



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Finanzas

El dinero plástico como medio de pago en la ciudad de Catamayo.

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

AUTOR:
Francisco Daniel Remache Buri

DIRECTORA:
Ing. Andrea Judith Neira Paredes, Mg. Sc.

Loja - Ecuador
2022

Loja, 24 de Noviembre de 2022

Ing. Andrea Judith Neira Paredes, Mg. Sc.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo el proceso de la elaboración del Trabajo de Integración Curricular titulado: **“El dinero plástico como medio de pago en la ciudad de Catamayo”**, de autoría del estudiante **Francisco Daniel Remache Buri**, previa a la obtención del título de Licenciado en Finanzas, 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.



Firmado electrónicamente por:
**ANDREA JUDITH
NEIRA PAREDES**

Ing. Andrea Judith Neira Paredes, Mg. Sc.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR

Autoría

Yo, **Francisco Daniel Remache Buri**, declaro ser autor 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 del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mí Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:



Cédula de Identidad: 1150100483

Fecha: 24/11/2022

Correo electrónico: francisco.remache@unl.edu.ec

Teléfono o Celular: 0990945756

Carta de autorización del Trabajo de Integración Curricular por parte de la autora para la consulta de producción parcial o total, y publicación electrónica de texto completo.

Yo, **Francisco Daniel Remache Buri**, declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular titulado: **El dinero plástico como medio de pago en la ciudad de Catamayo**, como requisito para optar el título **de Licenciado 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 de la siguiente manera 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 veinticuatro días de noviembre del dos mil veintidós.

Firma:



Autor: Francisco Daniel Remache Buri

Cédula: 1150100483

Dirección: Sector Isabel Arias-Catamayo

Correo electrónico: francisco.remache@unl.edu.ec

Celular: 0990945756

DATOS COPLEMENTARIOS

Directora del Trabajo de Integración Curricular:

Ing. Andrea Judith Neira Paredes, Mg. Sc.

Tribunal de Grado

Presidente: Ing. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos, Mg. Sc.

Vocal: Ing. Lourdes Gabriela Salinas Rojas, Mg. Sc.

Vocal: Econ. Ricardo Miguel Luna Torres, Mg. Sc.

Dedicatoria

El presente trabajo de titulación se lo dedico en primer lugar a mis padres por su apoyo incondicional, por brindarme su confianza, cariño y por el gran esfuerzo que han realizado para permitirme cumplir una etapa más en mi vida. Agradezco mucho a mi hermano por darme las fuerzas necesarias y por ser el apoyo en momentos difíciles.

Francisco Daniel Remache Buri

Agradecimiento

Agradezco primeramente a Dios por cuidarme siempre, por darme sabiduría, y por permitirme cumplir una meta más. Agradezco infinitamente a mis padres y a mi hermano por siempre apoyarme en cada una de mis decisiones, ellos son el motivo más grande para seguir en adelante.

A la Universidad Nacional de Loja, a los docentes de la Carrera de Finanzas, quienes han sabido impartir sus conocimientos con dedicación y arduo esfuerzo.

A la Ing. Andrea Judith Neira, por su motivación, dedicación, esfuerzo y tiempo brindado para el desarrollo y culminación de mi trabajo de titulación.

Finalmente, agradezco a mis compañeros por el apoyo en el transcurso de la etapa universitaria, deseándole el mejor de los éxitos en su futura etapa profesional.

Francisco Daniel Remache Buri

Índice de Contenidos

Portada	i
Certificación.....	ii
Autoría	iii
Carta de autorización.	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de Contenidos.....	vii
Índice de tablas	viii
Índice de figuras.....	x
Índice de anexos.....	x
1. Título.....	1
2. Resumen.....	2
2.1. Abstract	3
3. Introducción	4
4. Marco teórico	6
4.1. Antecedentes	6
4.1.1. Evidencia internacional	6
4.1.2. Evidencia nacional.....	6
4.2. Fundamentación teórica	7
4.2.1. Medios de pago.....	7
4.2.2. El dinero plástico	8
4.2.3. Variables de estudio.....	20
4.2.4. Pruebas estadísticas de correlación.....	21
4.3. Fundamentación legal	21
5. Metodología	26
5.1. Área de estudio.....	26

5.2. Alcance de la investigación.....	27
5.3. Tipos de investigación.....	27
5.4. Métodos de investigación.....	27
5.5. Técnicas de investigación	28
5.6. Método para medir el nivel de aceptación del dinero plástico.....	29
5.7. Población.....	29
5.6.1. Muestra	30
5.7. Recursos y materiales.....	31
6. Resultados	32
6.1. Objetivo 1: Determinar el nivel de aceptación del dinero plástico en el sector terciario de la ciudad de Catamayo.....	32
6.1.1. Sección 1: Datos informativos.....	32
6.1.2. Sección 2: Establecimientos que aceptan el dinero plástico como medio de pago	32
6.1.3. Sección 5: Establecimientos que no aceptan dinero plástico	35
6.2. Objetivo 2: Analizar los factores que determinan la aceptación del dinero plástico como medio de pago	36
6.3. Objetivo 3: Diseñar estrategias para promover la aceptación del dinero plástico en los locales comerciales de la ciudad de Catamayo	42
7. Discusión.....	47
8. Conclusiones	49
9. Recomendaciones	50
10. Bibliografía	51
11. Anexos	55

Índice de tablas

Tabla 1. Evolución de los medios de pago.....	8
Tabla 2. Proceso utilizado por tarjetahabientes para obtener tarjetas de crédito	13
Tabla 3. Proceso de afiliación para locales comerciales para aceptar tarjetas de crédito	14

