el consumismo, la globalización y el acceso a las nuevas tecnologías han provocado el aumento del gasto en consumo por parte de la ciudadanía, gran parte de este gasto se financia mediante las tarjetas de crédito, ya que muchas veces el desconocimiento y el mal manejo que se les da provoca un sobreendeudamiento que imposibilitan el pago de las obligaciones de dichas tarjetas. El aumento de transacciones con tarjeta de crédito implica mayor financiamiento disponible para los ciudadanos, creándoles oportunidades de consumo, pero así mismo el mal uso o desconocimiento del adecuado manejo de las tarjetas de crédito ha provocado que muchos ciudadanos se les complique el pago del crédito y caigan en morosidad.

Conforme a las cifras de la Asociación de Bancos del Ecuador:

En marzo del 2021 el número de transacciones con tarjetas de crédito fue de 15.330.484, un 7,7 % menos respecto a la misma fecha del año anterior, el pago de consumos por internet creció un 63,7% respecto a marzo del 2020, representando una facturación de 205 millones. Existen tres grandes usos para las tarjetas de crédito: el 45% consumos diferidos, 42,5% consumos rotativos y 12,5% en consumos corrientes. Actualmente en el país existen 2.920.886 de tarjetas de crédito destinadas a personas naturales. El índice de morosidad se situó en un 2,61 para diciembre del 2020 (Asobanca, 2021, p.2).

Morocho (2019) señala que existe una mala cultura en el manejo de las tarjetas como también un desconocimiento de las funciones que tiene. Por tal razón, se evidencia la necesidad de diagnosticar el grado de conocimiento de las personas y proveerles de información necesaria del uso adecuado de las tarjetas de crédito. Ya que es utilizada como medio de pago cuando no poseen el efectivo suficiente para adquirir productos o servicios como: alimentos, vestuario, salud, educación, entre otros.

A pesar de los beneficios que ofrecen, el uso de tarjetas de crédito también presenta ciertos riesgos. Esto se debe a que los usuarios pueden incurrir en deudas y endeudamiento excesivo al no manejar correctamente. Además, la falta de conocimiento y educación financiera pueden llevar a los usuarios a asumir riesgos innecesarios al utilizar tarjetas de crédito. Por esta razón es importante profundizar en la investigación y a su vez, se ve la necesidad de estudiar el siguiente problema: ¿Cuáles son los beneficios y riesgos de la utilización de la tarjeta de crédito como medio de pago en la ciudad de Yantzaza?

El uso de tarjetas de crédito como medio de pago se ha convertido en una tendencia creciente en los últimos años, un 36% en 2022 frente al 2021. Esto se debe a que la tarjeta de

crédito ofrece a los usuarios una amplia variedad de beneficios, como una mayor seguridad, conveniencia y una variedad de promociones y descuentos. (Tapia, 2022)

La investigación contribuirá en el conocimiento de las demás personas ya que en el estudio proporcionará información y datos específicos sobre el uso de tarjetas de crédito en la ciudad de Yantzaza, llenando una posible brecha de conocimiento en esta área geográfica particular, también, el análisis de las tarjetas de crédito abarcarán diferentes disciplinas, como la economía, la psicología del consumidor y la gestión financiera, lo que permite una investigación interdisciplinaria y enriquecedora. El estudio brinda la oportunidad de aplicar teorías y metodologías académicas existentes, así como desarrollar nuevas perspectivas de investigación en el ámbito financiero y económico.

El estudio permitirá comprender mejor los patrones de consumo y las preferencias de pago de los residentes de Yantzaza, lo que es crucial para el desarrollo de estrategias comerciales y políticas económicas en la región. Por otra parte, el análisis del impacto económico viene siendo el uso de tarjetas de crédito, como el crecimiento del sector financiero y la generación de ingresos para los comercios. Investigar este tema en Yantzaza proporcionará una visión clara de su impacto económico local.

En lo social, el estudio del uso de tarjetas de crédito en Yantzaza puede revelar cómo este medio de pago afecta la inclusión financiera de la población, permitiendo identificar posibles desafíos y barreras que limiten el acceso a servicios financieros, así mismo, el análisis de los hábitos de consumo y endeudamiento relacionados con las tarjetas de crédito puede ayudar a identificar la necesidad de promover una mayor educación financiera en la comunidad de Yantzaza.

Por lo descrito y debido a la relevancia del tema, para el cumplimiento del estudio se plantearon objetivos específicos como el determinar el grado de conocimiento del uso y manejo que tienen los habitantes de la ciudad de Yantzaza; identificar la aceptación de las tarjetas de crédito como medio de pago en los locales comerciales; y se propuso el realizar una guía financiera sobre el correcto uso y manejo de las tarjetas de crédito, misma que será para los tarjetahabientes del motivo de estudio.

Una de las principales limitaciones que se obtuvo de esta investigación, fue el tamaño de la muestra del primer objetivo, en virtud al tiempo que conlleva la recolección de datos, a pesar de ello, se logró cumplir con la muestra calculada para la aplicación de las encuestas, por otro lado, otra limitación fue la encuesta del segundo objetivo, ya que ciertos locales comerciales no facilitaban información, sin embargo, hubo otros negocios que si colaboraron de forma respetuosa y atenta, por lo que si se logró cumplir con lo planeado.



El presente trabajo de investigación, según el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, consta de las siguientes partes: **Título** de la investigación; **Resumen** en donde detalla todo el trabajo; **Introducción** en donde se encuentra información detallada sobre el tema; **Marco Teórico** contiene todos los fundamentos teóricos enmarcados al tema objeto de estudio; **Materiales y Métodos** que describen los diferentes métodos y técnicas que se utilizaron para el desarrollo de la investigación. **Resultados** donde se encuentran los datos obtenidos de la encuesta de aplicada a los tarjetahabientes, de igual forma la encuesta aplicada a los propietarios de los locales comerciales de Yantzaza, y una guía para el correcto manejo de las tarjetas de crédito; **Discusión** que es una comparación de los resultados obtenidos de estudios similares al tema investigado; **Conclusiones** donde se detalla los resultados más relevantes; **Recomendaciones** que son sugerencias dirigidas a los tarjetahabientes e instituciones financieras; **Bibliografía** conformada por los recursos bibliográficos utilizados para la sustentación de la investigación; **Anexos** donde se ubican los documentos que dan sustento al trabajo de investigación.

## **4. Marco Teórico**

### **4.1 Antecedentes**

#### ***4.1.1 Evidencia internacional***

Castillo et al. (2016) en su investigación sobre la utilización de las tarjetas bancarias, indican que el consumidor español ha venido utilizando las tarjetas bancarias más como un medio de obtener efectivo en un cajero automático con el que luego realizar los pagos, que como un medio de pago en comercios e incluso de financiación de la compra. Uno de los motivos del nivel de utilización actual de las tarjetas bancarias, es la predilección del consumidor español por el uso de efectivo para el pago de las compras en comercios por diversas causas intrínsecas al mismo, como son entre otros su anonimato, nulo coste explícito, su difícil falsificación y el gran arraigo en las costumbres de los consumidores españoles. Por otro lado, un factor que según la investigación citada también puede haber condicionado el escaso uso de la tarjeta como soporte de la financiación al consumo, es la existencia de otras figuras crediticias para tal fin (préstamos consumo y finalistas), que, aunque tienen un mayor coste administrativo y en ocasiones retrasan la materialización de la compra, sin embargo, son más conocidas por parte del consumidor.

#### ***4.1.2 Evidencia regional***

Duarte (2015), presentó el impacto del manejo inapropiado de las tarjetas de crédito en la economía de los hogares Colombianos, en el cual menciona que una vez adquirida la tarjeta de crédito se debe controlar los gastos, no sobrepasar el ingreso mensual y no olvidar que por cada compra o pago se está facturando un cargo adicional de utilización; cuando se omiten estas condiciones se genera déficit en el flujo de caja de los hogares y es cuando se empieza a evidenciar sobreendeudamiento; dado que los costos en este caso pagos de cuotas de productos financieros exceden el ingreso y esto se convierte en un círculo vicioso donde nunca se termina de pagar el capital del dinero prestado puesto que se está utilizando para pagar las mensualidades. El aspecto más relevante que ocasiona la utilización de las tarjetas de crédito es que las familias colombianas no poseen el suficiente valor adquisitivo para poder conseguir los bienes y servicios que más necesitan o en muchas ocasiones para satisfacer sus necesidades por lo que se ven obligadas hacer uso de ellas, pero en la mayoría de los casos sin tener en cuenta que tienen que disponer del dinero que no han recibido para hacer pago de las cuotas mensuales.

Scabarozzi (2021) en su investigación sobre la propuesta del uso eficiente de la Tarjeta de Crédito como medio de pago en el Banco de Crédito del Perú menciona que, según la

evaluación y análisis efectuado se llegó a determinar que la cultura financiera tiene un efecto significativo en un 34%, en el sobreendeudamiento con las tarjetas de crédito en el Banco de Crédito del Perú. Recomienda que la Gerencia de la agencia Huancayo, desarrolle constantemente charlas o seminarios con los asesores que atienden en el área de plataforma, para que los clientes estén actualizados sobre los cambios en tasas, tarifas, normas, del producto tarjeta de crédito, como también de los productos derivados, como el efectivo preferente, compra de deuda, entre otros.

#### **4.1.3 Evidencia nacional**

Murillo y Ortiz (2014) mencionan que el conocimiento, actitud y práctica en el uso de las tarjetas de crédito en la ciudad de Guayaquil, el 53% de los tarjetahabientes encuestados utiliza crédito diferido para sus consumos, lo cual corrobora la línea de endeudamiento y sobreendeudamiento que refiere el marco referencial analizado en los capítulos anteriores. El 34% de los tarjetahabientes encuestados utiliza crédito diferido únicamente cuando no cobran intereses, para sus consumos, lo cual es otro factor que influye en la línea de endeudamiento y sobreendeudamiento, por lo tanto, los resultados obtenidos en la encuesta y análisis teórico, evidencian un desconocimiento sobre el manejo de las tarjetas de crédito, respecto a intereses, costos que generan su mantenimiento y al mismo tiempo hay mucha información relacionada a las recomendaciones para su buen uso, principalmente en revistas o artículos periodísticos de Economía y Finanzas

Por otra parte, Marín (2017), presentó el análisis del uso de Tarjetas de Crédito como medio de Pago en la Ciudad de Loja, en donde menciona que el proceso utilizado para afiliarse a emisores de tarjetas de crédito es similar, tanto para los usuarios como para el local comercial que deseen adquirir este medio de pago. El proceso inicia con la solicitud hacia la entidad emisora (aunque en su mayoría se las otorga como obsequios de las institución financiera) se firman los contratos debidos donde incluye los costos, intereses y otros detalles, la institución financiera revisa la información para su futura aprobación, en caso de ser aceptada la solicitud se procede a la etapa de activación, para que luego se pueda dar uso de la tarjeta de crédito en caso de los usuarios, y el punto de venta (POS) en caso de los locales comerciales. Determinó también, la necesidad tangible de recibir capacitación para el usuario antes de utilizar la tarjeta de crédito, ya que en la investigación se encontró que el 96% de usuarios no recibieron preparación antes de recibir su tarjeta de crédito, siendo un porcentaje importante ya que el promedio mensual de consumo con dinero de plástico es de \$300-\$400 que equivale a un valor superior al salario unificado básico vigente en Ecuador.

## **4.2 Fundamentación teórica**

### **4.2.1 Modelo de difusión de innovaciones**

La teoría de difusión de innovaciones es una propuesta sociológica que intenta explicar la manera como los individuos o grupos adoptan una innovación.

Para Rogers (1995), la Teoría de la Difusión de Innovaciones analiza, así como ayuda a entender, la adaptación a una nueva innovación. En otras palabras, esta teoría ayuda a explicar el proceso de cambio social. La novedad de la idea percibida por el individuo determina su reacción ante ella. En adición, la difusión es el proceso por medio del cual una innovación es comunicada a través de ciertos canales durante un tiempo específico entre los miembros de un sistema social. Por ende, los cuatro elementos principales de la teoría son la innovación, los canales de comunicación, el tiempo y el sistema social.

Rogers plantea que algunas personas u organizaciones son más abiertas que otras a la adopción de una innovación, reaccionando de manera muy distinta y asumiendo diferentes posiciones y actitudes respecto a ella. Clasificando a los actores o personas involucrados en cinco grupos a saber:

**4.2.1.1 Los innovadores.** Son quienes asumen los riesgos de introducir y difundir la Innovación. Generalmente, son los propios productores de la innovación, acompañados de un grupo de personas usuarios entusiastas, que pueden ejercer influencia sobre otras personas.

**4.2.1.2 Adoptantes tempranos.** Son quienes adoptan la innovación por primera vez, sin mucha discusión y análisis; pueden actuar como líderes reconocidos y respetados y jugar un papel importante para persuadir a otros actores de adoptar la innovación.

**4.2.1.3 La mayoría temprana.** Comprende los actores que no están dispuestos a correr riesgos de diversa índole y arriesgar tiempo y otros recursos, tienen cierta resistencia al cambio, analizan y reflexionan cuidadosamente antes de tomar una decisión; sin embargo, son propensos a aceptar la innovación después de una actividad persuasiva relativamente corta.

**4.2.1.4 La mayoría tardía.** Son sumamente resistentes a cambiar, son difíciles de persuadir de adoptar una innovación sin una actividad intensa y una influencia significativa.

**4.2.1.5 Rezagados.** Es la categoría de personas más refractarias al cambio, se muestran indiferentes ante cualquier innovación e incluso llegan a oponerse a ella y a combatirla activamente; son celosos guardianes del estatus quo y con frecuencia nunca llegan a adoptar la innovación.

#### **4.2.2 Modelo de aceptación de tecnología (TAM)**

Es una teoría que se basa de disciplinas como la psicología social y que establece cuál es el grado de aceptación de una sociedad ante la introducción de las nuevas tecnologías.

Martin (2018), indica que este modelo parte de la premisa de que, mediante el análisis, se puede inferir si una sociedad está más predispuesta a incorporar novedades o, si, por el contrario, es conservadora. Se trata, pues, de una herramienta que sirve para conocer las expectativas de una sociedad al respecto de lo que aporta una tecnología.

Para Moslehpour et. al (2018), esta se define como los beneficios percibidos y las ventajas de comprar en línea. Sin embargo, la primera definición de la variable según Davis (1989) determinada para el TAM original, la define como el grado en que una persona cree que el uso de un sistema en particular mejoraría su desempeño laboral.

Por lo tanto, en el contexto del estudio se puede determinar la medida en que la intención conductual individual de los compradores de comestibles en línea, cree que el uso del sistema es útil en su vida personal (Baeurova y Kepler, 2018).

### **4.3 Fundamentación conceptual**

#### **4.3.1 Tarjeta de crédito**

La tarjeta de crédito es una tarjeta plástica que permite a su titular o beneficiario de la tarjeta adquirir bienes o servicios en establecimientos afiliados al sistema, difiriendo su pago o a crédito. Estos créditos pueden o no incluir intereses, su uso incluye algunas tarifas, costos de emisión, costo de estado de cuenta, intereses y comisiones.

Es un documento que permite a su titular o beneficiario de la tarjeta adquirir bienes o servicios en establecimientos afiliados al sistema, difiriendo su pago o a crédito. Estos créditos pueden o no incluir intereses. Su uso incluye algunas tarifas, costos de emisión, costo de estado de cuenta, intereses y comisiones. Las tarjetas de crédito son intransferibles y deben emitirse a nombre de su titular. El pago mensual puede efectuarse del monto total de la obligación o del monto mínimo; sin embargo; el realizar solo un abono mínimo implica el pago de intereses. (Superintendencia de Bancos, 2017)

#### **4.3.2 Importancia de las tarjetas de crédito**

Las entidades financieras ofrecen varias opciones a los clientes para que tengan disponibilidad de dinero en el momento que ellos deseen o requieran, las cuales se les conoce como instrumentos de pago, como lo son las cuentas corrientes, cuentas de ahorros, préstamos personales y las más comunes, las tarjetas de crédito (Muñoz, 2014)

En el ámbito social, las tarjetas de crédito ejercen un trabajo crucial para maximizar el crecimiento económico de la clase media. Martillo (2016), menciona “que este medio de pago está ligado a los consumidores y la facilidad del poder adquisitivo permitiendo la adquisición de bienes y servicios, en gran medida surge con el nivel creciente de la demanda en los distintos sectores del mercado” (p. 4).

Según la Superintendencia de Bancos (2017), las tarjetas bancarias y en especial la de crédito se han convertido en un sistema de pago de casi obligada aceptación en la compra de bienes y retribución de servicios, como lo señalan algunos autores, ha sido el último paso en la evolución histórica de los medios de pago, convirtiéndose en la actualidad como genéricamente elemento movilizador de la riqueza.

Los formatos de las tarjetas de crédito deberán contener mínimo lo siguiente:

- a. Nombre y distintivo de la respectiva marca de servicio;
- b. Nombre de la entidad financiera que emite u opera la tarjeta;
- c. Numeración de la tarjeta;
- d. Nombres completos del tarjetahabiente;
- e. Fecha de expiración de la tarjeta;
- f. Indicación de que la tarjeta es de propiedad del emisor y/u operador del sistema;
- g. Chip u otro dispositivo de seguridad legalmente aceptados; y,
- h. Banda para la impresión de los caracteres magnéticos, de ser el caso.

Con este medio se puede solicitar al banco que pague automáticamente los servicios básicos y de primera necesidad, descontando el monto total de la tarjeta de crédito. Sin embargo, cabe destacar los símbolos de alta categoría económica y social, las famosas tarjetas de crédito han pasado a convertirse en una prenda común. Estableciéndose en un medio envolvente para el desarrollo de los mercados financieros y por otra parte permitiendo a los establecimientos comerciales en gran medida un crecimiento de la cartera de los clientes.

“La tarjeta es un instrumento 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” (Marín, 2017, p.3).

Cerna y Cruz (2003), amplían que gracias a los avances tecnológicos se han convertido en la llave a muchas funciones más, por ejemplo:

- Retiro de efectivo por medio de los cajeros electrónicos mediante la modalidad avances de efectivo.
- Pago de compras evitando el efectivo
- Efectuar pagos de servicios públicos.

### **4.3.3 Diferencia entre tarjeta de débito y tarjeta de crédito**

Una tarjeta de débito es utilizada cuando se saca dinero de un cajero o se realiza algún pago con ella, el importe de la operación es descontado automáticamente del saldo de la cuenta asociada. De hecho, si no se tiene saldo suficiente para realizar la operación, ésta será denegada. Sin embargo, una tarjeta de crédito, es cuando el banco es el que está prestando el dinero. Ese dinero tendremos que devolverlo al mes siguiente o en varios plazos pagando un interés por el mismo. En este caso, la entidad financiera adelanta el dinero independientemente del saldo que se tenga en la cuenta. Por esta razón, antes de conceder una tarjeta de crédito, el banco estudia la viabilidad del cliente, asegurándose de que sea solvente. Aun así, la tarjeta de crédito tiene un límite (Gil, 2016).

### **4.3.4 Beneficios, ventajas y desventajas de utilizar las tarjetas de crédito**

**4.3.4.1 Beneficios.** A la final, las tarjetas de crédito son un producto que ha formado parte de nuestro día a día hace varios años. Por eso ofrecen tantos beneficios: para hacerlas cada vez más atractivas para ti y tus necesidades. Por ejemplo, hay tarjetas que te devuelven un porcentaje pequeño de tus compras mediante un cashback, que permite ahorrar un poco más. El cashback es perfecto para ahorrar y un buen aliado si comienzas a explorar el mundo de la independencia financiera. Otro popular beneficio es el acceso a salas VIP en aeropuertos a nivel mundial. Si alguna vez viste a alguien entrar a un lounge o una sala de espera más cómoda y lujosa en un aeropuerto, es por el beneficio de su tarjeta de crédito. De igual manera, hay tarjetas que te permiten acumular millas con tus compras que puedes usar para comprar pasajes de avión o habitaciones en hoteles cuando te vayas de viaje. Este es uno de los beneficios más populares debido a que cada vez la gente quiere viajar más. La acumulación de millas le permite hacerlo sin tener que pagar el precio completo de un viaje. Y, dependiendo de la cantidad de millas, el viaje podría resultar prácticamente gratis (DinersClub, 2022).

**4.3.4.2 Ventajas.** A continuación, se verá algunas de las ventajas que puedes obtener con las tarjetas de crédito.

**4.3.4.2.1 Facilidad de pagos.** Una tarjeta de crédito te ayuda a planear gastos grandes, más allá de si tienes la posibilidad de hacer pagos en efectivo. Depende de tu situación como consumidor, pero incluso con intereses, el pago a cuotas suele ser más conveniente. Si no tienes la capacidad de pagar, por ejemplo, \$ 1200 de contado por un televisor, una tarjeta de crédito te permitiría pagar 12 cuotas mensuales de \$ 110. Pero incluso si tuvieras la posibilidad para pagar de una sola vez, el pago diferido te ayuda a adquirir bienes y servicios sin destruir tu presupuesto mensual o anual.