Tabla 4. Ventajas y desventajas del uso de tarjetas de crédito	14
Tabla 5. Instituciones emisoras de tarjetas de crédito en el Ecuador.....	15
Tabla 6. Clasificación de las tarjetas de crédito.....	16
Tabla 7. Ventajas y desventajas del uso de tarjetas de débito.....	18
Tabla 8. Instituciones emisoras de tarjetas de débito en el Ecuador.....	19
Tabla 9. Cargos por servicios financieros a establecimientos	25
Tabla 10. Información relevante del cantón Catamayo	26
Tabla 11. Distribución de la ponderación según el contenido	29
Tabla 12. Locales comerciales pertenecientes al sector terciario	30
Tabla 13. Establecimientos que aceptan dinero plástico como medio de pago	32
Tabla 14. Ventajas que otorgan las tarjetas de crédito/débito.....	32
Tabla 15. Desventajas que otorgan las tarjetas de crédito/débito	33
Tabla 16. Tipo de tarjeta aceptada en el establecimiento	33
Tabla 17. Transacciones realizadas con tarjeta de crédito	34
Tabla 18. Transacciones realizadas con tarjeta de débito	34
Tabla 19. Nivel de aceptación del dinero plástico	35
Tabla 20. Razón de no aceptación de dinero plástico	35
Tabla 21. Aceptación del dinero plástico en el futuro	36
Tabla 22. Tipo de establecimiento	37
Tabla 23. Ubicación del establecimiento	38
Tabla 24. Tiempo de funcionamiento del negocio.....	38
Tabla 25. Promedio de ventas mensuales	39
Tabla 26. Prueba de chi-cuadrado para el tipo de establecimiento.....	39
Tabla 27. Prueba de chi-cuadrado para la ubicación del establecimiento	40
Tabla 28. Prueba de comparación de medias funcionamiento del negocio	41
Tabla 29. Prueba de comparación de medias promedio de ventas mensuales.....	42
Tabla 30. Principales problemas y estrategias para mitigar el problema.....	43
Tabla 31. Diseño de primera estrategia para promover la aceptación del dinero plástico.....	43
Tabla 32. Cronograma de actividades primera estrategia	44
Tabla 33. Diseño de segunda estrategia para promover la aceptación del dinero plástico	44
Tabla 34. Cronograma de actividades segunda estrategia	45
Tabla 35. Matriz de preguntas para el desarrollo de la encuesta	60
Tabla 36. Género.....	62
Tabla 37. Edad	62

Tabla 38. Nivel de instrucción	62
Tabla 39. Empresa POS (Point of Sale) de afiliación	62
Tabla 40. Tiempo que el establecimiento acepta tarjetas de crédito (años).....	62
Tabla 41. Entidad y tarjeta de crédito más utilizada en establecimientos comerciales	63
Tabla 42. Tipo de plan de pago aceptado, monto mínimo y tiempo.....	63
Tabla 43. Tiempo que el establecimiento acepta tarjetas de débito (años).....	63
Tabla 44. Entidad y tarjeta de débito más utilizada en el establecimiento	63
Tabla 45. Beneficios que el dinero plástico ofrece a los establecimientos	64
Tabla 46. Aceptación del dinero plástico para mejorar la seguridad	64
Tabla 47. Aumento de ingresos al acoger el dinero plástico	64

Índice de figuras

Figura 1. Elementos de una tarjeta de crédito	10
Figura 2. Recomendaciones para el uso de tarjetas de crédito	17
Figura 3. Elementos que componen una tarjeta de débito	18

Índice de anexos

Anexo 1. Solicitud al Dpto. financiero para obtener la base de datos de locales comerciales	55
Anexo 2. Encuesta aplicada a los establecimientos comerciales del sector terciario	56
Anexo 3. Matriz de preguntas para el desarrollo de la encuesta	60
Anexo 4. Resultados de la encuesta aplicada a los locales comerciales del sector terciario ...	62
Anexo 5. Evidencias fotográficas del desarrollo de la fan page en facebook y tríptico.....	65
Anexo 6. Oficio de Designación de Director del Trabajo de Integración Curricular.....	68
Anexo 7. Certificación de aprobación del Trabajo de Integración Curricular	69
Anexo 8. Certificado de traducción del abstract.....	70

1. Título

El dinero plástico como medio de pago en la ciudad de Catamayo

2. Resumen

El uso de tarjetas de crédito y débito, conocidas como dinero plástico, se constituye una modalidad de pago importante para el desarrollo social y económico, facilitan la portabilidad del dinero y el proceso de cobros con tan solo mantener tarjetas plásticas, las mismas ofrecen comodidad y seguridad tanto a los tarjetahabientes como a los propietarios de establecimientos comerciales. La presente investigación tiene como objetivo general analizar la aceptación del dinero plástico como medio de pago en la ciudad de Catamayo, específicamente en el sector terciario. El estudio es de carácter exploratorio y descriptivo, como instrumento de recolección de información se elaboró una encuesta misma que permitió medir el nivel de aceptación que tiene el dinero plástico. A través de la cual se definieron 201 locales comerciales.

Los resultados ponen en evidencia que los establecimientos comerciales en general mantienen un nivel bajo de aceptación del dinero plástico. Asimismo, en el análisis de correlación se determinó que el tipo de establecimiento y el promedio de ventas guardan una relación significativa con la aceptación del dinero plástico. Mientras que variables como la ubicación y tiempo de funcionamiento no tienen relación alguna. De forma general, la aceptación del dinero plástico en la ciudad de Catamayo se encuentra en un nivel bajo, con una escala de 0% - 25% de transacciones, escala propuesta por Villegas et al. (2016) y Fuentes y Argüello (2015). A pesar de que el cantón posee una gran economía, el tema cultural es el que incide en el nivel de aceptación.