**4.3.4.2.2 Seguridad.** Si llegaras a perder tu tarjeta de crédito, lo único que tienes que hacer es cancelar la tarjeta y listo. No hubo mayor pérdida. En la mayoría de casos, no debes hacerte responsable de gastos no autorizados, siempre y cuando llames para reportarla como robada y cancelarla.

**4.3.4.2.3 Control de gastos:** Una de las mayores ventajas de la tarjeta de crédito es que su uso queda registrado en el estado de cuenta. Esto facilita el manejo de un presupuesto ya que sabes exactamente en qué estás usando tu dinero. Esto no pasa con el efectivo porque es más fácil perder la cuenta de donde compraste y cuanto gastaste a menos que guardes todas tus facturas y anotes la cuenta en algún documento.

**4.3.4.2.4 Historial Crediticio.** Probablemente uno de los menos hablados, pero más importantes, beneficios de las tarjetas de crédito es el hecho de que te permiten construir un historial crediticio. Este te ayuda a:

- Conseguir préstamos a menores tasas de interés
- Ser elegible para una mayor línea de crédito
- Conseguir financiamiento para tu negocio
- Asegurar oportunidades laborales. Algunas empresas toman en cuenta tu historial crediticio cuando formas parte del proceso de selección (Quintana, 2014).

**4.3.4.3 Desventajas.** Posteriormente, se verá algunas de las desventajas que puedes obtener al usar las tarjetas de crédito.

**4.3.4.3.1 Uso excesivo.** El crédito rotativo facilita que la persona gaste más de lo que sus medios le permiten.

**4.3.4.3.2 Papeleo.** Será necesario que guarde los recibos y los verifique contra su estado de cuenta mensual. Esta es una buena forma de asegurarse que no le hayan cobrado de más.

**4.3.4.3.3 Cargos inesperados.** Típicamente, usted pagará entre un 2 y un 4 por ciento sólo por obtener un adelanto de dinero en efectivo; además, los adelantos normalmente conllevan altas tasas de interés.

**4.3.4.3.4 No hay nada gratis.** Las altas tasas de interés y los cargos anuales asociados a las tarjetas de crédito, con frecuencia superan los beneficios que se reciben. Los ahorros que ofrecen las tarjetas de crédito se pueden obtener en otros lugares.

**4.3.4.3.5 Endeudamiento.** Los consumidores están usando el crédito más que nunca antes. Si usted hace cargos a su tarjeta libremente, muy pronto notará que la situación está por encima de sus posibilidades, al ver que su balance aumenta y también su pago mínimo mensual (Quintana, 2014).



### **4.3.5 Medios de pago**

Un medio de pago es un instrumento o bien que permite comprar un producto, contratar servicios o cancelar todo tipo de deudas. Por tanto, podemos decir que es un bien, como el dinero, o un instrumento, como una tarjeta de crédito, que permite comprar algo o pagar una deuda. El dinero, de hecho, sirve como medio de pago y como medio de cambio e incluso como forma de ahorro. En las últimas décadas han nacido multitud de instrumentos considerados así y más con la proliferación de Internet (Arias, 2020).

### **4.3.6 Evolución de los medios de pago**

**4.3.6.1 Trueque.** Desde el neolítico, hay constancia de la existencia del trueque, que comenzó con la aparición de la sociedad agricultora-ganadera (probablemente antes del 7000 a. C.). El trueque es el intercambio, tanto de bienes materiales como de servicios, por otros bienes u otros servicios

**4.3.6.2 Moneda.** Su aparición data aproximadamente entre los años 680 y 560 a.C., donde actualmente es Turquía. Su surgimiento se debe porque, en algunas ocasiones, el trueque presentaba dificultades para las transacciones, y determinadas formas de pago eran perecederas, por lo que no se podían acumular. De esta manera, aparecieron las monedas hechas en metales preciosos y se adoptó la forma circular por ser la más práctica.

**4.3.6.3 Papel moneda y billete.** Su función pasa a ser la de sustituir a la moneda, debido a que resultaba incómodo llevarla en grandes cantidades. El billete nace en China en el siglo VII, pero no es hasta el año 812 cuando su uso se vuelve oficial. Cabe destacar que, hasta la década de 1970, cada emisión de billetes que hacían las autoridades de un país debía de estar respaldada por una determinada cantidad de oro.

**4.3.6.4 Letra de cambio y cheques.** El nacimiento de la letra de cambio data del siglo XII en Italia. Este documento garantizaba que el deudor iba a pagar al acreedor u otra persona autorizada en el documento mercantil. En cuanto al cheque, su origen consta aproximadamente del siglo XVIII y fue gracias a la corona de Inglaterra.

**4.3.6.5 Tarjetas.** Las primeras tarjetas de crédito nacieron en el año 1914, cuando la empresa Western Unión creó una tarjeta de fidelidad para sus clientes más exclusivos, con la que accedían a una línea de crédito sin recargos. Sin embargo, solamente a partir de 1958 que los bancos empezaron a introducir las tarjetas entre sus servicios. La primera tarjeta quedó posteriormente conocida como Visa.

**4.3.6.6 Pagos digitales.** Con el nacimiento de internet y del primer servidor en 1990 - World Wide Web-, comienza la venta de bienes y servicios a través de este nuevo canal de comunicación. Una de las pioneras fue la empresa Peapod, que ofrecía la posibilidad de comprar comestibles a través de un ordenador desde casa. Tras una revolución digital frenética en los últimos años, y con la incorporación de nuevas tecnologías, ahora también es posible pagar con el teléfono móvil o reloj digital.

**4.3.6.7 Criptomonedas.** En el año 1998, Wei Dai propone la idea de crear un tipo de dinero descentralizado, el cual tendría como base la criptografía como medio de control. Esto da lugar al concepto de criptomoneda. Los primeros intentos de crearla fueron hechos por David Chaum, mediante el DigiCash y el eCash. Sin embargo, no fue hasta el año 2009 cuando Satoshi Nakamoto (seudónimo) creó la primera criptomoneda, denominada bitcoin (Arroyo, 2021).

#### **4.3.7 Elementos que componen una tarjeta de crédito**

A continuación, los elementos físicos que debe tener una tarjeta de crédito, los cuales hacen que sea única entre un cliente y otro (Gestión, 2021).

**4.3.7.1 Nombre del Banco emisor.** En el anverso de la tarjeta de crédito, en la parte superior izquierda, va el nombre de la entidad bancaria que ha emitido la tarjeta.

**4.3.7.2 Chip.** Es un elemento de seguridad de la tarjeta de crédito. Está en la zona izquierda y refuerza la seguridad y rapidez cuando se compra. Su función es transferir datos a la hora de insertarlo en un cajero o terminal de pago.

**4.3.7.3 Número de tarjeta.** Es un código de 16 dígitos que aparece en la parte frontal. Las cuatro primeras cifras son de la entidad bancaria, la que sigue hace referencia al tipo de tarjeta (VISA, Mastercard, etc), los siguientes 10 números se designan a cada usuario específico y el último es un número de seguridad basado en un algoritmo especial.

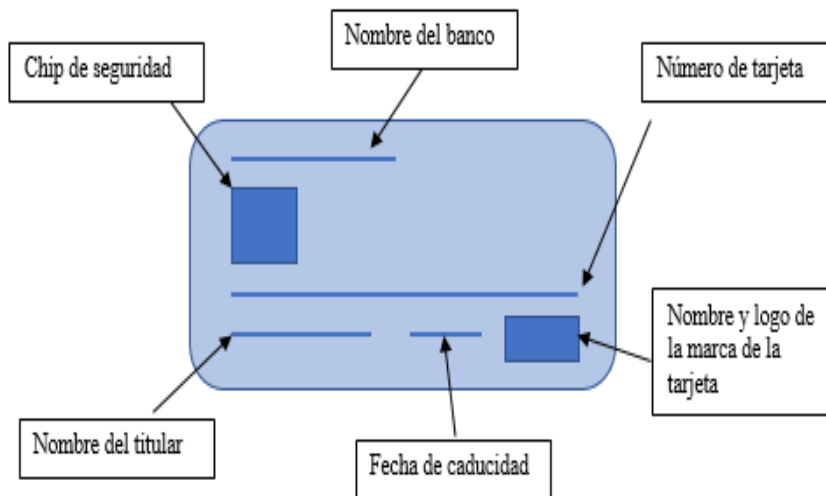
**4.3.7.4 Fecha de vencimiento.** Indica cuándo queda sin vigencia la tarjeta de crédito. Es de cuatro dígitos: los primeros dos corresponden al mes y los siguientes dos al año.

**4.3.7.5 Nombre del titular.** El nombre del titular de la tarjeta de crédito señala que esta es intransferible.

**4.3.7.6 Nombre y logo de la marca de la tarjeta.** En la zona inferior derecha está la marca internacional: Visa, Mastercard o American Express.

### Figura 1

Tarjeta de crédito de la parte frontal



Nota. Elaboración Propia

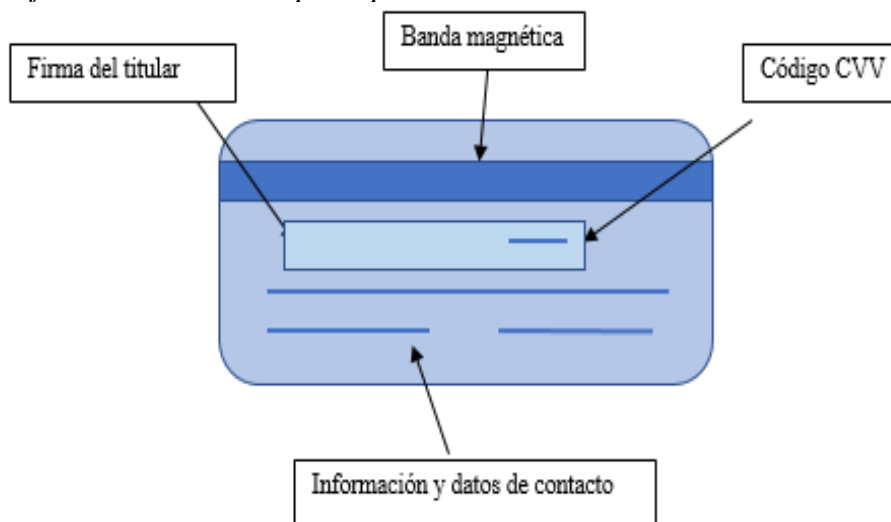
**4.3.7.7 Banda magnética.** En la parte de atrás de la tarjeta de crédito está la banda magnética que está a lo ancho y tiene grabados datos del titular y caracteres alfanuméricos, que están en un chip.

**4.3.7.8 Espacio para firmar.** También encontramos un espacio para que el titular pueda firmar, algo que es opcional, pero debe hacerlo por seguridad.

**4.3.7.9 Código CVV.** El código CVV es el número más importante de una tarjeta de crédito. Son 3 dígitos que se designaron para evitar el robo de identidad. Está a la derecha del panel de la firma y sirve para confirmar una compra, mayormente en línea.

### Figura 2

Tarjeta de crédito de la parte posterior



Nota. Elaboración propia

### 4.3.8 Tipos de tarjeta de crédito

Las tarjetas de crédito pueden ser una herramienta financiera útil para muchas personas, sin embargo, existen diferentes tipos y cada una tiene la intención de adaptarse a las capacidades y necesidades de cada persona (Konfio, 2021).

Los diferentes tipos de tarjetas de crédito pueden dividirse por características particulares como la oferta, beneficios y costos.

**4.3.8.1 Tipos de tarjetas de crédito por ingresos.** A continuación, veremos los diferentes tipos que existen.

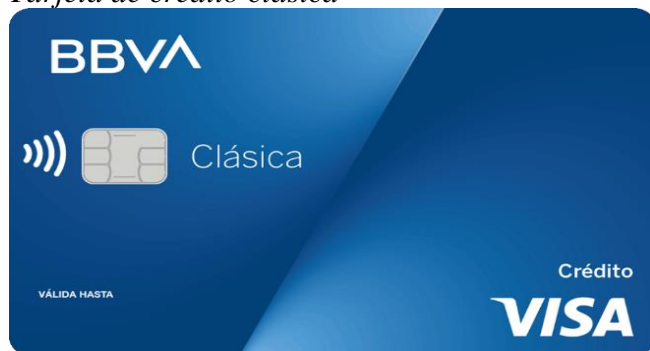
**4.3.8.1.1 Tarjeta de crédito Clásica.** El 75% de las tarjetas de crédito del mercado son llamadas “clásicas”, las cuales se ofrecen a personas que tienen ingresos entre 250 y 600 dólares. El límite de la línea de crédito va acorde a ello, pero las tasas de interés podrían llegar a ser altas debido a que son usuarios que representan mayor riesgo ante los bancos por su capacidad de pago (Konfio, 2021).

Algunos de los beneficios que puedes tener con una tarjeta de crédito clásica son:

- Anualidades bajas
- Tasa de interés fija
- Disposición del crédito en efectivo

#### Figura 3

*Tarjeta de crédito clásica*



*Nota.* Tomada de Banco Bilbao Vizcaya Argentaria BBVA (2023)

**4.3.8.1.2 Tarjetas de crédito Oro.** El nivel de ingresos para poder obtener una tarjeta de crédito oro debe ser de entre los 400 a 2500 dólares. La diferencia entre una tarjeta oro y una clásica, además del límite de la línea de crédito, radica en las recompensas y coberturas en seguros que ofrecen, por ejemplo, el seguro de viaje. Las tasas de interés pueden ser variables y el costo por anualidad un poco más alto (Konfio, 2021).

Beneficios de las tarjetas oro:

- Descuentos y ofertas especiales con negocios participantes
- Acumulación de puntos por dinero en efectivo
- Facilidad de transacciones
- Meses sin intereses en compras

**Figura 4**

*Tarjeta de crédito Oro*



*Nota.* Tomada de Mastercard Gold (2023)

**4.3.8.1.3 Tarjeta de crédito Platino.** El ingreso para acceder a una tarjeta de crédito “platino” debe ser mínimo de \$ 1400 hasta los \$ 4500. También se obtienen beneficios como descuentos y ofertas, pero ofrecen tasas de interés más bajas debido a que ya representas ser un muy buen cliente para los bancos (Konfio, 2021).

Beneficios que puedes obtener con las tarjetas platino:

- Recompensas dobles
- Seguros de asistencia
- Acceso VIP eventos y aeropuertos

**Figura 5**

*Tarjeta de crédito Platino*



*Nota.* Tomada de Visa Platinum (2023)

**4.3.8.2 Tipos de tarjetas de crédito por costo.** Otra característica por la que se dividen las tarjetas de crédito y que puede ayudarte a comparar entre las distintas disponibles en el mercado es el costo. Esto te ayuda a tramitar la más barata y aprovechar al máximo los beneficios que tienen (Konfio, 2021, p.1).

**4.3.8.2.1 Tarjetas sin anualidad.** Tal como su nombre lo dice este tipo de tarjetas de crédito no cobran cuota por anualidad, ya sea de manera permanente o por uso.

**4.3.8.2.2 Sin comisiones.** Algunos bancos te dan el beneficio de no cobrar comisiones por disponer efectivo, solicitar una tarjeta adicional, sobregiro, inactividad, entre otras.

**4.3.8.2.3 Tarjeta con tasa de interés baja.** Las tarjetas que más te convienen si sueles hacer varias compras y pagar a plazos, sin duda son las que ofrecen la tasa de interés más baja.

#### **4.3.9 Franquicias de tarjetas de crédito**

Las franquicias de tarjetas de crédito más usadas actualmente son: MasterCard y Visa, puesto que cuentan con el mayor número de plásticos y las transacciones que se realizan con estas franquicias superan en cerca de cinco veces las que se registran con Diners Club Y American Express (Restrepo, 2020).

**4.3.9.1 Diners Club.** Es una compañía que nació en 1950 como la primera tarjeta de crédito del mundo. Llegó a Colombia en el año 1962, siendo la primera tarjeta de crédito del país, y actualmente cuenta con más de 410.000 socios y es aceptada en cerca de 100.000 establecimientos afiliados. El Banco Davivienda es el propietario exclusivo de esta franquicia en Colombia y cuenta con exclusividad de sus servicios. A nivel internacional es aceptada en más de 19 millones de comercios y en más de 800 cajeros automáticos en cerca de 185 países del mundo. A continuación, en la Figura 6 se observa su imagen.

#### **Figura 6**

*Logotipo de Diners Club*



*Nota.* Tomada de Restrepo (2020).

## Características

- Acumulación de 1 punto por cada dólar facturado o su equivalente en pesos, los cuales pueden ser redimidos en productos del catálogo, en el centro de acompañamiento en viajes, o en bonos seguros.
- Financiación de compras y avances internacionales a 24 meses automáticamente.
- Programación del pago de sus servicios privados con cargo a su tarjeta de crédito con el servicio de domiciliación.
- Opción de débito automático del valor de su pago mínimo a sus cuentas Davivienda.
- Envío de extracto mensual de forma física o virtual.

**4.3.9.2 Visa:** Es la red comercial de pagos electrónicos más grande del mundo, por medio de sus tarjetas de crédito y débito logran generar un volumen de ventas de casi 3 billones de dólares anuales. Y en Europa existen más de 282 millones de tarjetas de crédito, débito y empresas Visa. A continuación, en la Figura 7 se observa su imagen.

### Figura 7

*Logotipo de crédito Visa*



*Nota.* Tomada de Restrepo (2020).

## Beneficios

- Compra online en estados unidos y Europa.
- Por tener Visa platinum, Visa signature o Visa infinite, te ofrecen una subscripcion gratuita por un año a la revista Revolution.
- Ofertas en Dolphin Mall

**4.3.9.3 Mastercard:** Es una marca de tarjetas de crédito y débito que fue creada originalmente por United Bank of California y quien posteriormente se alió con otros bancos tales como: First Interstate Bank, la compañía de servicios financieros Wells Fargo & Co, Crocker National Bank y el California First Bank.

Como empresa especializada en tecnología, conectan personas, empresas y organizaciones en todo el mundo, creando mejores oportunidades para todos. No emiten

tarjetas, pero permiten que se realicen pagos las 24 horas del día en todas las partes del mundo.

En la Figura 8 se muestra la tarjeta de Mastecard.

### **Figura 8**

*Logotipo de Mastercard*



*Nota.* Tomada de Restrepo (2020).

**4.3.9.4 American Express.** Es una institución financiera cuya sede está ubicada en Nueva York, la cual cuenta con más de 1700 oficinas en más de 130 países en todo el mundo. Entre su portafolio de servicios es posible encontrar: tarjetas de crédito, cheques de viaje, banca en línea, entre otros. En Colombia, Bancolombia es el banco autorizado para emitir productos de la marca American Express y fue dicho banco quien en el año 2002 lanzó su servicio de tarjetas American Express. En la Figura 9 se observa su imagen.

### **Figura 9**

*Logotipo de American Express*



*Nota.* Tomada de Restrepo (2020).

### **Beneficios**

- Si paga con la tarjeta recibe Cinemark 2x1 en boletas, accede a este beneficio todos los días pagando con las tarjetas.
- Obtiene membresía Rappi Prime por dos meses, haz tus compras, el mercado o pide tu Rappi Favor, que es la opción que permite a los clientes pedir a los repartidores tareas sencillas como llevar las llaves de la casa a un familiar o pedir comida en un negocio no registrado en la aplicación.



- Experiencia exclusiva en gastronomía en AmexForFoodies.

#### **4.3.10 Manejo de las tarjetas de crédito**

La tarjeta de crédito es una herramienta muy valiosa que permite en la actualidad abrir las puertas a un mundo de oportunidades en el área de las transferencias, y de esa forma se mantiene cuidadosamente una educación financiera para no malgastar ese dinero que puede ser una gran ayuda para la vida cotidiana de las personas. Al entregar la entidad financiera una tarjeta le otorga un límite de crédito para el uso común, al iniciar la utilización de dicho dinero se convierte en calidad de préstamo hasta su cancelación. Siendo ésta la forma de disponer de un crédito continuo a lo largo de la vida siempre y cuando sea de una forma responsable (Armijos, 2019).

Daza (2014), indica que las tarjetas de crédito otorgan al cliente otros beneficios derivados del buen historial crediticio, por lo que el manejo oportuno de la tarjeta de crédito, además de ahorrarle al cliente problemas, le puede significar descuentos, promociones, sorteos, o puntos que pueden ser intercambiables por dinero en efectivo, bienes o servicios.

El Telégrafo (2019) da algunos consejos para el uso correcto de las tarjetas de crédito:

- Realizar un presupuesto mensual de ingresos y gastos.
- Identificar qué tipo de consumo se pueden diferir tomando en cuenta el tiempo de duración del producto.
- No diferir las compras del supermercado, restaurantes o de productos con poca vida útil.
- Nunca olvidar que la tarjeta de crédito es dinero que el banco emisor le presta y que debe pagarse.
- No considerar a la tarjeta como dinero extra a sus ingresos ordinarios.
- Revise siempre su estado de cuenta y compárelo mes a mes.
- Trate siempre de pagar antes de la fecha final.
- En caso de dudas, revise su contrato y comuníquese con el banco emisor. (pág. 4)

#### **4.3.11 Estructura del sistema financiero ecuatoriano**

El sistema financiero ecuatoriano se encuentra compuesto por instituciones financieras privadas (bancos, sociedades financieras, cooperativas y mutualistas); instituciones financieras públicas; instituciones de servicios financieros, compañías de seguros y compañías auxiliares del sistema financiero. Según la Superintendencia de Bancos, los bancos constituyen el mayor

y más importante participante del mercado con más del 90% de las operaciones del total del sistema (Romero, 2015).