Palabras clave: efectivo, establecimientos comerciales, tarjetahabientes, tarjetas de crédito, tarjetas de débito.

2.1. Abstract

The use of credit and debit cards, known as plastic money, is an important payment method for social and economic development, facilitating the portability of money and the collection process by simply holding plastic cards, which offer convenience and security the both cardholders and owners of commercial establishments. The general objective of this research is analyzing the acceptance of plastic money as a means of payment in the city of Catamayo, specifically in the tertiary sector. The study is exploratory and descriptive nature; the survey was elaborated as an instrument for the collection of information, which allowed measuring the level of acceptance of plastic money. Through which 201 commercial establishments were defined.

The results show that commercial establishments in general have a low level of acceptance of plastic money. Similarly, in the correlation analysis it was determined that the type of institution and the average sales have a significant relationship with the acceptance of plastic money. While variables such as location and time in operation have no relationship whatsoever. In general, the acceptance of plastic money in the city of Catamayo is low level, with a range of 0% - 25% of transactions, scale proposed by Villegas et al. (2016) and Fuentes and Argüello (2015). Despite the fact that the canton has a large economy, the cultural issue is the one that affects the level of acceptance.

Key words: cash, commercial establishments, cardholders, credit cards, debit cards.

3. Introducción

La tecnología a nivel mundial evoluciona constantemente y el dinero plástico ha tomado especial importancia en las actividades cotidianas de la sociedad en general; en muchas regiones el dinero en efectivo se ha sustituido totalmente por el uso de tarjetas de crédito y débito, para el pago de productos y servicios en distintos establecimientos comerciales, contribuyendo a la comodidad de los usuarios, el aumento significativo de ventas, competitividad en el mercado, rapidez y seguridad del dinero ante un robo.

En la actualidad, el mundo opta por nuevas tecnologías para la obtención de productos y servicios, realizándolo a través del comercio electrónico o compras por internet, lo cual optimiza tiempo y a su vez disminuye costos de transporte. Según, Seminario (2020) el comercio electrónico se ha convertido en el sustento de empresas de todos los sectores económicos, que fueron afectadas fuertemente debido a la pandemia COVID-19. En la ciudad de Catamayo algunos establecimientos si utilizan este mecanismo, pero en su mayoría la gran parte están acostumbrados al medio de pago tradicional que es el dinero físico, esto quizá por restricciones y tarifas bancarias, y otra que a nivel local no existe capacitaciones por parte de ninguna entidad. En consecuencia, la ciudad de Catamayo se rezaga a las nuevas tendencias de pago, limitando el crecimiento y productividad del sector terciario que perjudica directamente los ingresos. En este contexto se plantea la siguiente incógnita: ¿Cuál es el nivel de aceptación del dinero plástico en el sector terciario de la ciudad de Catamayo?

La presente investigación tiene como objetivos específicos, determinar el nivel de aceptación del dinero plástico en el sector terciario de la ciudad, analizar los factores que determinan la aceptación del instrumento de pago, y por último desarrollar un plan de comunicación, con el objetivo de promover la aceptación de las tarjetas de crédito y débito en los locales comerciales de la ciudad.

Esta exploración es importante, puesto que fomentará el uso del dinero plástico como tendencia que estimula el consumo en el cantón, mejorando las condiciones económicas de la población. Por otra parte, al momento de adoptar este método de pago, los dueños de establecimientos comerciales contarán con un nuevo mecanismo de recaudación de fondos para su actividad económica, de la misma manera tendrán mayor seguridad porque es menos probable que sufran un robo de efectivo. Además, se conseguiría un crecimiento económico para la ciudad, las personas estarán conectadas con las nuevas tecnologías y se atraerá personas

de otros lugares por el empleo de este sistema de pago y sentirán seguridad consigo mismas, porque no llevarán dinero en efectivo. Algo importante a tomar en cuenta y en la cual existe cierta concordancia con Rojas (2012) es que ante la poca aceptación del dinero plástico en la ciudad, el cantón pierde dinero, pues es un cantón turístico y comercial, y por tanto el dinero plástico debe ser tan común como el efectivo.

La investigación titulada "El dinero plástico como medio de pago en la ciudad de Catamayo" comienza con un breve **Resumen** que describe los aspectos y resultados más relevantes del estudio; seguidamente la **Introducción** donde se resalta la importancia y contribución al tema, posterior a ello se desarrolla el **Marco teórico**, que está compuesto por aspectos teóricos y definiciones que son base para comprender el contexto de la temática y ejecutar su desarrollo, en la **Metodología** se analizan los procedimientos que permiten llevar a cabo el cumplimiento de los objetivos, para ello se establecen métodos, técnicas, el desarrollo de un método referencial dado que no existe una metodología para establecer el nivel de aceptación del dinero plástico, y finalmente el instrumento de recolección de información; posterior a ello se plasman los **Resultados** y se exponen a detalle, lo que permite en el apartado de **Discusión** contrastar los resultados más relevantes con diferentes autores, para luego llegar a **Conclusiones** y ofrecer **Recomendaciones** que permitan mejorar el nivel de aceptación del dinero plástico y la situación actual. Asimismo se expone la **Bibliografía** donde se obtuvo la información y finalmente se encuentran los **Anexos** más importantes de la investigación.