Según el Código Monetario y Financiero, que entró en vigencia en septiembre 2014, las nueve sociedades financieras existentes en el país deberán convertirse en bancos en un plazo de 18 meses; y agrega como parte del sector de la economía popular y solidaria a las mutualistas de vivienda (Romero, 2015).

Sociedades Financieras: “Son intermediarias en el mercado financiero, en la cual actúan de manera habitual, captando recursos del público para obtener fondos a través de depósitos, con el objeto de utilizar los recursos obtenidos parcialmente, en operaciones de crédito e inversión” (Rocío, 2011).

**4.3.11.1 Principales instituciones del sistema financiero.** Dentro del sistema financiero participan las siguientes instituciones en donde se mencionará la función de cada uno. (Romero, 2015)

**4.3.11.1.1 Banco.** Es una institución que se encarga de cuidar el dinero que es entregado por los clientes y utiliza parte del dinero entregado para dar préstamos cobrando una tasa de interés.

**4.3.11.1.2 Sociedad financiera.** Es una institución que tiene como objetivo intervenir en el mercado de capitales y otorgar créditos para financiar la producción, la construcción, la adquisición y la venta de bienes a mediano y largo plazo.

**4.3.11.1.3 Cooperativas de ahorro y crédito.** Es la unión de un grupo de personas que tienen como fin ayudarse los unos a los otros con el fin de alcanzar sus necesidades financieras. La cooperativa no está formada por clientes sino por socios, ya que cada persona posee una pequeña participación dentro de esta.

**4.3.11.1.4 Mutualistas.** La unión de personas que tienen como fin el de apoyarse los unos a los otros para solventar las necesidades financieras. Generalmente las mutualistas invierten en el mercado inmobiliario. En el Código Orgánico Monetario y Financiero (2014) menciona los actuales medios de pago en el Ecuador:

- Las divisas del dólar de los Estados Unidos de América.
- Los cheques.
- Las transferencias por medios electrónicos o digitales.
- Las tarjetas de crédito y débito y otros de similar naturaleza.

#### **4.3.12 Definiciones**

Según el glosario de términos de la Superintendencia de Bancos (2017), define como:

**4.3.12.1 Crédito.** Es el uso de un capital ajeno por un tiempo determinado a cambio del pago de una cantidad de dinero que se conoce como interés. Obtención de recursos financieros en el presente sin efectuar un pago inmediato, bajo la promesa de restituirlos en el futuro en condiciones previamente establecidas.

**4.3.12.2 Crédito Bancario.** Es un contrato por el cual una entidad financiera pone a disposición del cliente cierta cantidad de dinero, el cual deberá de devolver con intereses y comisiones según los plazos pactados.

**4.3.12.3 Créditos Comerciales.** Todos aquellos dirigidos al financiamiento de actividades productivas, las operaciones de tarjetas de crédito corporativas y los créditos entre instituciones financieras. Crédito Corriente: Préstamo concedido a través de una tarjeta de crédito donde el cliente realiza sus consumos y puede pagar sin recargo en el mes siguiente al estado de cuenta.

- **Crédito Diferido hasta 24 meses:** Este crédito le permite al socio de una tarjeta de crédito efectuar sus consumos con un financiamiento, en cuotas iguales, incluido un interés.
- **Planes pagos sin intereses:** El socio puede solicitar, en los establecimientos afiliados a la tarjeta de crédito, los planes a 3, 6 y 12 pagos, sin interés.

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

**4.3.12.5 Crédito Diferido.** Ingreso contabilizado antes de que el valor por lo que éste se reciba se entregue total o parcialmente. También conocido como ingreso diferido.

**4.3.12.6 Financiamiento.** Acción y efecto de financiar un proyecto o actividad económica.

**4.3.12.7 Plazo.** Es el tiempo por el cual se ha concedido la operación de crédito. Póliza: Documento público, en el que se especifica que los valores reseñados en el mismo son de propiedad de determinado titular.

**4.3.12.8 Solvencia.** Capacidad de una persona natural o jurídica para hacer frente a sus obligaciones de pago a medida que éstas llegan a su vencimiento. Capacidad de las instituciones financieras para atender sus eventualidades y obligaciones sin que se afecte su patrimonio. La solvencia se relaciona con la situación económica de una entidad, a diferencia de la liquidez que se refiere principalmente a la capacidad para el pronto pago.

**4.3.12.9 Tasa de interés.** Es el porcentaje que se aplica al capital, para obtener el interés. Generalmente hace referencia a un lapso de tiempo que es el precio del dinero, donde se percibe como un costo para el deudor los recursos y como un beneficio para el acreedor. Por medio de las tasas de interés se determina con exactitud y anticipadamente el monto de los beneficios o los costos de una transacción. Las tasas de interés dependen del plazo y del riesgo. A menor liquidez menor tasa de interés.

**4.3.12.10 Sistema Financiero.** Es un conjunto de instituciones que tiene como función principal organizar el mercado y canalizar los recursos financieros desde los agentes financieros excedentarios (ahorradores) y los deficitarios demandantes de capital (inversionistas y prestatarios).

**4.3.12.11 Solicitante tarjeta prepago.** Persona natural o jurídica que requiere a la entidad financiera la emisión de una tarjeta prepago recargable o no recargable, con cargo a su cuenta bancaria o tarjeta de crédito.

**4.3.12.12 Costo por emisión de la tarjeta.** Tarifa que se cobra por la entrega de la tarjeta de débito o crédito.

**4.3.12.13 Cargos por tarjetas de crédito.** Son los valores máximos autorizados por la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera que podrán ser cobrados por las entidades financieras por los planes de recompensa en tarjetas de crédito y prestaciones en el exterior. Adicionalmente, corresponde a los servicios de emisión del plástico de la tarjeta de crédito con chip, renovación y reposición de ésta por pérdida, robo o deterioro físico con excepción de los casos de fallas en la banda lectora o chip.

## **4.4 Fundamentación Legal**

### **4.4.1 Leyes de la constitución de las empresas emisoras**

La base legal y las reglas que deberán seguir las empresas emisoras de tarjetas de crédito, los establecimientos comerciales y los tarjetahabientes se encuentran en la siguiente Codificación de resoluciones monetarias, financieras, de valores y seguros. Tomando como referencia la más actualizada del año 2018.

**Art. 2.-** Únicamente las entidades financieras pueden actuar como emisores, y/u operadores de tarjetas de crédito directamente o a través de una entidad auxiliar del sistema financiero.

**Art. 3.-** Son entidades financieras emisoras de tarjetas de crédito las que prestan servicios de carácter financiero, mediante la emisión o por concesión de marca, administración, financiamiento o mercadeo de tarjetas de crédito y de afinidad de

circulación general, en moneda de curso legal; así como tarjetas de crédito y de afinidad de sistema cerrado y de sistema cerrado de circulación restringida, en moneda de curso legal; y, que realizan las siguientes actividades, indistintamente a las actividades financieras propias de la entidad:

1. Emitir y promover la tarjeta de crédito;
2. Calificar y aprobar las solicitudes de los tarjetahabientes y de afiliación de establecimientos;
3. Conceder líneas de crédito, ya por utilización de la tarjeta de crédito en establecimientos comerciales o por entrega de dinero en efectivo;
4. Efectuar cobros a los tarjetahabientes y pagos a los establecimientos;
5. Recibir fondos de sus tarjetahabientes con la finalidad de efectuar pagos a sus futuros consumos; y,
6. Otras actividades estrictamente relacionadas con el objeto de las entidades financieras emisoras y/u operadoras de tarjetas de crédito, las que deberán ser previamente autorizadas y reportadas a la Superintendencia de Bancos

Los emisores de las tarjetas de crédito podrán operar por sí mismos dichas tarjetas o contratar su operación total o parcial con una entidad auxiliar del sistema financiero autorizada por la Superintendencia de Bancos.

**Art. 4.-** Son operadoras de tarjetas de crédito, las autorizadas a operar como tales, que convienen con una entidad financiera emisora en realizar cualquiera de las actividades detalladas en el artículo 3 de la presente norma mediante un contrato de servicios provistos por terceros, excepto la emisión de tarjetas de crédito a su nombre y la concesión de líneas de crédito a tarjetahabientes. Las entidades auxiliares del sistema financiero que mantienen contratos de operación de tarjetas de crédito con las entidades financieras emisoras y/u operadoras de tarjetas de crédito deberán sujetarse a las disposiciones establecidas en la norma de riesgo operativo.

**Art. 5.-** Cuando una entidad financiera opere con tarjetas de crédito utilizando una marca de servicios que pertenezca a un tercero, deberá aplicar lo dispuesto por la Superintendencia de Bancos mediante norma de control.

**Art. 6.-** Las entidades financieras autorizadas para emitir u operar tarjetas de crédito únicamente podrán ofrecer a sus tarjetahabientes para el pago de sus consumos corrientes, saldo diferido o saldo rotativo, la modalidad de pago mínimo, parcial o total. Para el caso de consumos realizados en el exterior con tarjetas, el valor del consumo deberá ser convertido a la moneda de curso legal en Ecuador, a la cotización de venta

del mercado libre de divisas correspondiente a la fecha que se recibe el débito del exterior, que deberá ser notificada al tarjetahabiente en el estado de cuenta.

**Art. 7.-** Las entidades financieras podrán brindar servicios y ofertar al público diferentes tipos de tarjeta previa autorización del organismo de control. La Superintendencia de Bancos en ejercicio de sus atribuciones legales, dispondrá la modificación del texto de los contratos y formatos puestos en su conocimiento, cuando no se ajusten al régimen normativo vigente o cuando existan cláusulas abusivas definidas en la Ley de Defensa al Consumidor.

**Art. 8.-** Las tarjetas deben ser previamente solicitadas por los clientes. Las entidades del sector financiero público y privado no podrán emitir tarjetas sin la aceptación previa y por escrito del cliente. Si una entidad financiera emite una tarjeta que no haya sido solicitada y aceptada por escrito por el cliente, será considerada nula y por tanto no podrá generar ningún costo o cargo para el mismo.

#### **4.4.2 *Leyes de los formatos de las tarjetas de crédito***

**Art. 9.-** Las entidades del sector financiero público y privado, para la emisión de tarjetas de crédito y para la concesión de la correspondiente línea de crédito a sus tarjetahabientes, aplicarán y observarán los términos establecidos en el modelo de contrato que la Superintendencia de Bancos determine mediante norma de control.

**Art. 10.-** Las entidades financieras emisoras y/u operadoras de tarjetas de crédito, cobrarán interés en los siguientes casos:

1. Si el tarjetahabiente ha realizado el pago mínimo o mayor al mínimo sin cubrir el pago total dentro de la fecha máxima de pago, cobrará interés de financiamiento sobre: El saldo del capital de los valores pendientes de cancelación de los consumos corrientes, desde la fecha máxima de pago; y/o, el saldo rotativo desde la fecha de inicio de corte.
2. Si vencida la fecha máxima de pago el tarjetahabiente no ha cubierto al menos el pago mínimo, las entidades financieras emisoras y/u operadoras de tarjetas de crédito cobrarán interés de mora exclusivamente sobre el valor de capital no cubierto correspondiente al pago mínimo desde la fecha máxima de pago. Además, se cobrará interés de financiamiento, sobre: El saldo del capital de los valores pendientes de cancelación de los consumos corrientes del mes, excluyendo la cuota de capital considerada en el pago mínimo, desde la fecha máxima de pago; y/o, el saldo rotativo excluyendo la cuota de capital considerada en el pago mínimo desde la fecha de inicio de corte.

Los consumos diferidos, en ningún caso, generarán un interés de financiamiento adicional al pactado con el cliente.

Cuando el tarjetahabiente mantenga saldos rotativos y realice abonos parciales o cancele la totalidad de la deuda se realizará el recálculo de intereses de financiamiento sobre el saldo de capital pendiente al momento de la cancelación. Para el caso de consumos diferidos se realizará el recálculo cuando efectúe la precancelación o cancelación total.

El orden que las entidades emisoras y/u operadoras de tarjetas de crédito deben aplicar para el pago de tarjetas de crédito es la siguiente: impuestos, prima de seguro, interés de mora, intereses de financiamiento, cuotas de los consumos diferidos, porcentaje de capital del saldo rotativo (% considerado en la metodología de pago mínimo), gastos, consumos corrientes correspondientes al mes de facturación en su orden desde el más antiguo; y, en caso de que exista un sobrante de pago se aplicará al saldo rotativo.

**Art. 11.-** Los contratos de afiliación con los establecimientos comerciales o de servicios, deberán contener los requisitos mínimos que para el efecto establezca la Superintendencia de Bancos.

**Art. 12.-** Las notas de cargo físicas o electrónicas contendrán la información que determine la Superintendencia de Bancos.

**Art. 13.-** La entidad financiera entregará mensualmente al tarjetahabiente titular, en forma física, el estado de cuenta de su tarjeta de crédito, el que deberá presentarse con base al modelo que la Superintendencia de Bancos determine para el efecto. La entidad financiera, previa solicitud y aceptación expresa y escrita del titular de la tarjeta de crédito, deberá entregar el estado de cuenta en igual formato, al correo electrónico determinado por el tarjetahabiente, el cual reemplazará al estado de cuenta físico.

**Art. 14.-** La entidad financiera emisora y/u operadora de tarjetas de crédito entregará a sus tarjetahabientes y establecimientos afiliados una copia de los contratos suscritos con éstos.

**Art. 15.-** La entidad financiera podrá ofrecer a sus tarjetahabientes planes de recompensa y prestaciones en el exterior.

**Art. 16.-** El acceso a los planes de recompensa (acumulación y redención) será de manera inmediata después de que se haya realizado la aceptación por escrito del plan. La redención o canje de los puntos, millas, dinero u otros, no estará sujeta a condiciones o cargos adicionales, sino a las condiciones previamente establecidas y aceptadas por el tarjetahabiente. Cualquier mecanismo adicional y especial de redención será debidamente comunicado a los usuarios y no representará ningún cargo adicional.

**Art. 17.-** Los titulares de las tarjetas de crédito que cuentan con planes de recompensa propios tienen el derecho de ceder los beneficios de los mencionados planes a otro tarjetahabiente que cuente con el mismo tipo de plan, sin costo adicional por el traspaso.

**Art. 18.-** El cobro de cargos por planes de recompensa y prestaciones en el exterior, se realizará a la tarjeta de crédito principal, sin importar si el tarjetahabiente tiene tarjetas adicionales (Junta de Regulación Monetaria y Financiera, 2018).

#### **4.4.3 Medios de pago**

**Art. 99. -** Otros medios de pago. Son medios de pago las divisas distintas del dólar de los Estados Unidos de América, los cheques, las transferencias por medios electrónicos o digitales, las tarjetas de crédito y débito y otros de similar naturaleza, en los términos que determine y regule la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. (Código Orgánico Monetario y Financiero, 2014)

**Art. 100.-** Obligaciones en otros medios de pago. Se podrán pactar obligaciones en medios de pago distintos a los del artículo 94, de conformidad con las regulaciones que emita la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera (Código Orgánico Monetario y Financiero, 2014).

#### **4.4.4 Funciones de la tarjeta de crédito**

Salvatierra (2007), afirma que “la tarjeta es un instrumento jurídico que permite a su titular realizar determinadas operaciones con el propio emisor o con terceras personas, substituyendo la necesidad de utilizar dinero en efectivo, cheque u otros documentos mercantiles” (p.2). Funciona como medio de pago documental o escritural, en operaciones con trascendencia económica. La tarjeta ante todo responde a una necesidad de la sociedad contemporánea.

La 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 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 (Salvatierra, 2007).

**4.4.4.1 Funciones económico-sociológico.** La tarjeta es un instrumento de desarrollo comercial y financiero. 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 substituido en buena parte al cheque, y su mayor mérito, es que ha conseguido ser



aceptada sin problemas en las compras de consumo. La tarjeta por otra parte permite al establecimiento comercial una ampliación del espectro del consumidor, al cual puede llegar con mayor facilidad, para la venta de sus bienes o la prestación de sus servicios: la tarjeta insta al consumo (Salvatierra, 2007).

**4.4.4.2 Funciones jurídicas.** La tarjeta es un instrumento de identificación, su función primaria permite el uso del resto de funciones específicas. En realidad, hablar de la tarjeta como “medio de identificación”, que sirve tanto a sus funciones jurídicas como a las económico-sociológicas. La identificación por sí no tendría sentido. 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. Empero, creemos adecuado examinar la identificación entre las funciones jurídicas, por el efecto de legitimación que en sentido estricto proporciona al titular. 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, relativa al tipo y números de cuentas. Límites de crédito y de efectivo disponible (Salvatierra, 2007).

De acuerdo a la Superintendencia de Bancos (2017) el contrato a celebrarse entre las entidades financieras y los usuarios deberá tener como base los siguientes puntos.

- Derechos del tarjetahabiente en cuanto a realización de consumos;
- Declaración de intransferibilidad de las tarjetas de crédito;
- Determinación de la propiedad de la tarjeta;
- Definición y explicación de todos los costos, gastos, honorarios, cargos y otras retribuciones inherentes al servicio, puntualizando la metodología de cálculo individual y la base sobre la que se calculan;
- Determinación de que la fecha máxima de pago deberá ser de al menos quince días posteriores a la fecha de corte;
- Facultad de la entidad financiera de cobrar interés de financiamiento si el tarjetahabiente ha realizado el pago mínimo o mayor al mínimo sin cubrir el pago total dentro de la fecha máxima de pago, sobre el saldo del capital de los valores pendientes de cancelación de los consumos corrientes, desde la fecha máxima de pago; y/o, el saldo rotativo desde la fecha de inicio de corte;
- Facultad de la entidad financiera de cobrar interés de mora si vencida la fecha máxima de pago el tarjetahabiente no ha cubierto al menos el pago mínimo, exclusivamente sobre el valor de capital no cubierto correspondiente al pago mínimo desde la fecha máxima de pago.

Además, se cobrará interés de financiamiento, sobre: el saldo del capital de los valores pendientes de cancelación de los consumos corrientes del mes, excluyendo la cuota de capital considerada en el pago mínimo, desde la fecha máxima de pago; y/o, el saldo rotativo excluyendo la cuota de capital considerada en el pago mínimo desde la fecha de inicio de corte;

- Indicación de que los consumos diferidos, en ningún caso, generarán un interés de financiamiento adicional al pactado con el cliente;
- Plazo de vigencia del contrato y condiciones para su renovación y terminación anticipada;
- Fecha máxima de pago para cancelar el pago total o pago mínimo; en caso de permitirse pagos mínimos de la alícuota del crédito rotativo determinar la metodología de cálculo del mínimo a pagar;
- Forma de emisión y entrega del estado de cuenta y periodicidad, la que deberá ser al menos mensual;
- Plazo dentro del cual el tarjetahabiente debe manifestar la inconformidad con los saldos contenidos en el estado de cuenta, no menor a quince (15) días;
- Condiciones y procedimientos relacionadas con la pérdida, sustracción o deterioro de la tarjeta; y la forma de notificación;
- Procedimiento a seguirse para la reclamación por errores de facturación;
- Definición del cupo o línea de crédito asignado al tarjetahabiente, con indicación de la frecuencia y mecanismo de su reajuste;
- Determinación de constitución de la garantía, si la hubiere. La garantía personal tendrá una vigencia máxima de dos (2) años, luego de lo cual será necesario que el garante la ratifique o en caso de que la niegue, el tarjetahabiente podrá constituir nuevas garantías. En ningún caso se considerará renovada tácitamente la garantía constituida inicialmente;
- La especificación de que el garante de un tarjetahabiente podrá, en cualquier tiempo, retirar la garantía concedida y no será responsable por los consumos que efectúe el tarjetahabiente, a partir de la fecha de notificación del particular al emisor y/o al operador de tarjetas de crédito;
- La indicación expresa de la responsabilidad de la entidad financiera frente al cliente por los servicios que prestará;
- Derechos y obligaciones del cliente;
- Cobertura de uso;
- Los canales a través de los cuales se solicitará y prestará el servicio;

- Información sobre el manejo de dispositivos electrónicos o dispositivos móviles;
- Identificación de los posibles riesgos asociados al uso de los servicios contratados;
- Un extracto de las políticas y mecanismos implementados por la entidad financiera para efectuar la gestión de cobranza extrajudicial y judicial;
- Causas de terminación del contrato;
- Solución de controversias (págs. 4-6).

## **4.5 Marco histórico**

### **4.5.1 Origen de la Tarjeta de Crédito**

Las tarjetas de crédito tienen su origen en 1914 cuando la empresa Western Unión creó una tarjeta que daba ventajas a sus clientes más selectos. Permitía disfrutar de un trato preferente y también de una línea de crédito sin coste alguno. En las décadas venideras varias grandes empresas le copiaron la idea. En principio eran tarjetas de fidelización que incluían el crédito. Inicialmente, sólo permitían pagar en los establecimientos de la empresa emisora (Arco, 2016)

Después de la Segunda Guerra Mundial, surgieron con renovado ímpetu nuevas tarjetas. Pero sólo fue hasta 1950 cuando salió la tarjeta Diners Club, que una misma tarjeta de crédito fue aceptada por una variedad de comercios. En 1951 el Franklin National Bank de Long Island, Nueva York, emitió una tarjeta que fue aceptada por los comercios locales y poco después alrededor de 100 bancos. Sin embargo, como estas sólo 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 (Rodríguez, 2002).

La creación de la tarjeta bancaria de crédito no es más que el último eslabón en la cadena evolutiva del intercambio de valores. Además de que cumple con las tres funciones principales de una intermediaria financiera, ya que transfiere fondos; es un instrumento de créditos y bajo los aspectos de seguridad contribuye a llenar la función de custodia de valores. Rodríguez (2002), afirma que “debido al avance tecnológico y al crecimiento del mercado, las tarjetas de crédito han dejado de ser un instrumento clasista para introducirse en el mercado de las masas, lo que ha creado un aumento en las operaciones a nivel mundial” (p.1).

### **4.5.2 Evolución de la tecnología de las tarjetas de crédito**

Un gran avance en la tecnología de las tarjetas de crédito en la década de 1960 fue el catalizador de la popularización de las mismas como método de pago. A un ingeniero de IBM llamado Forrest Parry se le atribuye la colocación de cinta magnética en el reverso de las tarjetas para que los consumidores pudieran «pasar» su información en un terminal de punto de venta.

La cinta magnética se utilizaba originalmente para almacenar información de audio y Parry estaba buscando la manera de que contuviera información del titular de la tarjeta para ponerla en una tarjeta de crédito. Cuenta la leyenda que la mujer de Parry, que estaba planchando, le sugirió que planchara la cinta en la tarjeta y así nació la banda magnética (Frankel, 2021).

Con los avances tecnológicos llegan los que intentan aprovecharse de ellos. A medida que las tarjetas de crédito ganaban popularidad, también lo hacían los estafadores que utilizaban sus propios métodos para hacer cargos falsos utilizando la información de las tarjetas de otros. El fácil acceso de pasar una tarjeta significaba que los ladrones podían utilizar una tarjeta que encontraran o robaran. Los más sofisticados desarrollaron un proceso conocido como *skimming* en el que el ladrón podía desviar la información con su propio lector para robar la información del titular de la tarjeta. En 1984 se desarrolló una tecnología más segura en Francia, cuando se incorporaron microprocesadores a las tarjetas que podían ser leídos por terminales de pago especializados. En 1994, todas las tarjetas de crédito y débito de Francia empleaban esta tecnología que, combinada con un PIN, o número de identificación personal, añadía capas adicionales de protección al proceso de pago (Frankel, 2021).

#### **4.6 Variables de estudio**

Las variables en un estudio de investigación constituyen todo aquello que se mide, la información que se colecta o los datos que se recaban con la finalidad de responder las preguntas de investigación, las cuales se especifican en los objetivos. Su selección es esencial de los protocolos de investigación (Villasís y Miranda, 2016).

##### **4.6.1 Variable A: Uso de la tarjeta de crédito**

Para González (2013), uno de los mecanismos más fáciles de utilizar son las tarjetas de crédito y definidas como el medio por el cual la entidad que emite el documento le otorga un crédito al receptor, para emplearlo en compras, pagos y adquisición de bienes o servicios. Estas también permiten al usuario realizar avances en efectivo, cuyo registro en el sistema queda bajo la misma entidad financiera emisora.

Las tarjetas de crédito se expiden mediante un contrato comercial entre la entidad financiera y el cliente adquirente, con un plástico como soporte de representación de crédito, que se podrá presentar en cualquier local comercial en donde el usuario desee realizar su pago o compra. La entidad financiera a cambio cobrará una comisión por cada transacción que sea realizada (González, 2013).

El uso de la tarjeta de crédito requiere prudencia y control, caso contrario esta herramienta de financiamiento puede convertirse en un dolor de cabeza para la economía

familiar; este tema ha sido motivo de análisis en otros estudios y de noticias en los diferentes diarios del país, en donde periódicamente están difundiendo el riesgo en el mal manejo y el sobreendeudamiento de las personas como respuesta a un consumismo exagerado frente a los servicios y productos ofrecidos amparados en los créditos fáciles que ofrecen las tarjetas (Beltrán, 2014).

Ciertas tarjetas te permiten diferir el pago del crédito a lo largo de varios meses. Por lo general, debes pagar un pequeño interés por este beneficio, aunque dependiendo de la tarjeta y de la entidad financiera, existe la opción de diferir pagos sin intereses. Es importante saber que tienes un límite de crédito dependiendo de tu perfil financiero y tu historial crediticio. Si tienes un ingreso mensual mayor y un mejor historial crediticio, puedes ser elegible para un cupo disponible para tus gastos más amplio. Y la inversa también aplica (DinersClub, 2021).

Esta tarjeta es muy útil cuando no tienes dinero en efectivo en casos de emergencia o compras necesarias, pero no es recomendable usarla para compras o inversiones a largo plazo.

#### **4.6.2 Variable B: Medio de pago**

Antes del surgimiento del dinero era el trueque lo que permitía que las mercancías fueran cambiadas entre sí. Con el tiempo aparecieron las monedas y billetes. Estos tuvieron su antecedente en productos como la sal y después en los metales preciosos como el oro y la plata. Pero todo es evolución y el dinero dio lugar a otras formas más sofisticadas de pagar bienes o contratar servicios. Las tarjetas de débito o crédito son un claro ejemplo. Con el desarrollo digital, hay otros instrumentos como las plataformas de pago de Internet. Todos ellos tienen el objetivo de facilitar las transacciones económicas (Arias, 2020).

Los medios de pago son un conjunto de herramientas que sirven para realizar el pago de transacciones económicas entre los diferentes agentes económicos, evitando que se tenga que emplear dinero físico como monedas y billetes (Edufinet, 2023).

Los principales instrumentos de pago son las tarjetas y los documentos mercantiles tales como el cheque, el pagaré y la letra de cambio. Igualmente, y dada la internacionalización de las relaciones comerciales, cobran especial relevancia los instrumentos empleados en el comercio exterior, entre los cuales destacan el crédito documentario, las remesas y las órdenes de pago (Edufinet, 2023).

Según Arias (2020) entre los ejemplos más destacados de medio de pago se encuentran:

- El dinero, monedas y billetes
- Los cheques, en todas sus modalidades
- Las tarjetas de débito o crédito

## **5. Metodología**

### **5.1 Área de investigación**

El cantón Yantzaza se encuentra en la provincia de Zamora Chinchipe. Es una ciudad pequeña, localizada en el sureste del Ecuador, su densidad de población es de 18,86/km<sup>2</sup> y cuenta con una superficie de 99.000 hectáreas. Se caracteriza por ser una ciudad con clima tropical seco. Se ubica en el límite Norte, desde la intersección entre la línea de cumbre de la Cordillera de Campana Urcu y el paralelo geográfico hacia el Este, hasta alcanzar dichas nacientes, de estas el río Pachicutza, aguas abajo, hasta su afluencia en el río Chuchumbleta. (Yantzaza, Zamora-Chinchipe, Ecuador 2021).

### **5.2 Enfoque Mixto**

Para al enfoque mixto utilizado en este estudio, se eligieron dos instrumentos para la recolección de datos: el enfoque cualitativo que ayudó a la recopilación de datos para obtener una comprensión profunda y detallada de las percepciones, opiniones y experiencias de los usuarios y comerciantes locales con respecto al uso de tarjetas de crédito, la cual fue utilizada en los objetivos 1 y 2 donde se obtuvo una visión holística de cómo se llevan a cabo las transacciones con tarjetas de crédito en los diferentes entornos comerciales de la ciudad. Y por otra parte, el enfoque cuantitativo que aportó en la recopilación de datos para obtener la información necesaria para el estudio del uso de la tarjeta de crédito como medio de pago en la ciudad de Yantzaza, en donde se realizó una encuesta a una muestra representativa de la población, para recopilar los datos sobre el consumo de tarjetas de crédito en la ciudad, la frecuencia con la que se utilizan, los tipos de tarjetas más comunes, los montos promedio de transacción, entre otros indicadores cuantitativos. Permitió obtener una visión más amplia y objetiva del uso de tarjetas de crédito, identificando tendencias y patrones que podrían no ser evidentes a través de estos métodos.

### **5.3 Tipo de investigación**

#### **5.3.1 Investigación descriptiva**

La investigación descriptiva permitió reconocer y describir las causas que influyen positiva o negativamente en las tarjetas de crédito, con el objetivo de poder brindar información necesaria para el mejoramiento de uso de las tarjetas en la población.

#### **5.3.2 Investigación explicativa**

Esta investigación permitió acercarnos detalladamente a describir el problema o beneficio que se obtuvo de las tarjetas de crédito como medio de pago en la ciudad de Yantzaza,

con el fin de encontrar las diferentes causas del mismo y así mismo lograr soluciones para el buen uso.

#### **5.4 Método de investigación**

Para el presente trabajo se utilizó diferentes procesos de investigación teóricas, los necesarios para poder expresar razonamientos lógicos sobre los resultados obtenidos en toda la investigación.

##### **5.4.1 Método analítico**

Este método permitió analizar de manera propia cada una de las variables de estudio del actual proyecto de investigación, y de esa forma se llegó a una generalización del tema, cuyo contenido va más allá de los hechos anteriormente observados con el uso de las tarjetas de crédito como medio de pago en la ciudad de Yantzaza, en donde se pudo diferenciar las hipótesis con la veracidad.

##### **5.4.2 Método inductivo**

El método actual se encargó de estudiar los hechos, que accedió a realizar la investigación iniciando desde los datos obtenidos a través de la encuesta la cual fue ejecutada a los habitantes de la ciudad de Yantzaza, para después estudiarlas en forma propia y luego de forma general o completa.

##### **5.4.3 Método deductivo**

Este método permitió llegar a las conclusiones específicas sobre el uso de tarjetas de crédito en la ciudad de Yantzaza, en donde se proporcionó recomendaciones prácticas para el buen manejo de las tarjetas.

#### **5.5 Diseño de la investigación**

El diseño que se utilizó para la siguiente investigación fue longitudinal, ya que implicó llevar a cabo un estudio en un tiempo determinado, para comprender cómo cambia o se mantiene el comportamiento de los usuarios y comerciantes en relación con el uso de tarjetas de crédito en la ciudad (Muguira, 2018).

#### **5.6 Técnicas y herramientas**

Entre las diversas técnicas y herramientas existentes que facilitan la recaudación de información, se utilizaron las siguientes para la presente investigación:

##### **5.6.1 Observación**

A través de esta técnica se creó una relación profunda entre el investigador y el panorama real del uso de las tarjetas de crédito como medio de pago en la ciudad de Yantzaza,

con el fin de utilizar las observaciones o realidades sociales presentes y a la gente que normalmente utilizan las tarjetas de crédito y realizan sus actividades.

### 5.6.2 Encuesta

Mediante esta técnica se logró adquirir información necesaria para la investigación, lo cual fue mediante dos cuestionarios previamente elaborados por el encuestador, donde la primera constó de 15 preguntas cerradas, relacionadas al consumo de las tarjetas, para que nomás las utilicen y sobre el conocimiento que tienen, misma que se encuentra en el Anexo 1; el segundo cuestionario constó de 11 preguntas cerradas sobre la aceptación como medio de pago que tienen los propietarios en los locales comerciales, la que se puede observar en el Anexo 2.

### 5.7 Población

Se consideró un doble estudio, uno para los tarjetahabientes, y otro para los locales comerciales, para poder dar cumplimiento a los objetivos 1 y 2, para el primero se adquirió información cierta que contribuya a la investigación suscitada, se tomó en cuenta las 18.675 habitantes de la ciudad de Yantzaza. Por lo que se determinó la cuantificación de la PEA en donde se multiplica el total de la población entre el porcentaje reflejado en el Fascículo Provincial de Zamora Chinchipe (Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, 2010).

Entonces:

$$POE = 18.675 * 48,10\% = 8.982 \text{ personas}$$

Por lo tanto, la Población Económicamente Activa (PEA), serían aproximadamente 8.982 personas de la ciudad de Yantzaza (INEC, 2010).

### 5.8 Muestra

Correspondiente al primer objetivo se consideró cierta parte de la población total de la ciudad de Yantzaza, como son los habitantes económicamente activos, para esto se toma en cuenta el empleo de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * \sigma^2 * N}{e^2 * (N - 1) + z^2 * \sigma^2}$$

En donde:

**n** = es el tamaño de la muestra poblacional a obtener

**N** = es el tamaño de la población total.

**$\sigma$**  = representa la desviación estándar de la población. En caso de desconocer este dato es común utilizar un valor constante que equivale a 0.5

**Z** = es el valor obtenido mediante niveles de confianza. Su valor es una constante, por lo general se tienen dos valores dependiendo el grado de confianza que se desee siendo 99% el valor más



alto (este valor equivale a 2.58) y 95% (1.96) el valor mínimo aceptado para considerar la investigación como confiable.

$e$  = representa el límite aceptable de error muestra, generalmente va del 1% (0.01) al 9% (0.09), siendo 5% (0.05) el valor estándar usado en las investigaciones.

$$N = \frac{(1,96)^2 * (0,5)^2 * 8.982}{(0,05)^2 * (9.529 - 1) + (1,96)^2 * 0,5^2}$$

N= 348 encuestas

Por otra parte, para dar cumplimiento al objetivo 2 se aplicó las encuestas directamente a los locales comerciales de la ciudad de Yantzaza, en donde existen un total de 155 negocios, sin embargo, solo se aplicó la encuesta a los 15 establecimientos más grandes la ciudad en donde se obtuvo los datos necesarios para el estudio (Municipio de Yantzaza, 2020).

## **5.9 Procesamiento de información**

La realización de la presente investigación es de carácter descriptiva ya que no se manipularon las variables de estudio, se utilizaron los diferentes elementos necesarios para su correcta realización, tales como: materiales, métodos, técnicas e instrumentos, que son muy relevantes para el cumplimiento de los objetivos planteados.

Así mismo, se utilizó el enfoque mixto para dar cumplimiento al primer objetivo, y de esa forma precisar, las condiciones demográficas, el nivel de conocimiento en el manejo de tarjetas de crédito, para ello se elaboró y aplicó una encuesta dirigida a los tarjetahabientes de Yantzaza mayores de 18 años, la cual se puede observar en el Anexo 1. Posteriormente, se procedió a tabular los datos obtenidos mediante el uso de la herramienta Excel y a realizar el análisis e interpretación de los mismos. También, el método permitió establecer conclusiones sólidas a partir de la información obtenida tras la aplicación de las técnicas e instrumentos de recolección de datos seleccionados para el desarrollo de la presente investigación.

Además, se empleó el método analítico, inductivo y deductivo que permitió divisar lo que ocasiona el desconocimiento del correcto uso de las tarjetas de crédito, a su vez, este método permitió la construcción del apartado de la discusión en donde se comparó los resultados de la investigación con otros estudios relacionados. Para el desarrollo del segundo objetivo se realizó de igual manera una encuesta a los locales comerciales de la ciudad de Yantzaza, la cual se puede ver en el Anexo 2, donde se obtuvo la información necesaria sobre el método de pago más usado en la ciudad y así poder conocer los beneficios o riesgos que han generado por la aceptación de las tarjetas de crédito en sus establecimientos.

Así mismo, se procedió a realizar una guía financiera para dar cumplimiento con el tercer objetivo, con la finalidad de cubrir los conocimientos de los encuestados a cerca de las tarjetas de crédito, para que tengan la información necesaria de cómo utilizarlas correctamente.

## 6. Resultados

### 6.1 Objetivo 1. Determinar el grado de conocimiento del uso y manejo que tienen los tarjetahabientes de la ciudad de Yantzaza

#### 6.1.1 Nivel demográfico de los habitantes de Yantzaza

El estudio del nivel demográfico de una población es esencial para comprender su dinámica, sus características y los factores que influyen en su desarrollo. En la siguiente investigación se obtuvo datos de los habitantes de Yantzaza, en el cual se identificó el total de hombres y mujeres, para de esa forma conocer qué porcentaje de género es mayor que el otro; así mismo, se obtuvo datos de las edades.

En la Tabla 1 se observa que, el 63,5 % de los encuestados pertenecen al sexo masculino, esto indica que hay una ligera mayoría de hombres en la ciudad de Yantzaza. Mientras que, el 36,5 % representa al género femenino. Estos porcentajes son una representación general y pueden variar en diferentes grupos de edad, sin embargo, los resultados brindan una idea de la distribución de género en la ciudad en el momento en que se recopilaban los datos.

Referente a las edades, el 46,26 % de la población tienen entre 25 a 34 años, lo que indica que es el grupo de edad más numeroso en la ciudad. Por otro lado, el 32,76 %, están en la edad de 18 a 24 años, es un porcentaje significativo, lo que sugiere que hay una proporción considerable de jóvenes en Yantzaza. El 19,25 % están entre los 35 a 44 años, esto podría indicar una menor concentración de personas en esta franja de edad en particular. Finalmente, el 1,73 % tiene entre los 45 a 54 años, lo que es un porcentaje muy bajo en comparación con los grupos anteriores.

**Tabla 1**  
*Género y edad*

Género	Edad					Total (%)
	18-24 años (%)	25-34 años (%)	35-44 años (%)	45-54 años (%)	55 años o más (%)	
Masculino	22,13	31,32	9,48	0,57	0,00	63,50
Femenino	10,63	14,94	9,77	1,16	0,00	36,50
<b>Total</b>	<b>32,76%</b>	<b>46,26%</b>	<b>19,25%</b>	<b>1,73%</b>	<b>0,00%</b>	<b>100,00%</b>

#### 6.1.2 Nivel de uso de las tarjetas de crédito

El nivel de uso de las tarjetas de crédito está influenciado por diversos factores, como el desarrollo económico, la infraestructura financiera y las preferencias de los consumidores locales. Por tal razón se encuestó a los tarjetahabientes de Yantzaza para obtener la información necesaria acerca de las tarjetas de crédito.

En la Tabla 2, se observa que el 62,36 % de hombres y mujeres no utilizan las tarjetas de crédito, esto puede deberse a diversas razones, como preferir el uso de efectivo, desconfianza en los créditos o simplemente no haber solicitado una tarjeta, mientras que, el 37,64 % sí la usan.

**Tabla 2**

*Relación entre el género con las personas que mantienen tarjetas de crédito en la ciudad de Yantzaza*

<b>Género</b>	<b>Mantiene tarjetas de crédito</b>		<b>Total (%)</b>
	<b>Sí (%)</b>	<b>No (%)</b>	
Masculino	22,98	40,52	63,50
Femenino	14,66	21,84	36,50
<b>Total</b>	<b>37,64%</b>	<b>62,36%</b>	<b>100,00%</b>

En la Tabla 3, del total de personas que si usan tarjetas de crédito, el 20,41 % corresponde a las edades de 25-34 años, lo que indica que gran porcentaje de jóvenes hacen uso de las tarjetas, mientras que, el 10,63 % están entre los 18-24 años, y tan solo el 0,57 % son entre los 45-54 años, lo que quiere decir que, tal solo un pequeño grupo de personas mayores hacen uso de las tarjetas de crédito, ya sea por razones personales o por la falta de conocimiento.

**Tabla 3**

*Relación entre la edad con las personas que mantienen tarjetas de crédito en la ciudad de Yantzaza*

<b>Edad</b>	<b>Mantiene tarjetas de crédito</b>		<b>Total (%)</b>
	<b>Sí (%)</b>	<b>No (%)</b>	
18-24 años	10,63	22,13	32,76
25-34 años	20,41	25,85	46,26
35-44 años	6,03	13,22	19,25
45-54 años	0,57	1,16	1,73
55 años o mas	0,00	0,00	0,00
<b>Total</b>	<b>37,64%</b>	<b>62,36%</b>	<b>100,00%</b>

En la Tabla 4, las personas encuestadas que respondieron que sí tienen tarjetas de crédito, el 63,10 % prefieren tener una sola tarjeta de crédito, para poder gestionar sus transacciones financieras. Mientras que, el 34,60 % indicaron poseer dos tarjetas, lo que podría deberse a diferentes necesidades y preferencias de uso. Por otro lado, el 0,77 % afirmaron tener tres tarjetas de crédito, lo cual puede darse por razones específicas relacionadas con beneficios o condiciones ofrecidas por distintas entidades emisoras.

En la misma línea de los tarjetahabientes según las veces que usan la tarjeta de crédito, el 66,90 % de los encuestados indicaron que casi nunca utilizan su tarjeta de crédito como medio de pago, lo que indica que el efectivo sigue siendo el método preferido en la ciudad. Sin

embargo, el 12,30 % mencionó que utiliza una vez a la semana, lo que quiere decir que la usan con cierta regularidad para hacer compras de su preferencia.