4. Marco teórico

4.1. Antecedentes

4.1.1. Evidencia internacional

De acuerdo a un estudio realizado en la Ciudad de Navojoa-México correspondiente al uso y conocimiento de la tarjeta de crédito, se comprobó que las personas tienen un nivel de conocimiento medio-alto del producto. Cabe señalar que, a pesar de conocer las características básicas del producto, muchas veces no la utilizan de forma apropiada, es decir, algunas de las personas encuestadas la utilizan como un medio para retirar efectivo, sin conocer el costo adicional que este servicio tiene y aumentando aún más el nivel de deuda. Además, el total de personas que fueron sujetas a investigación no conocen con precisión el límite de crédito de la tarjeta, ni la tasa de interés que posee la misma, siendo este último otro indicador de desconocimiento sobre el monto de la deuda (Murillo et al., 2021).

Por otro lado, en un estudio realizado en la ciudad de Santa Rosa-Perú se menciona que comerciantes de la localidad presentan un alto desconocimiento de productos financieros, siendo poco capaces de diferenciar la tarjeta de crédito con la de débito, y manifestando preferencias de uso basado en oportunidades de consumo y no en una necesidad financiera. De tal manera, el estudio concluye que la educación financiera tiene alta relevancia en el uso de tarjetas de crédito de la población de comerciantes del mercado Santa Rosa (Juarez, 2020).

De igual forma, en un estudio realizado en Perú se determinó que variables como el sexo, edad, ingreso, educación y zona geográfica afectan el uso y posesión de tarjetas en el país. Se encontró que hombres, entre 30 y 39 años, con altos niveles de estudio e ingresos, y de zonas urbanas presentan mayor posesión y uso de tarjetas de crédito. Finalmente, se encontró que aún existe un grupo importante de la población en el Perú que no cuenta con tarjetas de crédito, estando por debajo de algunos países de la región y del mundo. Sin embargo, esto también significa que el mercado aún tiene campo para crecer, para lo cual es necesario que las empresas se enfoquen en los grupos que actualmente están siendo excluidos del sistema, con el objetivo de alcanzar las metas de inclusión financiera del país (Mac Kee, 2020).

4.1.2. Evidencia nacional

De acuerdo a un estudio realizado en los distintos locales comerciales de la ciudad de Cuenca se indica que el porcentaje de ventas en efectivo o dinero plástico depende de factores

tales como la disponibilidad inmediata de fondos, el acceso a grandes montos y la facilidad de pago que brindan los locales comerciales, gracias a los acuerdos que se realizan con las entidades bancarias para que las personas puedan realizar sus compras de manera ágil y con más beneficios. Estos varían según la ubicación, el producto y monto que el cliente adquiere, los locales que se encuentran ubicados en el Arenal realizan la mayoría de ventas en efectivo, puesto que la gente que asiste a este sector va en busca de precios bajos y los ofertantes no están dispuestos a pagar una comisión bancaria por cada venta realizada, en cuanto al centro histórico es de conocimiento público que las personas que asisten a esta zona de la ciudad, pueden tener distinto poder adquisitivo, por lo que las ventas en este sector se hacen un 50% en efectivo y otro 50% con tarjeta, por último, en los centros comerciales, en donde generalmente los precios de los productos son más altos la mayoría de las ventas se realizan con dinero plástico (Ochoa y Parra, 2019).

Asimismo, en un estudio realizado en la Ciudad de Loja se logró establecer los niveles de aceptación de las tarjetas de crédito en los locales comerciales ubicados en Don Daniel Mall, MultiPlaza “La Pradera” y Plaza del Valle Shopping, en donde se constató que el 68% de locales comerciales si aceptan este medio de pago, mientras que el 32% no aceptan tarjeta de crédito. Además, se pudo evidenciar que el proceso utilizado para afiliarse a emisores de tarjetas de crédito es similar, tanto para los usuarios como para el local comercial que desee adquirir este medio de pago (Quezada, 2017).

De la misma manera, en un trabajo de investigación realizado en la ciudad de Ambato se identificó que los costos generados por el uso de la tarjeta de crédito como medio de pago transaccional son valores desconocidos por los usuarios; parte de deudas se han vuelto impagas por motivos ajenos a la voluntad de los clientes. Cabe recalcar que estos costos se encuentran publicados en las páginas de cada empresa emisora de tarjetas de crédito, además a los usuarios al momento de firmar el contrato de aceptación, la institución hace entrega de un tarifario correspondiente al mes en el que se encuentran aceptando este producto (Contreras, 2020).

4.2. Fundamentación teórica

4.2.1. Medios de pago








De acuerdo con la Corporación Financiera Nacional (2018) un medio de pago son los recursos que pueden ser empleados para liquidar una deuda pendiente con terceros. En otras palabras, un medio de pago es una herramienta que admite obtener un producto o servicio y a

su vez permite cancelar todo tipo de deuda. Según Ochoa y Parra (2019) el medio de pago preferido por los consumidores depende del tipo de compra, el monto y el lugar de adquisición del producto o servicio.

Evolución de los medios de pago

Tabla 1

Evolución de los medios de pago

<p>Neolítico</p> 	<p>Trueque Nació con la ganadería y la agricultura. En aquella época, la sal era muy preciada en los intercambios porque se usaba para conservar la carne por más tiempo.</p>
<p>Siglos III y VII a. C</p> 	<p>Monedas Surgieron porque el metal era un bien no perecible. Las monedas eran del tamaño de la uña del pulgar.</p>
<p>Siglo 618 d. C.</p> 	<p>Papel moneda Nació gracias a nuevos inventos y a la escasez de cobre. El primer billete moderno se imprimió en Suecia en 1661.</p>
<p>1694</p> 	<p>Cheque Se creó gracias a la prohibición para emitir billetes. La palabra cheque proviene de check en inglés, que significa verificar, porque el talonario cumple esta función.</p>
<p>1950</p> 	<p>Tarjeta de crédito Un hecho fortuito en un restaurante de Nueva York fue el origen de este medio de pago. The Diners Club nació con 200 clientes.</p>
<p>2001</p> 	<p>Banca web y Banca móvil Nacieron de una conexión de TV y teléfono. Microsoft Money fue un software de banca online.</p>
<p>2020</p> 	<p>Apps de pagos y cobros Aplicaciones como Deuna! surgen para facilitar los pagos y cobros desde el celular sin necesidad de efectivo. El 67% de la población mundial posee teléfono móvil.</p>

Nota. Adaptado de Banco Pichincha (2020)

4.2.1.01. Actuales medios de pago en Ecuador. Los medios de pago utilizados actualmente en el Ecuador son el efectivo, cheques, transferencias electrónicas, tarjetas de crédito y débito (Banco Central del Ecuador [BCE], 2020).