**Tabla 4**

*Cantidad y frecuencia del uso de las tarjetas de crédito*

Cantidad de tarjetas	Frecuencia					Total (%)
	Casi nunca (%)	Diariamente (%)	Una vez a la semana (%)	Una vez al mes (%)	Varias veces al mes (%)	
1	47,79	3,12	5,20	1,59	5,40	63,10
2	16,80	3,08	7,10	2,30	5,32	34,60
3	0,77	0,00	0,00	0,00	0,00	0,77
Más de 4	1,54	0,00	0,00	0,00	0,00	1,54
<b>Total</b>	<b>66,90%</b>	<b>6,20%</b>	<b>12,30%</b>	<b>3,89%</b>	<b>10,72%</b>	<b>100,00%</b>

En la Tabla 5, el 45,81 % de la población indicaron que utilizan su tarjeta de crédito para compras en línea, lo que viene siendo una actividad común entre los habitantes de la ciudad. Además, el 39,66 % la usa para avances de efectivo, lo que quiere decir que la aprovechan para obtener efectivo en lugares accesibles, como los cajeros automáticos. Por otro lado, el 1,68 % la usa para fines distintos a las opciones proporcionadas en las alternativas anteriores como, por ejemplo, comprar comida, zapatos o skin care.

**Tabla 5**

*Utilización de las tarjetas de crédito en la ciudad de Yantzaza*

Uso de tarjetas de crédito	Uso de tarjetas de crédito (%)
Compras en línea	45,81
Pagos de educación	12,85
Avances de efectivo	39,66
Otros	1,68

En la Tabla 6, se observa que, el 29,62 % de los usuarios indicaron que la razón por la cual prefieren usar la tarjeta de crédito es por comodidad, ya que les da facilidad de uso al momento de hacer sus compras. Por otro lado, el 26,15 % lo hace por seguridad, ya que le da protección ante cualquier robo, lo que viene siendo una preocupación entre los tarjetahabientes. Así mismo, el 25,77 % la aprovecha para controlar sus gastos, para de esa manera tener un registro de cada transacción que realice mediante sus compras. Finalmente, el 15,38 % la utilizan por la facilidad de pago a plazos, ya que de esa forma pueden financiar sus compras de una mejor manera.

**Tabla 6***Razones del uso de tarjetas de crédito*

<b>Razones</b>	<b>%</b>
Comodidad	29,62
Seguridad	26,15
Acumulación de puntos o recompensas	3,08
Facilidad de pago a plazos	15,38
Control de gastos	25,77
Otro	0,0

En la Tabla 7, se observa que, el 24 % de los individuos indicaron que no han realizado compras en línea con su tarjeta de crédito en ninguna de las plataformas mencionadas, esto podría significar que prefieren utilizar efectivo u otros métodos de pago al momento de adquirir algo. En cambio, el 21,5 % ha realizado compras en la plataforma de Amazon y Apple Store, en donde adquieren productos o servicios de las tiendas en línea para el consumo personal. Por otra parte, la opción "Otro" fue seleccionada por el 2 %, lo que implica que un pequeño porcentaje utiliza su tarjeta en otras plataformas distintas, como Latam, para poder comprar sus vuelos de forma segura.

**Tabla 7***Plataformas que se usan con la tarjeta de crédito*

<b>Plataformas</b>	<b>%</b>
Amazon	21,5
Shein	14,0
Alibaba	7,0
Apple Store	21,5
Google Play Store	10,0
Ninguna	24,0
Otro	2,0

En la Tabla 8, el 59,2 % de la población de Yantzaza indicaron que difieren sus compras con tarjeta de crédito cada 3 meses, por lo tanto, la mayoría de los habitantes utilizan su tarjeta para compras a corto plazo y de esa forma lograr cumplir con sus pagos de manera puntual y más rápido. El 34,6 % lo hace cada 6 meses, esto quiere decir que, usan sus tarjetas para compras a mediano plazo. Sin embargo, el 6,2 % realizan sus compras a largo plazo, ya sea para gastos mayores o eventos específicos. Por lo tanto, la falta de información respecto a este tema es fundamental ya que eso les puede ayudar a comprender de mejor manera las necesidades y oportunidades que tengan para mejorar su educación financiera.

**Tabla 8***Preferencias para diferir las compras con las tarjetas de crédito*

<b>Tiempo</b>	<b>%</b>
3 meses	59,2
6 meses	34,6
1 año	6,2
Más de 1 año	0,0

**6.1.3 Nivel de capacitación sobre el uso de las tarjetas de crédito**

En la siguiente investigación se procedió averiguar acerca del porcentaje de la población de la ciudad de Yantzaza para conocer el porcentaje de personas que han recibido una capacitación del uso de las tarjetas de crédito por parte de las entidades financieras y así conocer de mejor manera que tanto de personas tienen conocimiento.

En la Tabla 9, se observa que, el 51,5 % de los individuos mencionaron que han recibido información básica, pero no una capacitación completa. Mientras que, el 39,2 %, no ha recibido ningún tipo de capacitación. Estos resultados indican que la educación financiera es un área que necesita ser mejorada en la ciudad de Yantzaza, para que, de esa forma, se logre promover el uso responsable de las tarjetas de crédito.

**Tabla 9***Capacitación por parte de la entidad financiera para el uso de tarjetas de crédito*

<b>Capacitación</b>	<b>%</b>
Sí, he recibido capacitación detallada	9,2
He recibido información básica, pero no una capacitación completa	51,5
No he recibido ninguna capacitación o información	39,2

**6.1.4 Nivel de seguridad en el uso de las tarjetas de crédito**

La seguridad de las tarjetas de crédito es un tema crucial en la actualidad, ya que el uso de tarjetas se ha vuelto cada vez más común en las transacciones financieras diarias. En esta investigación, presentaremos los resultados de un análisis exhaustivo sobre el nivel de seguridad de las tarjetas de crédito y su relevancia en la protección de las transacciones financieras en un entorno digital.

En la Tabla 10, se observa que, solo el 16,2 % de las personas indicaron que han experimentado algún problema o dificultad, lo que puede estar relacionado con la aceptación de tarjetas de crédito en los diferentes establecimientos. Sin embargo, el 83,8 %, no ha tenido ningún problema al momento de usar su tarjeta de crédito. Por eso, es importante tener

conocimiento sobre la manera correcta de usar las tarjetas de crédito, para así evitar fraudes, robos o problemas en un futuro.

Mientras que, el 88,5 % consideran que el uso de la tarjeta de crédito en Yantzaza es conveniente en comparación con otros métodos de pago, esto quiere decir que, la mayoría de las personas piensan que la tarjeta ofrece ventajas y beneficios, ya sea en términos de comodidad, accesibilidad y seguridad en comparación con otros métodos de pago; sin embargo, el 11,5 % no lo considera de esa manera, esto puede deberse a diferentes razones personales, como la preferencia de pago en efectivo, la desconfianza en el sistema financiero, entre otros factores.

**Tabla 10**

*Problema al momento del utilizar la tarjeta de crédito y su conveniencia en comparación con otros métodos de pago*

<b>Problema al usar la tarjeta (%)</b>		<b>Conveniencia (%)</b>	
Sí	16,2	Sí	88,5
No	83,8	No	11,5

#### **6.1.5 Nivel de conocimiento y uso de las tarjetas de crédito en la población**

En la población de Yantzaza, el nivel de conocimiento y uso de las tarjetas de crédito es un aspecto de interés. Dos de las principales cuestiones relacionadas con este tema son el conocimiento sobre la tasa de interés cobrada por el banco por el uso de la tarjeta de crédito y el conocimiento de los beneficios y recompensas ofrecidos por dichas tarjetas. Estos dos elementos son fundamentales para tomar decisiones financieras informadas y aprovechar al máximo las ventajas que ofrecen las tarjetas de crédito.

En la Tabla 11, se observa que, el 63,1 % de los usuarios en Yantzaza afirman estar al tanto de la tasa de interés que le cobra el banco al momento de utilizar la tarjeta de crédito, mientras que, el 36,9 % no tiene conocimiento de esta información. Por lo tanto, esto puede deberse a diferentes factores, como, la falta de información sobre los detalles financieros de su tarjeta, la confianza en el banco para proporcionar una tasa razonable, o simplemente puede deberse a la falta de interés sobre este tema. Por eso, es importante que los usuarios comprendan y estén informados sobre cuánto es la tasa de interés que les cobran, ya que esto les permitirá tomar decisiones financieras más conscientes y así poder evaluar adecuadamente el costo de financiamiento al momento de utilizar su tarjeta de crédito.



**Tabla 11***Conocimiento sobre la tasa de interés*

<b>Conocimiento de la tasa de interés</b>	<b>%</b>
Sí	63,1
No	36,9

En la Tabla 12, se observa que, el 46,2 % de las personas tienen algo de conocimiento acerca de los beneficios y recompensas que ofrece su tarjeta de crédito, mientras que, un 14,6 % afirma estar completamente informados sobre ese tema, y el 39,2 % no tienen nada de conocimiento. Por lo que, esto puede deberse a diversos factores, como la falta de interés en investigar sobre los beneficios que las tarjetas pueden ofrecerle o la falta de promoción o comunicación por parte de las instituciones financieras. Por eso, es fundamental que los usuarios de las tarjetas se familiaricen con los beneficios y recompensas que estas ofrecen, ya que pueden aprovecharlos para obtener ventajas adicionales en sus compras y pagos, lo cual viene a ser beneficioso para los tarjetahabientes.

**Tabla 12***Conocimiento de los beneficios y recompensas ofrecidos por su tarjeta de crédito*

<b>Beneficios y recompensas</b>	<b>%</b>
Sí, estoy completamente informado/a	14,6
Tengo algo de conocimiento, pero no estoy seguro/a de todos los detalles	46,2
No tengo conocimiento de los beneficios y recompensas	39,2

Según los datos presentados en la Tabla 13, se puede interpretar que el nivel de posesión de tarjetas de crédito que se encuentra en un nivel deficiente, con un 62,36 % de los encuestados indicando que no tienen tarjeta de crédito, y, un 37,64 % que sí tienen, lo cual se considera un nivel óptimo. En cuanto al número de tarjetas de crédito que poseen actualmente, se observa que un 63,10 % indicaron que tienen solo una tarjeta de crédito, mientras que un 36,90 % tiene más de una tarjeta, lo cual se considera un nivel deficiente en términos de gestión de crédito. En relación al uso de las tarjetas de crédito, se destaca un 60,34 %, de personas que utilizan adecuadamente sus tarjetas de crédito, mientras que, un 39,66 % no hacen un correcto uso de las tarjetas. En cuanto al tiempo que difieren las compras con las tarjetas, se observa un nivel óptimo de 59,20 %, mientras que, en un nivel deficiente, se observa en un 40,80 %. Por último, se destaca que la capacitación por parte de las entidades financieras sobre el uso responsable de las tarjetas de crédito, es de un 90,80 %, indicando que no han recibido dicha capacitación, y solo un 9,20 % si la han recibido. Por lo tanto, se ha concluido, que el grado de conocimiento

del uso y manejo de las tarjetas de crédito en la ciudad de Yantzaza, es de un 45,90 % de personas que tienen entendimiento sobre este tema. En base al porcentaje obtenido, se considera que el grado de conocimiento se encuentra en una escala cuantitativa que indica que está próximo a alcanzar los conocimientos financieros. Esto implica que la población tiene un nivel regular de conocimiento, y para mejorar esta situación, es recomendable implementar una guía financiera dirigidas a fortalecer la comprensión y el manejo adecuado de las tarjetas de crédito.

**Tabla 13**

*Cuadro de grado de conocimiento del uso y manejo de las tarjetas de crédito*

<b>Preguntas</b>	<b>Nivel</b>	<b>Respuestas</b>	<b>%</b>	<b>Promedio (%)</b>
¿Tiene tarjeta de crédito?	Nivel óptimo	Sí	37,64	37,64
	Nivel deficiente	No	62,36	
¿Cuántas tarjetas de crédito tienen actualmente?	Nivel óptimo	Una	63,10	63,10
	Nivel deficiente	Más de una	36,90	
¿Para qué nomás utiliza las tarjetas de crédito?	Nivel óptimo	Uso correcto	60,34	60,34
	Nivel deficiente	Uso incorrecto	39,66	
¿Qué tiempo difiere sus compras con la tarjeta de crédito?	Nivel óptimo	0 a 3 meses	59,20	59,20
	Nivel deficiente	Más de 3 meses	40,80	
¿Ha recibido alguna vez capacitación o información por parte de tu entidad financiera sobre el uso responsable de tu tarjeta de crédito?	Nivel óptimo	Sí	9,20	9,20
	Nivel deficiente	No	90,80	
				<b>45,90%</b>

Por lo tanto, cabe destacar que gran porcentaje de la población de Yantzaza no utiliza las tarjetas de crédito como medio de pago, ya sea por motivos de falta de conocimiento, por evitar endeudamiento u otras razones personales; y solo un 37,64 % si la utilizan, ya sea para compras en línea, para pagos de educación u otros fines, las personas supieron mencionar que usan las tarjetas por motivos de comodidad, seguridad, para llevar un control de los gastos que realizan e incluso por la facilidad de pago a plazos que les ofrecen los locales comerciales. Sin embargo, el 51,5 % mencionó que ha recibido información básica pero no una capacitación completa, y el 39,2 % no ha recibido ningún tipo de capacitación, por ese motivo, se considera implementar una guía financiera para que de esa forma la población de Yantzaza fortalezca sus conocimientos y conozca cómo es el manejo adecuado de las tarjetas de crédito, para que puedan utilizarlas de una forma correcta y así aprovechar los beneficios que les ofrece.

## **6.2 Objetivo 2. Identificar la aceptación de las tarjetas de crédito como medio de pago en los locales comerciales.**

### **6.2.1 Nivel demográfico de los locales comerciales de Yantzaza**

El estudio del nivel demográfico de una población es esencial para comprender su dinámica, sus características y los factores que influyen en su desarrollo. En la siguiente investigación se obtuvo datos de locales comerciales de Yantzaza, en el cual se identificó el total de hombres y mujeres que tienen su establecimiento, para de esa forma conocer qué porcentaje de género es mayor que el otro; así mismo, se obtuvo datos de las edades, para tener mejor información sobre qué años tienen las personas que tienen sus propios locales.

En la Tabla 14, se observa la distribución de género en los locales comerciales de Yantzaza. Según los resultados, el 66,67 % de los propietarios son hombres, mientras que el 33,33 % son mujeres. Esta información indica que hay una mayoría de hombres en el sector comercial, en comparación con las mujeres, esto puede deberse a una variedad de factores, como desigualdades en oportunidades laborales o preferencias personales, lo que provoca la toma de decisiones de las mujeres para estar al frente de un establecimiento comercial.

Referente a las edades, el 53,33 % de los propietarios tienen entre 25 y 34 años, mientras que, el 46,67 % se encuentra en el rango de 35 a 44 años. Sin embargo, no se registran personas en los rangos de edad más jóvenes (18-24 años) ni en los mayores (45 años en adelante). Esta ausencia de personas en estos grupos de edad puede deberse a diferentes factores, como la búsqueda de empleo en otros sectores o incluso la migración hacia otras áreas donde encuentren mayores oportunidades laborales.

Según la experiencia de los locales comerciales, se indica que el 66,67 % tienen duración de años, lo que quiere decir, que la mayoría de estos establecimientos tienen una presencia estable y duradera en la ciudad. Por otro lado, el 33,33 % de los locales tienen una duración de meses, lo que quiere decir que, hay una proporción significativa de negocios con una presencia más temporal en Yantzaza. Estos podrían ser locales comerciales más pequeños, que operan bajo contratos de corta duración.

**Tabla 14***Género, edad y experiencia de los locales comerciales de Yantzaza*

Género	Edad					Total (%)
	18-24 años (%)	25-34 años (%)	35-44 años (%)	45-54 años (%)	55 años o más (%)	
<b>Femenino</b>	<b>0,0</b>	<b>13,33</b>	<b>20,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>33,33</b>
Años	0,0	6,67	6,67	0,00	0,00	13,33
Meses	0,0	6,67	13,33	0,00	0,00	20,00
<b>Masculino</b>	<b>0,0</b>	<b>40,00</b>	<b>26,67</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>66,67</b>
Años	0,0	33,33	20,00	0,00	0,00	53,33
Meses	0,0	6,67	6,67	0,00	0,00	13,33
<b>Total</b>	<b>0,0%</b>	<b>53,33%</b>	<b>46,67%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>100,00%</b>

### 6.2.2 Nivel de uso de las tarjetas de crédito en los locales comerciales de Yantzaza

Es relevante analizar el nivel de uso de las tarjetas de crédito como medio de pago. Dos aspectos fundamentales a considerar son la dedicación y la aceptación de estas tarjetas en los establecimientos. La dedicación se refiere a la principal actividad económica del local, ya sea la venta de productos, la prestación de servicios o ambos. Además, es importante conocer qué tarjetas de crédito son aceptadas en estos locales. Estos aspectos permitirán comprender la relación entre el uso de las tarjetas de crédito y la actividad comercial en Yantzaza, así como la disponibilidad y preferencia de las diferentes tarjetas por parte de los comerciantes.

En la Tabla 15, se observa que, el 73,33 % de los locales comerciales se dedican principalmente a la venta de producto, esto indica que es la principal fuente de ingresos para estos establecimientos, de tal manera, que complacen con las necesidades de los habitantes de Yantzaza. Sin embargo, ningún local mencionó que se dedica exclusivamente a la prestación de servicios, mientras que, el 26,66 %, indicó que ofrece tanto la venta de productos como la prestación de servicios, para de esa forma lograr satisfacer a todos los ciudadanos de cualquier producto que lleguen a necesitar, teniendo una variedad de opciones.

Referente a la aceptación de las tarjetas de crédito en los establecimientos, se observa que, el 66,67 % mencionó que sí la aceptan como forma de pago, lo que les permite brindar a sus clientes la comodidad y accesibilidad de adquirir sus productos de una forma más segura y rápida, ya que puede brindar beneficios tanto para los propietarios de los locales comerciales como para los clientes. Por otro lado, el 33,33 % no aceptan las tarjetas de crédito, lo cual puede deberse a diversas razones, como los costos adicionales asociados, las limitaciones técnicas o simplemente a las diferentes preferencias personales que tienen los propietarios.

**Tabla 15***Dedicación y aceptación de las tarjetas de crédito en los locales comerciales de Yantzaza*

<b>Dedicación del local</b>	<b>Aceptación</b>		<b>Total (%)</b>
	<b>Sí (%)</b>	<b>No (%)</b>	
Venta de productos	53,33	20,00	73,33
Prestación de servicios	0,00	0,00	0,00
Ambos	13,33	13,33	26,66
<b>Total</b>	<b>66,67%</b>	<b>33,33%</b>	<b>100,00%</b>

En la Tabla 16, se observa que, el 60 % de los encuestados indicó que no acepta tarjetas de crédito debido a los porcentajes retenidos por los emisores de tarjetas de crédito, por lo tanto, los propietarios consideran que estos costos asociados con la aceptación de tarjetas, ya sea por las comisiones o los porcentajes que retienen, pueden ser elevados y afectar directamente a sus beneficios, mientras que, el 40 % no la acepta, ya que no ha realizado los trámites pertinentes para la afiliación, esto puede deberse por motivos administrativos, o simplemente por la falta de conocimiento sobre cómo realizar los trámites correspondientes.

**Tabla 16***Razones para no aceptar tarjetas de crédito como medio de pago*

<b>Razón de no aceptar la tarjeta de crédito</b>	<b>%</b>
Por los porcentajes retenidos por los emisores de tarjetas de crédito	60
Porque no he realizado los trámites pertinentes a la afiliación	40

Según la Tabla 17, de los locales comerciales que respondieron que sí aceptan las tarjetas de crédito, se observa que un 73,85 % reciben todo tipo de tarjetas Visa, ya que son ampliamente aceptadas por los clientes, debido a la red de comercios afiliados que existen y a la popularidad entre los usuarios. Por otra parte, las tarjetas de Mastercard tienen una aceptación menor a comparación con la anterior, con un porcentaje del 23,08 %, por lo que es posible que esta diferencia se deba por distintos acuerdos comerciales o por preferencias de los propietarios de los locales al momento de recibir el pago por la compra.

**Tabla 17***Tarjetas de crédito aceptadas en los locales comerciales*

<b>Tipos de tarjetas de crédito</b>	<b>%</b>
Visa	73,85
Mastercard	23,08
Diners Club	3,07
American Express	0,00
Alia	0,00
Otro	0,00

### **6.2.3 Nivel de conocimiento de las tarjetas de crédito en los locales comerciales**

El conocimiento sobre las tarjetas de crédito es esencial para un manejo financiero adecuado y responsable. En esta investigación, se muestra los resultados de los análisis del nivel de conocimiento de las tarjetas de crédito en los locales comerciales de la ciudad de Yantzaza, en la cual se exploraron aspectos como la comprensión de impactos de las tarjetas de crédito y las medidas de seguridad que implementaron en sus establecimientos.

En la Tabla 18, se observa que, el 36,84 % de los encuestados percibe que aceptar tarjetas de crédito, ha tenido un impacto positivo en el aumento de las ventas de su negocio, lo cual ha generado atraer a más clientes y de esa forma facilitar las transacciones comerciales. Mientras que, el 26,32 % menciona que ha mejorado la competitividad de su establecimiento frente a otros negocios, lo que indica que esta modalidad de pago se ha vuelto cada vez más importante al momento de satisfacer las necesidades de los clientes en el mercado. Además, es relevante destacar que el 21,05 % menciona la preocupación por las altas comisiones y costos adicionales asociados al uso de las tarjetas.

Por esta razón, el 70 % de los locales comerciales afirmaron haber implementado medidas de seguridad, esto demuestra que las transacciones con tarjetas de crédito es una preocupación importante para la mayoría de los establecimientos en la ciudad de Yantzaza. Mientras que, el 30 % no han implementado estas medidas adicionales, lo que puede deberse a la falta de conocimiento o recursos para llevar a cabo estas acciones. Por eso, es importante que los establecimientos implementen medidas de seguridad adecuadas para proteger la información y poder garantizar las transacciones seguras a los clientes.

**Tabla 18**

*Beneficios de las tarjetas de crédito en los locales comerciales*

<b>Beneficios de las tarjetas de crédito</b>	<b>%</b>
Aumento de ventas	36,84
Altas comisiones y costos adicionales	21,05
Facilidad en el proceso de pago	15,79
Mejorar la competitividad de mi establecimiento frente a otros negocios	26,32
Aumento del riesgo financiero	0
Flexibilidad en las opciones de pago a los clientes	0

Una vez obtenidos los datos de la encuesta a los locales comerciales de Yantzaza, sobre la aceptación de las tarjetas de crédito como medio de pago, se considera que existe un grado de aceptación moderada, esto puede deberse a diferentes razones, como, las comisiones extras

que cobran las entidades financieras por el uso de las tarjetas o por la preferencia de algunos establecimientos de solo aceptar efectivo como medio de pago. Sin embargo, es importante destacar que los locales que, si aceptan las tarjetas de crédito, han obtenido bastantes beneficios como aumento de ventas, e incluso mencionaron que han mejorado la competitividad de su negocio frente a otros establecimientos, dándoles la oportunidad de atraer clientes que utilicen este medio de pago, ya sea por motivos de comodidad o seguridad, lo cual es favorable para los propietarios ya que, les permite ampliar su base de clientes y aumentar economía.

### **6.3 Objetivo 3. Realizar una guía financiera sobre el correcto uso de las tarjetas de crédito**

A continuación, se presenta el diseño de la guía para el correcto uso de las tarjetas de crédito, una herramienta valiosa para enriquecer el conocimiento y las habilidades de los tarjetahabientes en la ciudad de Yantzaza. El propósito principal de esta guía didáctica es contribuir al mejoramiento del entendimiento y la toma de decisiones adecuadas por parte de las personas, permitiéndoles aprovechar al máximo los beneficios que les brinda este producto financiero. Con esta guía, se busca brindar información clara y práctica sobre el uso responsable de las tarjetas de crédito, así como consejos y estrategias para gestionarlas de manera eficiente. El objetivo final es empoderar a los tarjetahabientes para que puedan utilizar sus tarjetas de crédito de manera consciente y segura, maximizando así los beneficios que estas ofrecen.

#### **6.3.1 Diseño de la Guía**

La guía titulada “*Guía para el correcto uso de las tarjetas de crédito*” es una herramienta diseñada para ampliar el conocimiento sobre cómo manejar adecuadamente una tarjeta de crédito, dirigida a los titulares de tarjetas de Yantzaza. Esta guía proporcionará una comprensión más profunda de los conceptos básicos para utilizar y aprovechar al máximo su tarjeta. La ejecución de esta guía didáctica será principalmente para los participantes de la encuesta que colaboraron en esta investigación.



**Tabla 19**

*Descripción de la Guía*

---

<b>Nombre de la guía:</b>	Guía para el correcto uso de las tarjetas de crédito
<b>Año de la guía:</b>	2023
<b>Responsable:</b>	Mónica Belén Jiménez Celi
<b>Medio de difusión:</b>	La guía para el manejo de tarjetas de crédito se distribuye a través de correo electrónico a los participantes de la encuesta; al ser completamente digital, desde su producción hasta su distribución, no tendrá costo alguno.
<b>Público objetivo:</b>	La población de la ciudad de Yantzaza

---

Introducción	Objetivos	Lo que debe saber de la tarjeta de crédito	Avances de efectivo	Errores que se deben evitar	Proceso de compra y su posterior pago	Autoevaluación	Solucionario	Glosario de términos	Conclusión	Bibliografía
Brinda una visión general sobre la importancia del correcto manejo de las tarjetas de crédito.	Establece los propósitos y metas que se pretenden alcanzar con la guía.	Detalla que significa, y las ventajas que tienen las tarjetas.	Muestra información necesaria, para conocer más sobre el tema.	Identifica y analiza los errores comunes que se debe evitar	Describe paso a paso el proceso de realizar una compra con la tarjeta de crédito.	Proporciona preguntas y ejercicios para los usuarios para que evalúen sus conocimientos.	Presenta las respuestas correspondientes a la autoevaluación	Ofrece definiciones claras de los términos de las tarjetas de crédito.	Breve comentario personal respecto al tema que se está mostrando	Lista de las fuentes y referencias utilizadas en la elaboración de la guía

---

# GUÍA PARA EL CORRECTO USO DE LAS TARJETAS DE CRÉDITO





**Autor**

Mónica Belén Jiménez Celi  
monica.b.jimenez@unl.edu.ec

**Universidad Nacional de Loja**


Carrera de Finanzas

2023





# ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. Introducción
  2. Objetivos
  3. Lo que se debe saber de una tarjeta de crédito
  4. Avances de efectivo
  5. Errores que se deben evitar
  6. Proceso de compra y su posterior pago
  7. Autoevaluación
  8. Solucionario
  9. Glosario de términos
  10. Conclusión
  11. Bibliografía
- 

# INTRODUCCIÓN

La presente guía ha sido creada con el objetivo de proporcionar a los tarjetahabientes o a las personas interesadas en obtener una tarjeta de crédito los conocimientos necesarios para manejarla correctamente y aprovechar al máximo todos los beneficios que este tipo de financiamiento ofrece. Sin embargo, es importante destacar que el uso adecuado de una tarjeta de crédito puede convertirla en una herramienta sumamente valiosa y práctica, mientras que un uso inadecuado puede llevar a convertirla en serios problemas.



# OBJETIVOS

## **General:**

- Brindar a los tarjetahabientes de la ciudad de Yantzaza una guía sobre el correcto uso de las tarjetas de crédito, para evitar problemas financieros y aprovechar al máximo los beneficios que ofrecen.

## **Específicos:**

- Conocer los beneficios y riesgos de las tarjetas de crédito
- Identificar el proceso de uso de las tarjetas
- Aprender sobre la terminología relacionada a las tarjetas de crédito



## LO QUE SE DEBE SABER DE UNA TARJETA DE CRÉDITO

### ¿Qué es?

Una tarjeta de crédito es un medio de pago que te permite hacer compras y cancelar el valor posteriormente. Es “de crédito” porque la suma de dinero que usas cuando haces una compra, corresponde a un préstamo que te otorga la entidad financiera.

### Ventajas

- **Mayor poder de compra:** las tarjetas son el instrumento ideal para adquirir productos o servicios necesarios pero costosos, porque el cupo te permite comprar y pagar después a cuotas más accesibles.
- **Mejor historial crediticio:** es tu perfil de crédito y ofrece una radiografía clara de qué tan bueno eres para asumir una deuda y pagarla en los plazos establecidos.
- **Facilidad de pago en el exterior:** son un medio de pago cómodo, fácil de usar y ampliamente aceptado en muchísimos lugares del mundo.
- **Compras por Internet:** las compras en línea están en su apogeo. Las tarjetas de crédito te permiten comprar desde donde estés, rápido, seguro y facilísimo.
- **Efectivo disponible:** cuando necesitas dinero, pero no lo tienes, las tarjetas permiten solicitar avances de efectivo o efectivo express a través de canales como la Banca Web.

## LO QUE SE DEBE SABER DE UNA TARJETA DE CRÉDITO

### ¿En qué casos se recomienda usarla?

La tarjeta de crédito se recomienda usar para pagar productos y servicios costosos, que representan una necesidad real y que no se podrían adquirir al contado.

### ¿Qué tipos de pago ofrece la tarjeta?

- **Pago corriente:** cuando se hace una compra y luego se cancela el monto total en una sola cuota.
- **Pago diferido:** cuando se decide diferir el monto total de la compra en varias cuotas, por ejemplo 3, 6, 12 meses con o sin intereses.

### ¿Cuál es la diferencia entre el monto mínimo y el monto total?

- **Monto mínimo:** este es la cuota mínima que debes cancelar mensualmente para no entrar en mora y supone una ayuda cuando no es posible pagar el monto total.
- **Monto total:** representa los consumos efectuados mensualmente que también incluye compras con crédito corriente o cuotas de compras anteriores. Toma en cuenta que no es el valor de la deuda total.



## LO QUE SE DEBE SABER DE UNA TARJETA DE CRÉDITO

### **¿Qué es el estado de cuenta y para qué sirve?**

El estado de cuenta de la tarjeta de crédito es un documento con validez tributaria que emiten las entidades bancarias en el que se proporciona información detallada sobre los movimientos, débitos, saldos, diferimientos, cuotas, intereses y fechas importantes, entre otros conceptos y valores.

### **¿A través de qué canales se puede pagar la tarjeta de crédito?**

Los bancos te dan la facilidad de pagar tus tarjetas de crédito Visa/Mastercard de manera fácil y rápida, desde cualquiera lugar, a través de los canales digitales Banca Web, Banca Móvil y cajeros automáticos. También puedes pagar tarjetas de manera presencial en cualquiera de las agencias a nivel nacional o en el punto Mi Vecino más cercano a tu domicilio o trabajo.

## LO QUE SE DEBE SABER DE UNA TARJETA DE CRÉDITO

**¿Qué alternativas se tiene cuando no se puede pagar la cuota de la tarjeta de crédito?**

Sabemos que a veces y sin querer, los ingresos y los imprevistos pueden poner a cualquiera contra la pared. Por eso, en caso de que no te sea posible asumir las cuotas de tu deuda, siempre tendrás estas dos opciones.

1. **Refinanciamiento:** consiste en disminuir el valor de la cuota mensual alargando también el plazo o período que durará la deuda. Para solicitar esta opción es necesario que el cliente pague los intereses generados hasta la fecha. Toma en cuenta que esta opción no afectará tu historial crediticio.
2. **Reestructuración:** consiste en disminuir el valor de la cuota mensual, alargando también el período que durará la deuda. Sin embargo, en este caso el cliente no puede pagar los intereses generados y su calificación crediticia sí se ve afectada.

# AVANCES DE EFECTIVO

## ¿Qué es?

Un adelanto de dinero en efectivo es un retiro de dinero en efectivo de su cuenta de tarjeta de crédito.

Básicamente, usted está tomando prestado contra su tarjeta de crédito para tener dinero en su bolsillo.

**Tienes dos opciones para pedir un avance:**

- **En un solo pago o Avance de Efectivo:** solicita desde \$10 hasta \$2.000 y págalo en su totalidad al siguiente mes.
- **Pago en varias cuotas:** solicítalo desde \$300 y difiere tus pagos de 3 a 60 meses.



# AVANCES DE EFECTIVO

## Características:

- El valor máximo de tu avance dependerá del cupo disponible en tu tarjeta de crédito.
- El dinero se deposita de forma inmediata en tu cuenta y lo pagas a través de tu tarjeta de crédito.
- Este beneficio está habilitado para cuentas que estén a tu nombre. No se acreditará en cuentas de Ahorro Programado, con firmas conjuntas, que tengan sobregiros, donde figures como firma autorizada y cuentas que tengan algún tipo de restricción.
- Las transacciones de Avance en Efectivo (un solo pago) generan un recargo de \$4,46 + IVA por cada \$100 o fracción.

## Ejemplo

1. Si sacas \$100 del cajero, tendrás que pagar un recargo de \$5 extra, dando un total de pagar de \$105 .
2. Si sacas \$500 del cajero, tendrás que pagar un recargo de \$25, dando un total de pagar de \$525 .

## ERRORES QUE SE DEBEN EVITAR

### 1. Tener varias tarjetas de crédito

No solicites ni manejes varias a la vez, ya que si no eres lo suficientemente cumplido en todas, puedes emitir una señal errónea en tu historial crediticio, ya que parecerá que eres una persona que vive del crédito y, por lo tanto, un cliente de alto riesgo.

### 2. No revisar tu estado de cuenta mensual

Hoy los fraudes con tarjetas de crédito son muy comunes. Además, también pueden llegar a producirse errores, a veces los pagos no se procesan correctamente. Asegúrate de revisar a detalle el estado de cuenta de tu tarjeta de crédito cada mes para ver que todos tus cargos sean correctos y autorizados.

### 3. Comprar más allá de tus posibilidades

Es muy tentador comprar toda clase de productos y servicios que no tienes planeados, pero si no puedes pagarlo cuando llega tu fecha de corte o si tendrás que seguir pagándolo por meses, aun cuando el valor de tu producto o servicio perdió vigencia casi al instante de consumirlo, entonces financieramente no vale la pena para ti.

### 4. Aceptar tarjetas solo para gozar de alguna promoción

En los centros comerciales y otro tipo de almacenes a menudo te preguntan si te gustaría ahorrar 10% solicitando la tarjeta de crédito de la tienda. Pero cuidado porque las tarjetas de crédito minoristas a menudo tienen tasas de interés muy altas.

## PROCESO DE COMPRA Y SU POSTERIOR PAGO

### EJEMPLO

1. Se procedió a realizar una compra, en este caso de una lavadora en una gran cadena de almacenes reconocida a nivel nacional. Este comercio da la opción de pagar con tarjeta de crédito.
2. La fecha de corte de la tarjeta de crédito es el 8 de cada mes y la fecha de pago es el 18 de cada mes.
3. La presente compra se la realizó el día 10 del mes, por lo que tiene que realizar el pago el día 18 del próximo mes, aprovechando las fechas con la tarjeta

# AUTOEVALUACIÓN

**1. Escriba verdadero (V) o falso (F) según corresponda.**

- ( ) El crédito es una extensión de los ingresos
- ( ) Pagar el mínimo de la tarjeta es suficiente
- ( ) Las tarjetas de crédito permiten a los usuarios realizar compras y pagarlas más tarde
- ( ) El límite de crédito de una tarjeta de crédito es el monto máximo que se puede gastar.

**2. Realiza la siguiente sopa de letras.**

G	U	M	A	R	P	B	A	N	C	O	S	G	M	<b>ADELANTO</b> <b>COMISIONES</b> <b>CRÉDITO</b> <b>INTERESES</b> <b>BANCOS</b> <b>COMPRAS</b> <b>DINERO</b> <b>TARJETAS</b>
T	I	F	I	J	O	T	A	R	J	E	T	A	S	
X	H	G	Y	I	H	V	H	O	T	O	W	O	K	
K	Y	F	B	C	X	R	K	O	U	Y	O	U	F	
H	C	F	L	L	E	S	O	M	D	T	U	B	N	
C	I	P	Z	E	C	D	O	U	D	Y	O	S	C	
D	I	N	E	R	O	H	X	P	X	E	M	R	O	
T	O	S	H	C	K	J	S	P	I	H	O	W	O	
F	H	O	C	O	Z	V	U	S	S	I	S	E	H	
P	F	V	X	C	O	M	I	S	I	O	N	E	S	
L	Q	U	I	R	A	C	C	R	É	D	I	T	O	
O	A	O	E	L	A	N	T	O	F	R	A	Q	U	
C	C	O	M	P	R	A	S	N	R	M	E	F	H	
I	N	T	E	R	E	S	E	S	A	T	K	D	R	

# SOLUCIONARIO

1. Escriba verdadero (V) o falso (F) según corresponda.

( F ) El crédito es una extensión de los ingresos

( F ) Pagar el mínimo de la tarjeta es suficiente

( V ) Las tarjetas de crédito permiten a los usuarios realizar compras y pagarlas más tarde

( V ) El límite de crédito de una tarjeta de crédito es el monto máximo que se puede gastar.

2. Realiza la siguiente sopa de letras.

Q	U	M	A	R	P	B	A	N	C	O	S	Q	M
T	I	F	I	J	Q	T	A	R	J	E	T	A	S
X	H	G	Y	I	H	V	H	O	T	Q	W	O	K
K	Y	F	B	C	X	R	K	Q	U	Y	Q	U	F
H	C	P	L	L	E	S	Q	M	D	T	U	B	N
C	I	P	Z	E	C	D	Q	U	D	Y	Q	S	C
D	I	N	E	R	O	H	X	P	X	E	M	R	D
T	Q	S	H	C	K	J	S	P	I	H	O	W	Q
F	H	Q	C	Q	Z	V	U	S	S	I	S	E	H
P	F	V	X	C	Q	M	I	S	I	O	N	E	S
L	Q	U	I	R	A	C	C	R	E	D	I	T	O
O	A	D	E	L	A	N	T	O	P	R	A	Q	U
C	C	O	M	P	R	A	S	N	R	M	E	P	H
I	M	T	E	R	E	S	E	S	A	T	K	D	R

ADELANTO

COMISIONES

CRÉDITO

INTERESES

BANCOS

COMPRAS

DINERO

TARJETAS



## GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Acuerdo de tarjeta de crédito:** Detalla los Términos y Condiciones de la cuenta de su tarjeta de crédito e incluye información como la tasa de interés, los cargos y otra información de costos asociados a la cuenta.
- **Adelantos de dinero en efectivo:** Un préstamo que obtiene de su cuenta de tarjeta de crédito. Los adelantos de dinero en efectivo en bancos, los adelantos de dinero en efectivo en cheques y los depósitos directos son todos adelantos de dinero en efectivo. En general, un adelanto de dinero en efectivo está sujeto a su propia Tasa de porcentaje anual.
- **Cajero automático:** Una máquina que le permite acceder a realizar transacciones financieras, como retiros de fondos y depósitos, en un espacio público.
- **Cargo por exceder el límite:** Un cargo aplicado cuando un saldo de cuenta excede la línea de crédito disponible en cualquier momento durante un ciclo de facturación.
- **Crédito:** Un acuerdo contractual en el que un prestatario recibe algo de valor ahora y que acuerda volver a pagar al prestamista en una fecha posterior.
- **Fecha de vencimiento de pago:** La fecha en la que vence el pago de su tarjeta de crédito. La fecha de vencimiento de pago se produce al menos 25 días después del cierre de cada ciclo de facturación.

# GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Historial de crédito:** Su historial de crédito incluye información acerca de si paga sus facturas a tiempo y cuánto debe a sus acreedores. En general, la información incluye su nombre, dirección, empleador, duración del empleo, tipos de cuentas, saldos de cuentas, historial de pagos, información de cobros, registros públicos y antecedentes. Morosidades serias, como cancelaciones y cuentas de cobros, permanecen en su informe de crédito de 7 a 10 años, pero su historial de crédito se remonta a la fecha en que se estableció su crédito.
- **Interés:** Es el precio que la entidad financiera pone al dinero que presta. Se expresa como una tasa o porcentaje anual y se calcula sobre el balance pendiente de pago; en el caso de las tarjetas de crédito los intereses suelen ser bastantes altos a otros prestamos de consumo.
- **Límite de crédito:** Su límite de crédito es la cantidad máxima que se permite cargar en su tarjeta de crédito.
- **Tarjeta de crédito:** Generalmente una tarjeta de plástico emitida por un banco u otra compañía financiera con el propósito de comprar bienes y servicios a crédito. La mayoría de los casos, se establece un límite de crédito para cada cuenta.
- **Tarjetahabiente:** La persona a la cual se emite la tarjeta de pago, es decir, el titular autorizado de la cuenta representada por la tarjeta que emite la institución financiera.

# CONCLUSIÓN

En conclusión, las tarjetas de crédito son herramientas financieras ampliamente utilizadas que permiten a los usuarios realizar compras y pagarlas en un momento posterior. Tienen beneficios como la conveniencia, la construcción de historial crediticio y la protección contra fraudes. Sin embargo, también conllevan ciertos riesgos, como el potencial de acumular deudas y pagar intereses si no se manejan adecuadamente. Es importante utilizar las tarjetas de crédito de manera responsable, pagando los saldos a tiempo y manteniendo un equilibrio adecuado entre los gastos y la capacidad de pago. Como cualquier producto financiero, es crucial comprender los términos y condiciones asociados con las tarjetas de crédito y tomar decisiones informadas para aprovechar sus beneficios y evitar problemas financieros.