4.2.2. El dinero plástico

Según Vairam et al. (2022) en esta nueva generación, todo se hace en línea y la mayoría de las veces los pagos se realizan por medio de internet utilizando tarjetas plásticas (crédito y débito). Las tarjeta de crédito y débito juegan un rol importante en la vida cotidiana. La cantidad total de transferencias de dinero a través de internet tiene un crecimiento importante. De igual

manera, según Romanova et al. (2021) las tarjetas bancarias están sustituyendo cada día más al efectivo. Una tarjeta de débito admite a su titular cuidar el registro de los egresos, mientras que una tarjeta de crédito amplifica las oportunidades financieras.

Según Borja (2018) el dinero plástico, es una forma de dinero electrónico. Es una tarjeta plástica, emitida por un banco o una institución financiera especializada, que permite a su titular pagar los bienes y servicios adquiridos con ella; y, en ocasiones obtener anticipos de dinero en efectivo en cantidades limitadas. El dinero plástico tiene dos modalidades: la tarjeta de crédito y la tarjeta de débito. La primera otorga al beneficiario la opción de pago diferido por la compra y obtención de dinero de cajeros automáticos para su posterior reposición. La segunda permite realizar compras con la presentación de la misma, dependiendo de la cantidad disponible en la cuenta de ahorros o corriente en una institución financiera, de modo que instantáneamente se origina en ésta un débito por la suma de la transacción.

4.2.2.01. Tarjetas de crédito. Según Murillo et al. (2021) una tarjeta de crédito es un instrumento de pago que ofrecen principalmente las entidades bancarias y que puede ser utilizada para pagar distintas compras en establecimientos alrededor de mundo. Cuando se usa una tarjeta de crédito se estará empleando dinero extra a los ingresos, y que por lo tanto tendrá que ser pagado, por lo que se puede pensar en la tarjeta de crédito como si fuese un préstamo. Por otro lado, Torres y Castillo (2018) mencionan que la competencia entre las entidades emisoras de tarjetas, la ausencia de conocimiento financiero y la aparición de la crisis económica, afecta de manera considerable al segmento de crédito con tarjetas.

4.2.2.01.01. Origen e historia de las tarjetas de crédito. La primera iteración de las tarjetas de crédito se conocía como placas de cargo, y su popularidad se atribuye al sistema de contabilidad de placas de Charge. Estas placas metálicas con forma de etiqueta se utilizaron desde la década de 1930 hasta la de 1950 en los grandes almacenes, que emitían placas propias para los clientes.

En 1950, la tarjeta Diners Club se convirtió en la primera tarjeta de uso generalizado después de que su fundador, Frank McNamara, se inspirara al dejar su cartera en casa mientras salía a cenar. Él y un socio, Ralph Schneider, lanzaron la primera tarjeta Diners Club, considerada ampliamente como el nacimiento de la tarjeta de crédito moderna. Los clientes que tenían la tarjeta cargaban su comida en ella y el restaurante enviaba la factura a Diners Club. A su vez, la entidad enviaba el pago directamente al banco del restaurante, llevándose

una pequeña comisión por la transacción. Los titulares de la tarjeta tendrían que pagar la totalidad de la factura cada mes a Diners Club. En su primer año de funcionamiento, la entidad llegó a tener más de 10.000 socios y contaba con 28 restaurantes y dos hoteles que aceptaban mensualmente a su selecta clientela (Saks Frankel, 2021).

Elementos que componen una tarjeta de crédito

Figura 1

Elementos de una tarjeta de crédito



Nota. Adaptado de Asociación de Supervisores Bancarios de las Américas (2016)

4.2.2.01.02. Usos de las tarjetas de crédito. De acuerdo con el Banco Pichincha (2021) las tarjetas de crédito tienen diversos usos, los cuales se describen a continuación:

- **Permiten financiar compras:** permiten diferir las compras a cuotas con o sin intereses, dependiendo del establecimiento. Así, el pago del bien o servicio es fácil de cubrir a montos accesibles que se pagan mensualmente hasta cancelar la totalidad a mediano o largo plazo.
- **Ofrecen beneficios:** las tarjetas de crédito también suelen ofrecer una serie de beneficios para ahorrar dinero o para tener facilidades de pago. Esto incluye promociones, descuentos y diferidos sin intereses en varias categorías de

establecimientos como bienestar, restaurantes, hoteles, automóviles, compras para el hogar, etc.