## BIBLIOGRAFÍA

*¿Qué es una tarjeta de crédito y cómo funciona?* (22 de febrero de 2021). <https://n9.cl/rnfub>

FOGADE. (2015). *Glosario de Términos de Tarjetas de Crédito*. <https://n9.cl/e4p72>

Staff, F. (17 de marzo de 2023). *Errores al usar la tarjeta de crédito*. <https://n9.cl/8an8i>

### 6.3.2 Difusión de la guía

The screenshot shows a Gmail interface in a web browser. The browser's address bar displays the URL: `mail.google.com/mail/u/0/#sent/KtbxLthNSpMNIZwBkDhPLZXBVtrcNXfnMg`. The Gmail header includes a search bar with the text `in:sent`, a status indicator `Activo`, and a profile picture of a woman. The left sidebar shows navigation options: Mail (with a `99+` notification), Chat, Spaces, and Meet. The main email view shows an email from **Monica Belen Jimenez Celi** (`monica.b.jimenez@unl.edu.ec`) sent at `12:39` (9 minutes ago). The email subject is **Guía para el correcto uso de las tarjetas de crédito**. The recipient list includes `alex2000jimenez01@gmail.com`, `albitaceli70@gmail.com`, `1963manuel`, `brayanfer13@gmail.com`, and `Nayeli, jhc`. The email contains a PDF attachment titled **GUÍA PARA EL CORRECTO USO DE** with a thumbnail showing the text `GUÍA PARA EL C...`. A Windows watermark is visible in the bottom right corner of the email content area.



Monica Belen Jimenez Celi &lt;monica.b.jimenez@unl.edu.ec&gt;

## Guía para el correcto uso de las tarjetas de crédito

6 mensajes

Monica Belen Jimenez Celi <monica.b.jimenez@unl.edu.ec> 7 de noviembre de 2023, 12:39

Para: "alex2000jimenez01@gmail.com" <alex2000jimenez01@gmail.com>, "albitaceli70@gmail.com" <albitaceli70@gmail.com>, 1963manuel@gmail.com, "brayanfer13@gmail.com" <brayanfer13@gmail.com>, Nayeli Liliana Cañar Obaco <nayeli.canar@unl.edu.ec>, "jhonnypaqui@gmail.com" <jhonnypaqui@gmail.com>, "magalyjimenez.1980@gmail.com" <magalyjimenez.1980@gmail.com>, belenmonica20@hotmail.com, "oliverfancisco@gmail.com" <oliverfancisco@gmail.com>, abigailas20@gmail.com, "adrian.taday@gmail.com" <adrian.taday@gmail.com>, adrianamishell@gmail.co, ainhoacueva2002@hotmail.com, "ajimenez28@gmail.com" <ajimenez28@gmail.com>, alejandra.vire@hotmail.com, alejandroquezada2000@hotmail.com, "jhonny.camacho@gmail.com" <jhonny.camacho@gmail.com>, "AlexandraMinda@gmail.com" <AlexandraMinda@gmail.com>, alexanthercueva22@gmail.com, alexis15ureña@hotmail.com, "AlisTorres8@gmail.com" <AlisTorres8@gmail.com>, alissonmuñoz@gmail.com, "odalyismcabrera@gmail.com" <odalyismcabrera@gmail.com>, alisonjimenez2001@hotmail.com, "anacrisvr@gmail.com" <anacrisvr@gmail.com>, "anahi.rodriguez@gmail.com" <anahi.rodriguez@gmail.com>, andersonpuglla24@hotmail.com, "andrea.armijos@gmail.com" <andrea.armijos@gmail.com>, andesestrada3@gmail.com, andres18peñafoel@gmail.com, "Amiguelarteaga@gmail.com" <Amiguelarteaga@gmail.com>, andygs05@gmail.com, Mauriciopeñafoel@hotmail.com, angedrc29@gmail.com, angelaceli23@hotmail.com, angellyzuñiga2@gmail.com, annemorochosagbay@hotmail.com, juanrodriguez23@gmail.com, anthonycueva16@gmail.com, antonellad77@gmail.com, antonioquezada01@hotmail.com, "ArianaNicol14@gmail.com" <ArianaNicol14@gmail.com>, aromchimbo1993@gmail.com, "ayleenfiorella@gmail.com" <ayleenfiorella@gmail.com>, bagnerrivera2000@gmail.com, "bethaniajimenez06@gmail.com" <bethaniajimenez06@gmail.com>, beykerjumbo33@gmail.com, bladimirima2001@gmail.com, bralexfer5@hotmail.com, "jeisonmjimenez@gmail.com" <jeisonmjimenez@gmail.com>, briana.correa11@gmail.com, brithannyc28@gmail.com, brooklynorellana1998@gmail.com, bryan23alberca@hotmail.com, cabrerakeira98@gmail.com, ayalacarlosfer70@gmail.com, cesarjapon66@gmail.com, charlescevallos09@hotmail.com, chaerlesotoc1999@gmail.com, "Christianag24@gmail.com" <Christianag24@gmail.com>, coalfishres12@gmail.com, crisriveraa9@gmail.com, cristiantene06@hotmail.com, damariz\_zhingre4@gmail.com, damianjimenez02@gmail.com, dania\_castillo@gmail.com, "daniela.camacho2001@gmail.com" <daniela.camacho2001@gmail.com>, "dannagarcia27@gmail.com" <dannagarcia27@gmail.com>, danny99jimenez@gmail.com, "darioguaman13@gmail.com" <darioguaman13@gmail.com>, darlincajamarca@hotmail.com, davidspinoza45@gmail.com, davidpardog2@gmail.com, dayanaocampoguayas6@hotmail.com, "deliaaguirre85@gmail.com" <deliaaguirre85@gmail.com>, "deliaaguirre85@gmail.com", dennis.acaro23@gmail.com, diegofermuñoz@gmail.com, diego23zuñiga@hotmail.com, dietmarramon14@gmail.com, eddyarmijos55@gmail.com, angelceli63@gmail.com, nixoneduardo32@hotmail.com, "edwardcarrion11@gmail.com" <edwardcarrion11@gmail.com>, elizabeth28sagabay@gmail.com, "miriamjimenez2003@gmail.com" <miriamjimenez2003@gmail.com>, "elizabethavila7@gmail.com" <elizabethavila7@gmail.com>, enriqueambuludi2000@hotmail.com, erikarojasceli2@gmail.com, estefaniamuzha18@gmail.com, evelyncamacho23@hotmail.com, "fabianescobar12@gmail.com" <fabianescobar12@gmail.com>, ferchoc.32@gmail.com, "fernando.castillo@gmail.com" <fernando.castillo@gmail.com>, montafio2000@gmail.com, fishel45pintado@hotmail.com, gabrielacumbicus92@gmail.com, gabbyzuñigaa@gmail.com, "gloriaromero33@gmail.com" <gloriaromero33@gmail.com>, hamilton.gonzalez10@gmail.com, heidy.cobos25@gmail.com, ismaetorres44@hotmail.com, ivettmariloja11@gmail.com, "jairoorellana06@gmail.com" <jairoorellana06@gmail.com>, javierjimenezr@gmail.com, jeansanchez17@gmail.com, "jennifer22medina@gmail.com" <jennifer22medina@gmail.com>, jennyceli63@gmail.com, jeysonfermandop01@gmail.com, jhandryac27@gmail.com, jhanovamacass09@hotmail.com, "jhasmincampoverde13@gmail.com" <jhasmincampoverde13@gmail.com>, jheanordoñez@gmail.com, "JhoanCuenca18@gmail.com" <JhoanCuenca18@gmail.com>, acarojhoel45@gmail.com, andrademalla2001@gmail.com, jhonykapoce11@hotmail.com, jhordytroya63@hotmail.com, "jhuniorroman@gmail.com" <jhuniorroman@gmail.com>, joelcastro00@gmail.com, "jonathanchamba07@gmail.com" <jonathanchamba07@gmail.com>, jorgecango29@gmail.com, jormanreinosoespaña@hotmail.com, "medina23jose@gmail.com" <medina23jose@gmail.com>, "joseph.martinez23@gmail.com" <joseph.martinez23@gmail.com>, joseph.martinez23@gmail.com, juankloaiza1985@gmail.com, julicabrera23@gmail.com, junirxavier@hotmail.com, "justintapia22@gmail.com" <justintapia22@gmail.com>, karenescobar26@gmail.com, karla.mestanza02@hotmail.com, "karen.chamba@gmail.com" <karen.chamba@gmail.com>, "johana.valle12@gmail.com" <johana.valle12@gmail.com>, kevin.grimany1993@gmail.com, "karlitajimenez04@gmail.com" <karlitajimenez04@gmail.com>, montañokelly@hotmail.com, kelvinpc1999@hotmail.com, kerlysoledadpeña@gmail.com, kevin-jaramillo14@hotmail.com, keyclinquifonez03@gmail.com, lenin.placencia15@gmail.com, leogonzalez99@hotmail.com, leonardo.45trujillo@gmail.com, lestylivisaca15@gmail.com, lidiasarango20@gmail.com, "LigiaJimenez19@gmail.com" <LigiaJimenez19@gmail.com>, livintonlima2601@gmail.com, lizabethguailas@hotmail.com, lorenahurtado0411@gmail.com, luisferceli02@gmail.com, andrea.quizhpe14@gmail.com, zulema.romero06@gmail.com, luisitoimaicela@hotmail.com, marcosyared@yahoo.com, "luistroya1@hotmail.com" <luistroya1@hotmail.com>, marcosfnp@hotmail.com, majorivera@hotmail.com, maribelpuglla1987@gmail.com, jacob.1904@gmail.com, jmerin.jp@gmail.com, julio\_valle03@gmail.com, marisol\_celi@hotmail.com, marfontacuri@yahoo.es, marthacastillo08@hotmail.com, martinapautello@gmail.com, jany\_checa@hotmail.com, ab\_garcia@hotmail.com,

Activa  
Ir a Con

Activa  
Ir a Conf

<https://mail.google.com/mail/u/0/?ik=bdff0a8bb3&view=pt&search=all&permthid=thread-ar1168076983885196750&siml=msg-ar:30386888098...> 1/2

maritza\_puatate@hotmail.com, "fapacheco@hotmail.com" <fapacheco@hotmail.com>, "acarotorresp@hotmail.com" <acarotorresp@hotmail.com>, "caro\_archi@hotmail.com" <caro\_archi@hotmail.com>, andre\_egas45@hotmail.com, "intriagodante@gmail.com" <intriagodante@gmail.com>, betan2513@hotmail.com, "guamialama.eduardo@gmail.com" <guamialama.eduardo@gmail.com>, ali.cris84@hotmail.com, "xsarabia.tellesgarzon@gmail.com" <xsarabia.tellesgarzon@gmail.com>, "jcabezasaguilar@gmail.com" <jcabezasaguilar@gmail.com>, vladv69@hotmail.com, "mariazu2009@gmail.com" <mariazu2009@gmail.com>, maryan.87@hotmail.com, Bettylu@hotmail.com, sebatianjimenez@yahoo.com, edison.molina@hotmail.com, Maryzambiano@hotmail.com, Morenito6789@hotmail.com, "MaritzaQuinga@gmail.com" <MaritzaQuinga@gmail.com>, rivera.javier\_0307@yahoo.com, saenzandrea@hotmail.com, pablocavosi@hotmail.com, cyndy\_marip93@hotmail.com, jaim\_bolanos@hotmail.com, rodrigobe55@hotmail.com, "gianinamoreno@gmail.com" <gianinamoreno@gmail.com>, cmosquerita\_63@hotmail.com, baquerohum@hotmail.com, susyd@gmail.com, sandypael@hotmail.com, "rosaguaman56@gmail.com" <rosaguaman56@gmail.com>, matildebas@hotmail.com, carla95@hotmail.com, lucholuk\_13@hotmail.com, danilo-jime@hotmail.com, mendeznicol16@hotmail.com, edgar\_vasquez01@hotmail.com, quitogerman@yahoo.es, loremuñoz44@hotmail.com, oscarmijos1972@hotmail.com, andre.yepeze@hotmail.com, "johaescom@hotmail.com" <johaescom@hotmail.com>, cesarjapon25@gmail.com, carlita\_1008@hotmail.com, "guidog2@hotmail.com" <guidog2@hotmail.com>, sntiago7@hotmail.com, "hidalgow66@hotmail.com" <hidalgow66@hotmail.com>, "hazanheyman@yahoo.com" <hazanheyman@yahoo.com>, andrea1998@hotmail.com, taty\_20jimenez@hotmail.com, "luisarivera11@gmail.com" <luisarivera11@gmail.com>, henryjoel@hotmail.com, dannycevallos89@gmail.com, "maria\_torres06@gmail.com", andymerino@hotmail.com, mauriciorojas12@hotmail.com, "carlosmarquez18@hotmail.com" <carlosmarquez18@hotmail.com>, dario\_gabriel1990@hotmail.com, francisordoñez1983@hotmail.com, marcelogualan22@hotmail.com, "carlossantiago5\_@hotmail.com" <carlossantiago5\_@hotmail.com>, ali\_angysamy@hotmail.es, mayramoncada\_82@hotmail.com, "miryam.silva@gmail.com" <miryam.silva@gmail.com>, melaniajimenez@hotmail.com, pablis1996@hotmail.com, michal\_lapo07@hotmail.com, cecymolina03@hotmail.com, mirkalivipoma@hotmail.es, michacarrion@hotmail.com, alexander\_encalada99@hotmail.com, nando\_cabrera14@hotmail.com, natanelcabrera@hotmail.com, "nayelimorocho15@gmail.com" <nayelimorocho15@gmail.com>, "nicol.gonzalez@gmail.com" <nicol.gonzalez@gmail.com>, vivancorivera26@gmail.com, nomnramon99@hotmail.com, oliverabad73@gmail.com, "oscarjapon@gmail.com" <oscarjapon@gmail.com>, pame\_nicol02@gmail.com, patriciopoma@hotmail.com, paul.celi88@gmail.com, paulaalberca04@gmail.com, paul\_vire@hotmail.com, randhy.calle5@hotmail.com, ricadojaramillo@hotmail.com, "richardbenitez.24@gmail.com" <richardbenitez.24@gmail.com>, robinsonmorochoapasaca@hotmail.com, "ronald.martinez@gmail.com" <ronald.martinez@gmail.com>, torres\_rosmary13@gmail.com, erazovega07@hotmail.com, ruben.samartin26@gmail.com, rubbychamba@hotmail.com, poma\_salome4@gmail.com, santiago.erazo19@hotmail.com, "sara.jimenez@gmail.com" <sara.jimenez@gmail.com>, sharonmacasp@hotmail.com, silvio.sarango77@gmail.com, "vargas.sofia03@gmail.com" <vargas.sofia03@gmail.com>, steeven.herrera1999@hotmail.com, jaramillo\_te@hotmail.com, thaily\_caillagua66@gmail.com, valentina.rogel0611@gmail.com, "valeriagomezcar@gmail.com" <valeriagomezcar@gmail.com>, cumbicus\_13@gmail.com, walterchamba@hotmail.com, "wilmerpuglla27@gmail.com" <wilmerpuglla27@gmail.com>, xavier\_vazquez@hotmail.com, "ximenadiaz08@gmail.com" <ximenadiaz08@gmail.com>, "yadirasuarez11@gmail.com" <yadirasuarez11@gmail.com>, yalitza\_abigail@gmail.com, yasminrodriguez07@hotmail.com, yinson.placencia@hotmail.com, yovanadagranda@gmail.com, yuli\_jimenez20@gmail.com, melqui.cuencap@gmail.com, ashley.castillo8@gmail.com, salinas\_luis33@hotmail.com, alisoncruzri@gmail.com, ruby.ordoñez0406@gmail.com, "victorsotocar@gmail.com" <victorsotocar@gmail.com>, marthace.castillo@hotmail.com, fernandanicol19@gmail.com, gloriaordonezorfeaga@gmail.com, guamanbyron99@gmail.com, Jean Carlos Ocampos Paucar <jeanocampos03@gmail.com>, nicky.huanca.17@gmail.com, alison.paute08@gmail.com, patty11\_01@hotmail.com, "patriciobalcazar@gmail.com" <patriciobalcazar@gmail.com>, "robertojc.1993@gmail.com" <robertojc.1993@gmail.com>, "maxsarango55@gmail.com" <maxsarango55@gmail.com>, miakelamijos@gmail.com, "maria2000belen@gmail.com" <maria2000belen@gmail.com>, anahivazz0603@gmail.com, "karlanarvaez@gmail.com" <karlanarvaez@gmail.com>, guaman\_dario07@hotmail.com, "karlacoronel@hotmail.com" <karlacoronel@hotmail.com>, diegofermacas@hotmail.com, "jamileth.flores@gmail.com" <jamileth.flores@gmail.com>, castillo\_1997@gmail.com, pablo.camacho@hotmail.com, nayelizuñiga12@hotmail.com, "isabelmedina25@gmail.com" <isabelmedina25@gmail.com>, cueva\_belen@gmail.com, "guadacastillo20@gmail.com" <guadacastillo20@gmail.com>, anto\_davila@hotmail.com, sofya.camacho13@gmail.com, angel.yaguanaa@gmail.com, "LisbethMaria22@gmail.com" <LisbethMaria22@gmail.com>, karen08chamba@hotmail.com, jennifer.sanchez@hotmail.com, matias\_cuenca1998@hotmail.com, vero.salinas@hotmail.com, adrianapamacas@gmail.com, "jorgesoto63@gmail.com" <jorgesoto63@gmail.com>, "jhandrylopez@gmail.com" <jhandrylopez@gmail.com>, medina.joseedu@gmail.com, "armando2808@gmail.com" <armando2808@gmail.com>, lucia\_rey03@gmail.com, "fabianloja@gmail.com" <fabianloja@gmail.com>, Eva Jamilex Lopez Aguilar <eva.lopez@unl.edu.ec>, gabriela\_aguachinsaca@gmail.com, "cristinacarrion15@gmail.com" <cristinacarrion15@gmail.com>, cristian\_alejandro@hotmail.com, luchopc\_09@gmail.com, paulacelihu@gmail.com, zulemacafiar@gmail.com, nicol.cabrera11@gmail.com, gustavogordillo04@gmail.com, ANDERSON JHOEL RIVERA SARANGO <anderson.rivera@unl.edu.ec>, adriancamacho@gmail.com, "magaly.carmen27@gmail.com" <magaly.carmen27@gmail.com>, yerodi\_js01@gmail.com, alexander.sagbay@hotmail.com, mauricio\_paccha@gmail.com, heidy.samiento23@hotmail.com, paola.marengo@gmail.com, alba\_martinez06@gmail.com, ali\_jimenezabarca@hotmail.com, maria\_jose99@hotmail.com

Activa  
Ir a Con

GUÍA PARA EL CORRECTO USO DE LAS TARJETAS DE CRÉDITO.pdf  
1970K

Activa  
Ir a Con

<https://mail.google.com/mail/u/0/?ik=bdff0a6bb3&view=pt&search=all&permthid=thread-a:r1168076983885196750&simpl=msg-a:r30386888098...>

## 7. Discusión

Las tarjetas de crédito son una forma de financiamiento regulada por la Superintendencia de Bancos, que sustituye la necesidad de utilizar dinero en efectivo, logrando extenderse más entre la población ecuatoriana, principalmente por las fuertes campañas de promoción realizadas por las instituciones financieras.

En un estudio relacionado de Murillo y Ortiz (2014), indican que la población guayaquileña no ha sido informada por parte de las instituciones bancarias sobre todos los costos que implican el tener una tarjeta de crédito, a pesar que los ciudadanos tienen preferencia en la utilización de las tarjetas de crédito en el consumo de vestimenta, alimentación y compras por internet. Los mismos resultados obtiene Marín (2017), en su investigación realizada en la ciudad de Loja, puesto que el 96 % de los tarjetahabientes no han recibido ningún tipo de información sobre en el manejo de las tarjetas de crédito y tal razón, la población de su estudio ve necesario contar con un programa de información sobre el uso y manejo de las tarjetas de crédito.

En comparación con los estudios realizados por los autores antes mencionados y los resultados obtenidos en la presente investigación se concuerda que los tarjetahabientes de Yantzaza no tiene un conocimiento claro de lo que son las tarjetas de crédito, cuál es su funcionalidad, sus beneficios y desventajas, provocando desconfianza y prefiriendo el efectivo por parte de la ciudadanía, esto se debe precisamente porque las instituciones financieras solo se enfocan en colocar las tarjetas de crédito, más no brindar una información o capacitación clara de un manejo correcto y responsable de estas. Por tal razón, se comparte lo mencionado en Marín (2017) en donde señala que es necesario tener un programa de capacitación sobre el uso adecuado de las tarjetas de crédito, especificando los pro y contra.

Por otro lado, Marín (2017) refiere que el uso de la tarjeta de crédito en los locales comerciales, permite a los propietarios aumentar las ventas, ya que sustituyen la necesidad de utilizar dinero en efectivo, y facilita las compras a sus clientes, dándoles seguridad y comodidad; coincidiendo con Citi (2016), que el manejo de la tarjeta de crédito tiene importantes beneficios para la ciudadanía otorgando flexibilidad, libertad, seguridad y control al momento de realizar sus compras, mediante la opción de pago con tarjeta.

Ambos estudios presentan resultados semejantes y éste no es la excepción, ya que, si bien los yantzacenses ocupan con mayor frecuencia la tarjeta de crédito para compras en línea, los locales comerciales de Yantzaza si aceptan las tarjetas de crédito como medio de pago, de hecho gracias a esta implementación han logrado aumentar sus ventas e incluso han mejorado la competitividad de su negocio frente a otros establecimientos, dándoles la oportunidad de



atraer clientes que utilicen este medio de pago, ya sea por motivos de comodidad o seguridad. Sin embargo, existe un mínimo que no ocupa este servicio lo cual se debe a diferentes razones, como, las comisiones extras que cobran las entidades financieras por el uso de las tarjetas o por la preferencia de algunos establecimientos de solo aceptar efectivo como medio de pago.

## **8. Conclusiones**

- Una gran parte de los tarjetahabientes de la ciudad de Yantzaza tienen un grado de conocimiento de nivel regular del uso y manejo de las tarjetas de crédito, al no saber utilizar correctamente las tarjetas, ya que no han recibido la información necesaria por parte de las entidades financieras.
- Existe una aceptación moderada de las tarjetas de crédito en los locales comerciales, ya que es un método de pago muy común en algunos negocios de Yantzaza, sin embargo, todavía existe una cantidad de comercios que no las aceptan y prefieren el efectivo ya sea por las altas tasas de comisión que cobra el Banco, por lo tanto, esto puede afectar de cierta forma en las opciones de compra por parte de los clientes, y provocar que sus ventas disminuyan.
- La investigación recalcó la importancia de proporcionar a los tarjetahabientes de Yantzaza una guía financiera en donde se encuentre toda la información necesaria para el uso adecuado de las tarjetas de crédito, ya que la falta de información sobre los beneficios y riesgos asociados con estos productos financieros puede conducir a malas decisiones de gasto y endeudamiento en un futuro.

## **9. Recomendaciones**

- Se deben implementar campañas de educación financiera en la ciudad de Yantzaza, las cuales sean dirigidas tanto a las personas que tienen tarjetas de crédito como a los que están pensando en obtener una tarjeta, en la cual se mencione toda la información necesaria como, los conceptos básicos del crédito, los intereses, los plazos de pago, los peligros del endeudamiento, entre otros aspectos que sean importantes.
- Los establecimientos y las entidades financieras deberían trabajar juntas para de esa manera promover la acogida de pagos con tarjetas de crédito en los comercios de Yantzaza. Esto podría incluir incentivos como reducción de comisiones para los negocios, lo que a su vez impulsaría el crecimiento de los pagos electrónicos y mejoraría la comodidad y seguridad de los clientes al momento de realizar sus compras.
- A la población de Yantzaza, revisar la guía propuesta para el correcto uso de las tarjetas de crédito, mejorando el conocimiento y generando aptitudes positivas con el fin de aprovechar al máximo los beneficios que ofrece esta herramienta financiera; y de esa manera conocer todo lo necesario al momento de hacer uso de la tarjeta, para prevenir el riesgo de caer en endeudamientos excesivos.

## 10. Bibliografía

- Arco, E. P. (2016). *¿Cómo nació la tarjeta de crédito? El dinero de plástico que surgió de un olvido*. ElEconomista.es: <https://n9.cl/o3t0p>
- Arias, E. R. (2020). *Medios de pago*. Economipedia.com: <https://n9.cl/e3e7t>
- Armijos, D. E. (2019). *Estudio y análisis del Conocimiento, Actitud y Práctica (CAP) en los usuarios de las tarjetas de crédito en la ciudad de Loja, periodo 2015 – 2018*. <https://n9.cl/4bh09>
- Arroyo, M. (2021). *La evolución de los medios de pago*. BBVA: <https://n9.cl/immn5>
- Asobanca. (2021). *Boletín de servicios financieros*. Asobanca, 4-5. : <https://bit.ly/3GSEcjB>
- Bauerova, R. y Keplek, M. (2018). *Technology Acceptance as a Determinant of Online Grocery Shopping Adoption*. Revista digital de Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis, 66(3), 737–746: <https://n9.cl/ygz1sq>
- Banco Bilbao Vizcaya Argentaria BBVA. (2023). *Tarjeta Visa Clásica (Fotografía)*. <https://n9.cl/pz2gj>
- Blanco, A. (2015). *Gestión de Entidades Financieras*. Un enfoque práctico de la gestión bancaria actual, Madrid: ESIC.
- Beltrán, L. E. (2014). *Conocimiento, actitud y práctica en el uso de las tarjetas de crédito en la ciudad de Guayaquil*. <https://n9.cl/1jpga>
- Castillo, C. d., Mercado, C., y Corral, D. (2015). *El consumidor español y su utilización de las tarjetas bancarias: línea de actuación para su desarrollo en el futuro*. Revista Interdisciplinar de ciencias de la Comunicación y Humanidades, 208.: <https://bit.ly/3S3m1w6>
- Cerna, C. y Cruz. (2003). *Servicio al cliente, como estrategia para generar lealtad de marca en los tarjetahabientes en la empresa emisora de tarjetas de crédito*. . (Tesis de pregrado). Universidad Dr. Jose Matias Delgado, 13, 14. San Salvador.
- Citi. (2016). *Consejos Prácticos para el Buen Uso de tu Tarjeta de Crédito*. Quito: Citi.
- Código Órgánico Monetario y Financiero (2014). *Segundo Suplemento del Registro Oficial No.332*. <https://n9.cl/p5bvl>

- Contreras, L. E. (2016). *Análisis económico de la tarjeta de crédito pacificard del banco del pacífico y su incidencia sobre el nivel de sobreendeudamiento crediticio de la clase media ecuatoriana, durante el periodo 2010 – 2014*. <https://n9.cl/ofzd9>
- Davis, F. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly*, 13(3): 319–339.
- Daza, J. (2014). *Las tarjetas de crédito y la cultura financiera crediticia en Sucre*. Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, Facultad de Contaduría Pública y: <https://n9.cl/70yqk>
- DinersClub. (2021). *Tarjeta de crédito*. <https://n9.cl/yvabq>
- DinersClub. (2022). *¿Qué es una tarjeta de crédito, cómo funcionan y cuáles son sus beneficios?* <https://n9.cl/yvabq>
- Duarte, D. N. (2015). *El impacto del manejo inapropiado de las tarjetas de crédito en la economía de los hogares Colombianos*. Universidad Militar Nueva Granada: <https://n9.cl/fsimw>
- Edufinet. (2023). *Medios de pago* . <https://edufinet.com/inicio/medios-de-pago>
- Ficotec, S.L. (2020). *¿Cuál es el origen de la tarjeta de crédito?*: <https://www.ficotec.com/3696/>
- Financiera, d. (2018). <https://n9.cl/gagpq>
- Frankel, R. S. (2021). *Tarjetas de Crédito*. <https://n9.cl/tmpwo>
- Gestión, R. (2021). *Gestión.com*. Finanzas Personales: <https://n9.cl/du7j4>
- Gil, S (2016). *Economipedia.com*. Diferencia entre tarjeta de débito y crédito: <https://n9.cl/8nrs>
- González L. (2013). *Regulación de las tarjetas de crédito en Costa Rica*. Revista de ciencias sociales. 2013;0(139). doi:: <https://doi.org/10.15517/rsc.v0i139.11361>
- Intituto Nacional de Estadística y Censos INEC. (2010). *Fásiculo Provincial de Zamora Chinchipe*. Estructura de la población: <https://n9.cl/4vq6e>
- Junta de Regulación Monetaria y Financiera. (2018). *Codificación de resoluciones monetarias, financieras, de valores y seguros*. Libro I: Sistema Monetario y Financiero: <https://n9.cl/va4o0>

- Konfio. (2021). *Finanzas Emprendedores. ¿Qué tipos de tarjetas de crédito existen?:* <https://n9.cl/h8jvq>
- Marín, G. A. (2017). *Análisis del uso de Tarjetas de Crédito como medio de pago en la Ciudad de Loja.* <https://n9.cl/uu1gk>
- Martillo, L. (2016). *Análisis económico de la tarjeta de credito pacificard del Banco del Pacífico 2010 - 2014 (Tesis de maestría)* . Universidad de Guayaquil, Ecuador: <https://n9.cl/ofzd9>
- Martin, E. D. (2009). *Se agrava la crisis de las tarjetas de crédito.* <https://www.elnuevoherald.com/noticias/finanzas/article1995424.html>
- Martín, J. (2018). *Modelo TAM* . <https://n9.cl/jwizc>
- Mastercard Gold. (2023). *Tarjeta de crédito Mastercard Gold (Fotografía).* <https://n9.cl/qage6>
- Mendialdua, A. B. (2015). *Gestión de Entidades Financieras: Un enfoque práctico de la gestión bancaria actual.* <https://n9.cl/hv5d3>
- Mercado, P. (2023). *Qué son los contracargos y cómo evitarlos.* <https://n9.cl/2sn6x>
- Morocho, D. (2019). *Repositorio Universidad Nacional de Loja:* <https://bit.ly/3QPauQ1>
- Moslehpour M., K. V. (2018). *E-Purchase Intention of Taiwanese Consumers:Sustainable Mediation of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use* . Revista Digital de Multidisciplinary Digital Publishing Institute,10,1-17,doi:10.3390.
- Municipio de Yantzaza. (2020). *Plan desarrollo y ordenamiento territorial.* <https://n9.cl/pg0x7>
- Muñoz, F. (2014). *Mercado de tarjetas de crédito en Colombia, un enfoque mediante la dinámica de sistemas.* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Colombia: <http://www.bdigital.unal.edu.co/39894/1/8033736.2014.pdf>
- Muguira, A. (2018). *Diseño de investigación. Elementos y características.* QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/disenio-de-investigacion/>
- Murillo, L. y Ortiz, C. (2014). *Obtenido de Repositorio Universidad San Francisco de Quito: :* <https://bit.ly/3ddsCp4>
- Novales, M. Á. (2016). *El protocolo de investigación IV: las variables de estudio.* Revista Alergia México, 63(3): <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755025003.pdf>

- Orozco, M. (2022). *Primicias*. En Ecuador 250.000 personas tienen más de cinco tarjetas de crédito: <https://n9.cl/kdj19>
- Peces, C. d. (2015). *El consumidor español y su utilización de las tarjetas bancarias: líneas de actuación para su desarrollo en el futuro*. Universidad Rey Juan Carlos, Madrid (España): <https://bit.ly/3S3m1w6>
- Quintana, V. V. (2014). *Análisis del uso de la tarjeta de crédito*. <https://n9.cl/bdk6e>
- Restrepo, M. (2020). *¿Qué franquicias y tipos de tarjetas de crédito existen?* Rankia.com: <https://n9.cl/nw7j5>
- Restrepo, M. (2020). *¿Qué franquicias y tipos de tarjetas de crédito existen? (Fotografía)*. <https://n9.cl/nw7j5>
- Rocío, A. G. (2011). *Proyecto de Investigación Académica: “Preferencias en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones del Sistema Financiero Regulado ecuatoriano”*. Escuela de Banca y Finanzas Modalidad abierta y a distancia. <https://n9.cl/qiwjdi>
- Rodríguez, B. (2002). *Origen y Evolución Histórica de las Tarjetas de Crédito*. Gestipolis: <https://n9.cl/nyxvx>
- Rogers, E. (1995). *Difusión de innovaciones*. <https://n9.cl/gt3zc>
- Romero, B. (2015). *La Estructura del Sistema Financiero Ecuatoriano*. Finanzas Personales Ecuador: <https://n9.cl/lewca>
- Romero, X. L. (2019). *Como ha impactado la publicidad no tradicional en el aumento de la emisión de tarjetas de crédito en el distrito metropolitano de Quito en los años 2016-2017*. Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito: <https://n9.cl/cv09l>
- Salvatierra, M. C. (2007). *Tarjetas de crédito*. Gestipolis: <https://n9.cl/hfn2q>
- Santander. (2021). *Anatomía de una tarjeta de crédito: ¿qué significa cada apartado?*. (Fotografía). Santander: <https://n9.cl/8sndd>
- Scabarrozzi, M. A. (2021). *Propuesta del uso eficiente de la Tarjeta de Crédito como medio de pago en el Banco de Crédito del Perú – Agencia Huncayo, 2020*. <https://n9.cl/xvnt4>
- Superintendencia de Bancos (2017). *Libro I: Normas de control para las entidades de los sectores financieros público y privado*. <https://n9.cl/k53pb>

- Superintendencia de Bancos. (2017). Glosario de términos: <https://n9.cl/ycwy6>
- Tapia, E. (2022). *Uso de tarjetas de crédito creció 36% en el sector de las cooperativas*. Primicias: <https://n9.cl/u4iv8>
- Telégrafo, E. (2019). *El Telégrafo, el aumento de recargos en pagos a tarjetas irá a revisión*. . El Telégrafo, pág. 4.: <https://n9.cl/1nup1>
- Villasís-Keever MA, M.-N. M. (2016). *El protocolo de investigación IV: las variables de estudio*. *Rev Alerg Mex*;63(3):303-310.
- Visa Platinum. (2023). *Banco de pacífico, (Fotografía)*. <https://n9.cl/3szlv>
- Wikiwand. (2020). *Provincia de Zamora Chinchipe. (Fotografía)*. Wikiwand: <https://n9.cl/whb3x>
- Yantzaza, Zamora-Chinchipe, Ecuador (2021). *Ciudades y pueblos del mundo*. Db-city.com: <https://es.db-city.com/Ecuador--Zamora-Chinchipe--Yantzaza>
- Yousafzai, S. Y., Foxall, G.R., Pallister, J.G., (2007). Technology acceptance: a meta- analysis of the TAM: Part 1. *J. Model. Manag.* 2 (3), 251–280. <https://doi.org/10.1108/17465660710834453>



## 11. Anexos

### Anexo 1. Modelo de encuesta a los habitantes de Yantzaza



#### ENCUESTA PARA LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE YANTZAZA

Gracias por tomarte el tiempo para responder esta encuesta sobre el uso de la tarjeta de crédito como medio de pago en la ciudad de Yantzaza. Tus respuestas serán anónimas y nos ayudarán a comprender mejor tus preferencias y experiencias en relación con este tema. Por favor, marque con una X la respuesta según corresponda.

1. ¿Cuál es su sexo?

Masculino

Femenino

2. ¿Cuál es su edad?

18-24 años

25-34 años

35-44 años

45-54 años

55 años o más

3. ¿Tienes tarjeta de crédito?

SI

NO

Si tu respuesta es NO, pasa a la pregunta 15; caso contrario continúe.

4. ¿Cuántas tarjetas de crédito tienen actualmente?

1

2

3

Más de 4

5. ¿Con qué frecuencia utilizas tu tarjeta de crédito como medio de pago en la ciudad de Yantzaza?

Diariamente

- Varias veces a la semana
  - Una vez a la semana
  - Más de una vez a la semana
  - Casi nunca
6. ¿Para qué nomás utiliza las tarjetas de crédito?
- Compras en línea
  - Pagos de educación
  - Avances de efectivo
  - Otros (Especificar)\_\_\_\_\_
7. ¿Cuáles son las principales razones por las que prefieres utilizar tu tarjeta de crédito en lugar de efectivo u otros métodos de pago? (Selecciona todas las opciones que apliquen)
- Comodidad
  - Seguridad
  - Acumulación de puntos o recompensas
  - Facilidades de pago a plazos
  - Control de gastos
  - Otros (especificar)\_\_\_\_\_
8. ¿En qué plataformas ha comprado con la tarjeta de crédito?
- Seleccione una o más opciones
- Amazon
  - Shein
  - Alibaba
  - Apple Store
  - Google Play Store
  - Ninguna
  - Otros (Especificar)\_\_\_\_\_
9. ¿Estás al tanto de los beneficios y recompensas que ofrece tu tarjeta de crédito?
- Sí, estoy completamente informado/a
  - Tengo algo de conocimiento, pero no estoy seguro/a de todos los detalles
  - No tengo conocimiento de los beneficios y recompensas

10. ¿Has recibido alguna vez capacitación o información por parte de tu entidad financiera sobre el uso responsable de tu tarjeta de crédito?
- Sí, he recibido capacitación detallada
  - He recibido información básica, pero no una capacitación completa
  - No he recibido ninguna capacitación o información
11. ¿Qué tiempo difiere sus compras con la tarjeta de crédito?
- 3 meses
  - 6 meses
  - 1 año
  - Más de 1 año
12. ¿Esta al tanto de la tasa de interés que le cobra el banco por el uso de la tarjeta de crédito?
- SI
  - NO
13. ¿Has experimentado algún problema o dificultad al utilizar tu tarjeta de crédito en la ciudad de Yantzaza?
- SI
  - NO
14. ¿Consideras que el uso de la tarjeta de crédito en Yantzaza es conveniente en comparación con otros métodos de pago?
- SI
  - NO
15. Indique las razones por las que considere que las personas no utilizan las tarjetas de crédito
- Falta de conocimiento
  - Miedo a endeudarse
  - Mal uso de las tarjetas
  - Otras (Indique)\_\_\_\_\_

**GRACIAS POR SU COLABORACION**

**Anexo 2. Modelo de encuesta a los locales comerciales de Yantzaza**



Universidad  
Nacional  
de Loja

## ENCUESTA PARA LOS LOCALES COMERCIALES DE YANTZAZA

Señor Propietario del Establecimiento:

Con la presente Encuesta pretendemos conocer el grado de aceptación de la Tarjeta de Crédito en la ciudad de Yantzaza.

Solicitamos de manera muy comedida contestar las siguientes preguntas:

**1. ¿Cuál es su sexo?**

Masculino                       Femenino

**2. ¿Cuál es su edad?**

18-24 años                       45-54 años  
 25-34 años                       55 años o más  
 35-44 años

**3. ¿Qué tiempo tiene este negocio?**

Años  
 Meses

**4. ¿A qué se dedica su local comercial?**

Venta  
 Servicio  
 Ambos

**5. ¿Acepta su establecimiento Tarjetas de Crédito?**

SI                       NO

NOTA: Si su respuesta es NO, por favor ubíquese en la pregunta N°11.

**6. ¿Cuál es el impacto de las tarjetas de crédito en su establecimiento comercial?**

Seleccione una o varias opciones

Aumento de ventas

- Altas comisiones y costos adicionales
- Facilidad en el proceso de pago
- Mejorar la competitividad de mi establecimiento frente a otros negocios.
- Aumento del riesgo financiero
- Flexibilidad en las opciones de pago a los clientes

**7. ¿Ha notado un aumento en las ventas desde que comenzó a aceptar tarjetas de crédito?**

- Sí
- No
- No estoy seguro

**8. ¿Qué Tarjetas de Crédito recibe en su establecimiento?**

Seleccione una o varias opciones

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Visa Banco de Guayaquil       | <input type="checkbox"/> Mastercard Banco Pichincha      |
| <input type="checkbox"/> Visa Banco Pichincha          | <input type="checkbox"/> Mastercard Banco del Austro     |
| <input type="checkbox"/> Visa Banco de Machala         | <input type="checkbox"/> Mastercard Produbanco           |
| <input type="checkbox"/> Visa Banco del Austro         | <input type="checkbox"/> Mastercard Mutualista Pichincha |
| <input type="checkbox"/> Visa Banco de Loja            | <input type="checkbox"/> Diners Club                     |
| <input type="checkbox"/> Visa Bankcard                 | <input type="checkbox"/> American Express                |
| <input type="checkbox"/> Mastercard Banco de Guayaquil | <input type="checkbox"/> Alia                            |
| <input type="checkbox"/> Otra (Especificar)_____       |  |

**9. ¿Ha implementado medidas adicionales de seguridad para garantizar transacciones seguras con tarjetas de crédito en su negocio?**

- SI
- NO

**10. ¿Cuál es su percepción general sobre la aceptación de tarjetas de crédito como medio de pago en el sector comercial en general?**

Alta aceptación

Aceptación moderada

Baja aceptación

**11. ¿Si Usted no acepta tarjeta de crédito, porque no lo hace?**

Por los porcentajes retenidos por los emisores de tarjetas de crédito

Porque no he realizado los trámites pertinentes a la afiliación

**GRACIAS POR SU COLABORACION**

**Anexo 3. Registro fotográfico**







**Anexo 4. Certificación de traducción del Abstract**



## The 'A' Team

English Services

10 noviembre del 2023

### *Certifico que:*

Yo, Anthony Josué Pauta Lucas traduje el resumen del Trabajo de Integración Curricular titulado: **“USO DE LA TARJETA DE CRÉDITO COMO MEDIO DE PAGO EN LA CIUDAD DE YANTZAZA.”** de la autoría de **MÓNICA BELÉN JIMÉNEZ CELI** con la cédula de ciudadanía número: **1720962537**, del español al inglés y que, a mi leal saber y entender, es una traducción fiel y correcta.

Además, certifico que soy competente tanto en español como en inglés para realizar y certificar dicha traducción.

---

Lic. Anthony Josué Pauta Lucas  
Registro Senescyt N°: 1008-2021-2267746  
Docente ESL