- **Permiten enfrentar emergencias e imprevistos:** la tarjeta de crédito sirve para cubrir montos elevados en caso de tener una emergencia. Luego, el cliente puede llamar a banca telefónica y solicitar el diferimiento al número de cuotas que le resulte cómodo cubrir, para no afectar la economía personal o familiar.
- **Permite construir el historial crediticio:** el cliente, al ser disciplinado con el pago de los consumos diferidos o corrientes y al respetar las fechas máximas de pago, demuestra a las entidades financieras ser un buen deudor y que se cumple puntualmente con las obligaciones financieras. El uso de las tarjetas de crédito y la calificación del historial crediticio se traducen en oportunidades de crédito.
- **Permite cubrir los gastos de viajes:** las tarjetas de crédito son una herramienta muy útil para planes de viaje, porque el dinero estará siempre a la mano sin necesidad de cargar con montos elevados de dinero que solo crean inseguridad y preocupación. Además, la mayoría de tarjetas como las Visa y MasterCard se aceptan en el extranjero sin ningún inconveniente.
- **Permite comprar por internet y a distancia:** varias tiendas físicas nacionales han apostado por la venta online y ofrecen descuentos y ofertas interesantes que se pueden aprovechar al máximo.

4.2.2.01.03. Funciones de las tarjetas de crédito. Las tarjetas de crédito cumplen tanto funciones económicas-sociológicas, para potenciar los intercambios y mejorar la calidad de vida de las personas; así como funciones jurídicas para garantizar la seguridad.

Funciones económico- sociológicas:

- 1. Instrumento de desarrollo comercial y financiero:** no cabe duda que la tarjeta de crédito es fruto de la evolución comercial y se ha convertido en un promotor del mismo. Ha influido en el progreso del mercado financiero donde es un significativo objeto de intermediación y forma parte importante de los beneficios de la banca.
- 2. Instrumento de aseguramiento del sistema de pago:** la tarjeta contiene, no sólo los datos de identidad del titular y del emisor, sino también la información necesaria

para controlar y asegurar el correcto uso de la tarjeta. La tarjeta sustituye al dinero en efectivo y, a cambio facilita al portador de la misma una mayor comodidad, mejor higiene al igual que seguridad.

3. **Instrumento de disposición de efectivo:** permite al beneficiario durante las 24 horas del día y los 365 días del año, disponer de dinero en efectivo en los cajeros automáticos y en las ventanillas del emisor durante el horario señalado.
4. **Instrumento de uso internacional:** la tarjeta se perfila como una herramienta de giro y pago sin límites geográficos, y con una tendencia a la normativización universal, tanto de sus prestaciones físicas y técnicas como jurídicas. La función internacional de las tarjetas se halla intrínsecamente ligada a la afiliación de los emisores nacionales a una determinada empresa internacional de emisión de tarjetas.
5. **Otras funciones especiales:** en la actividad socioeconómica, la tarjeta resulta un medio preciso y suficiente para obtener otros servicios complementarios, que el emisor o la empresa comercial que las aceptan tienen establecidos para los titulares o usuarios. La tarjeta tiene diversos beneficios y cubre una extensa gama de posibilidades.

Funciones jurídicas

6. **Instrumento de identificación:** con la identificación que proporciona la tarjeta, permite conocer el estado de cuenta del titular y formular diversas órdenes, como solicitud de talonario de cheques, resumen de la cuenta, reserva y obtención de localidades de espectáculos.
7. **Instrumento de pago:** es una función que le ha dado relieve a las tarjetas actuales, basada en el consumo, la comodidad y celeridad de las transacciones relativas al mismo. Es una función básica de la tarjeta, aunque requiere también de la acreditación de efectivo.
8. **Instrumento de crédito:** la tarjeta es por excelencia, un medio de financiación de las adquisiciones de consumo. Por ejemplo, en Estados Unidos y Reino Unido son el primer instrumento de crédito al consumo.

9. Instrumento de garantía: esta función garantiza al establecimiento comercial que admite la tarjeta, el pago de la cantidad conveniente a la transacción. Evita que los establecimientos comerciales absorban los riesgos de falta de pago de clientes. La empresa emisora, al hacerse cargo de la cancelación de las compras que efectúen los usuarios de las tarjetas, se transforma en instrumento de garantía frente al empresario (Rodríguez, 2004, como se citó en Fernández, 2015).

4.2.2.01.04. Proceso para afiliarse a emisoras de tarjetas de crédito. En Ecuador existen varias entidades emisoras que ofertan tarjetas de crédito con la finalidad de aportar facilidad al usuario, quien deberá elegir la entidad que más se ajuste a sus expectativas. A continuación se detalla el proceso que deberán seguir las personas y los establecimientos comerciales para afiliarse a entidades emisoras de tarjetas de crédito.

Tabla 2

Proceso utilizado por tarjetahabientes para obtener tarjetas de crédito

Proceso para obtener tarjetas de crédito

Paso 1. Reunir y presentar los siguientes requisitos:

- Copia de la cédula, papeleta de votación cónyuge/deudor.
- Documentos de respaldo de la existencia del negocio y otros ingresos.
- Planilla de servicios básicos.
- Formulario de solicitud de tarjeta.
- Entregar la documentación al ejecutivo de negocios.

Paso 2. Una vez entregada la información, en el lapso de 72 horas la institución procede a comunicar de la aceptación o negación de la solicitud

Paso 3. Si esta fue aceptada, se entrega la tarjeta física así como también se firmarán los contratos que la entidad solicite al usuario, aceptando cláusulas de servicio, tasas de interés, vigencia, forma de pago, entre otros.

Paso 4. Al poseer la tarjeta de crédito, el usuario puede hacer uso de la misma en cualquier local comercial afiliado. Para lo cual se entrega la tarjeta de crédito junto a la cédula de identidad para proceder al cobro de cualquier producto o servicio.

Paso 5. Se firma el voucher y automáticamente el sistema ingresa este crédito para la futura cancelación.

Nota. Adaptado de Quezada (2017)

Antes de definir el proceso para que un local comercial pueda cobrar con tarjeta de crédito es necesario indicar que existen algunas redes de pago que ofrecen el servicio de tarjeta de crédito para locales comerciales. Entre ellas están: Datafast, Interndin, Medianet y DataExpress. Cada uno de estas tiene requisitos similares para la afiliación, para el presente estudio se tomó en cuenta al sistema Datafast, por ser el más grande en el país y el que administra variedad de tarjetas de crédito.

Tabla 3*Proceso de afiliación para locales comerciales para aceptar tarjetas de crédito*

Proceso de afiliación para locales comerciales
<p>Paso 1. Reunir los siguientes requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Llenar una solicitud de establecimientos - Llenar el contrato de afiliación de establecimientos - Llenar el Adendum de venta POS (Point of Sale) - Llenar el formulario de autorización de débito por el alquiler o compra del dispositivo - Presentar 1 copia del registro único de contribuyente RUC del establecimiento actualizado. - Presentar 1 copia de cédula de identidad del propietario. - Presentar 1 copia del certificado de votación del propietario (vigente y a color). - Presentar 1 copia de cédula de identidad del cónyuge del propietario del local, en caso de ser casado. - Presentar 1 copia de la planilla de servicio básico preferible telefónica del local. - Presentar 1 copia del trámite municipal, en caso de no tener letrado aún en el local.
<p>Paso 2. Seguidamente Datafast procederá al estudio y valoración de la información presentada para la futura aprobación o negación de la afiliación del establecimiento comercial.</p>
<p>Paso 3. En caso de ser aprobado, en un tiempo aproximado de 72 horas se comunicará directamente al establecimiento comercial y posteriormente un guía enviado por Datafast procederá a la entrega e instalación del POS.</p>
<p>Paso 4. Una vez instalado, se podrá hacer uso del equipo y sistema, mediante el cobro de cualquier producto o servicio en el establecimiento comercial. Para lo cual el propietario deberá solicitar la tarjeta de crédito y cédula de identidad del cliente, pasará la tarjeta por la maquina lectora y verificará que la información sea correcta, además que exista el monto para poder cancelar. De igual forma, se solicitará al cliente que confirme si su pago lo desea corriente o diferido y luego se procede a aceptar la transacción; inmediatamente se imprime el voucher y una copia, se pide firmar y escribir el número.</p>

Nota. Adaptado de Quezada (2017)

4.2.2.01.05. Ventajas y desventajas del uso de tarjetas de crédito.

Tabla 4*Ventajas y desventajas del uso de tarjetas de crédito*

Ventajas del uso de tarjetas de crédito	Desventajas del uso de tarjetas de crédito
<p>Conveniencia: Las tarjetas de crédito ahorran tiempo y problemas, sin tener que buscar cajeros automáticos o llevar dinero en efectivo.</p>	<p>Uso excesivo: El crédito rotativo le permite a una persona gastar fácilmente más de lo que sus medios le permiten.</p>
<p>Permite mantener un registro: Los estados de cuenta de las tarjetas de crédito pueden ayudar a realizar un seguimiento de los gastos. Algunas tarjetas incluso ofrecen un resumen anual.</p>	<p>Papeleo: El usuario deberá conservar los recibos y compararlos con su estado de cuenta mensual. Es una buena forma de comprobar los gastos realizados al momento de cancelar la tarjeta.</p>
<p>Adelanto de efectivo instantáneo: Permite adelantar dinero en efectivo, rápido y conveniente, es decir brindan a la persona dinero cuando lo requiera.</p>	<p>Altos costos de los cargos: Las compras canceladas serán más caras en caso de arrastrar un saldo o dejar de realizar un pago.</p>
<p>Construye una calificación de crédito positiva: Usar una tarjeta de crédito controlada puede ayudar a crear crédito por primera vez o reconstruirlo si el usuario tuvo problemas en el pasado.</p>	<p>Cargos inesperados: Por lo general, la persona pagará entre un 2% y 4% por un adelanto en efectivo. Los adelantos en efectivo a menudo conllevan altas tasas de interés.</p>
<p>Protección de compras: La mayoría de las compañías de tarjetas de crédito resolverán las disputas. En caso de comprar un producto defectuoso y si el vendedor no acepta el producto, se deberá consultar con la compañía de tarjeta de crédito.</p>	<p>Tasas señuelo: Las tasas de referencia bajas pueden ser una gran opción, pero solo duran un tiempo limitado. Cuando vence la tasa de interés atractiva, el interés cobrado en el saldo puede aumentar significativamente.</p>

Nota. Adaptado de Instituto Estadounidense de Contadores Públicos Certificados (2019)

4.2.2.01.06. Instituciones emisoras de tarjetas de crédito en el Ecuador.

Tabla 5

Instituciones emisoras de tarjetas de crédito en el Ecuador

Banco Solidario	Banco Amazonas
Banco Produbanco Grupo Promerica	Banco del Pacífico
Banco Procredit	Banco del Austro
Banco Pichincha	Banco de Machala
Banco Internacional	Banco de Guayaquil
Banco General Rumiñahui	Banco Bolivariano
Banco de Loja	Diners Club
Banco Comercial de Manabí	

Nota. Adaptado de Superintendencia de Bancos del Ecuador (2021)

4.2.2.01.07. Tipos de tarjetas de crédito existentes en el mercado.

- **Tarjeta de crédito clásica:** las tarjetas más utilizadas son Visa, MasterCard o American Express que cualquier persona posee en la cartera. El 100% del crédito se paga mensualmente a su vencimiento, es decir, todos los fondos prestados se devuelven pasado un mes (a veces dos) desde el momento de la compra.

- **Tarjetas oro y platino:** funcionan exactamente igual que las tarjetas de crédito normales, excepto que en este caso el límite de crédito es mucho más alto y suelen tener una variedad de servicios adicionales. En teoría, están destinadas a los llamados clientes VIP o aquellos que utilizan tarjetas de forma habitual.

- **Tarjetas revolving:** todas las tarjetas de crédito funcionan con pagos diferidos, pero las llamadas revolving tienen una actividad específica. Básicamente permite el pago aplazado mediante una cuota fija. Es decir, parte de la base de un préstamo por el que el titular pagará una cantidad fija al mes, en lugar de tener que abonar todo de golpe al momento de la liquidación.

- **Tarjetas de puntos:** se trata de tarjetas de crédito que ofrecen ventajas adicionales como programas de puntos para obtener viajes gratis, ahorros en gasolina, descuentos en tiendas y más.

- **Tarjetas de crédito virtuales:** El funcionamiento es similar al de las tarjetas tradicionales de prepago (hay que cargar la tarjeta con el importe de dinero requerido) y la principal diferencia es que en este caso no existe un soporte físico (plástico) para la tarjeta. Se utilizan principalmente para el comercio electrónico a través de empresas como PayPal y otros

medios de pago virtuales. Además, suelen ser propiedad de los emisores y no de entidades bancarias (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria [BBVA], 2018).

4.2.2.01.08. Clasificación de las tarjetas de crédito.

Tabla 6

Clasificación de las tarjetas de crédito

Por el emisor:	- Tarjetas bancarias - Tarjetas no bancarias.
Por elementos personales que intervienen:	- Tarjetas bilaterales - Tarjetas trilaterales
Por su ámbito o extensión:	- Tarjetas de ámbito local - Tarjetas de ámbito nacional - Tarjetas de ámbito internacional - Tarjetas temporales - Tarjetas de duración ilimitada - Tarjetas con límite económico - Tarjetas sin límite económico
Por su aceptación:	- Tarjetas universales - Tarjetas de aceptación limitada
Por la titularidad de la marca:	- Tarjetas de marca propia - Tarjetas de marca compartida - Tarjetas en régimen de licencia

Nota. Adaptado de Rodríguez (2004), como se citó en Fernández, 2015

4.2.2.01.09. Marcas de tarjeta de crédito actuales.

- **Diners Club Internacional:** 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 hoy en día cuenta con más de 410.000 miembros y es aceptada en casi 100.000 establecimientos afiliados. A nivel internacional, es aceptada en más de 19 millones de comercios y en más de 800.000 cajeros automáticos en cerca de 185 países de todo el mundo. Este tipo de tarjeta posee algunas características de suma importancia tales como el financiamiento de compras y avances de efectivo internacionales a 24 meses de forma automática.

- **Visa:** es la red de pago de comercio electrónico más grande del mundo, y gracias a las tarjetas de crédito y débito ha podido generar casi 3 billones de dólares en ventas anuales. En el continente Europeo existen alrededor de 282 millones de tarjetas de crédito, débito y empresas Visa. Entre uno de los beneficios están que por mantener Visa platinum, Visa signature o Visa infinite, entregan una suscripción gratuita por el lapso de un año a la revista Revolution, además permite compras online en Estados Unidos y Europa.

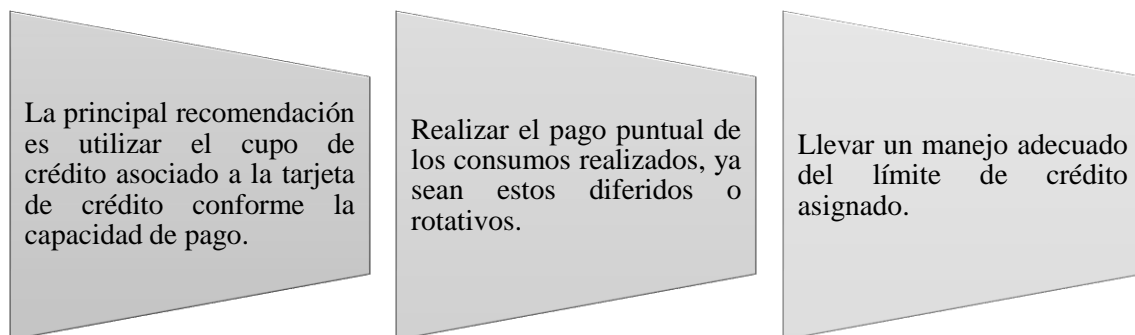
- **Master Card:** es una marca de tarjetas de crédito y débito, creada originalmente por United Bank of California y quien posteriormente se alió con otras entidades bancarias tales como: First Interstate Bank, la empresa de servicios financieros Wells Fargo & Co, Crocker National Bank y el California First Bank. Como empresa de tecnología, conecta a personas, empresas y organizaciones de todo el mundo, creando mejores oportunidades para todos. No emiten un número grande de tarjetas, pero permiten pagos las 24 horas del día en todas las regiones del mundo. Uno de sus beneficios exclusivos es el de admisión sin costo por filas exclusivas en restaurantes y aeropuertos.

- **American Express:** es una institución financiera con sede en Nueva York, la cual cuenta con más de 1700 oficinas en más de 130 países alrededor del mundo. En las categorías de servicios que ofrece se puede encontrar: tarjetas de crédito, cheques de viajero, banca online, entre otros. Al adquirir esta tarjeta se obtiene el beneficio de Cinemark 2 x 1, se accede a este beneficio de forma diaria pagando con las tarjetas (Restrepo, 2020).

4.2.2.01.10. Recomendaciones para el uso tarjetas de crédito.

Figura 2

Recomendaciones para el uso de tarjetas de crédito



Nota. Adaptado de Cámara de Comercio de Quito (2021)

4.2.2.02. Tarjeta de débito. Según Fonseca et al. (2017) una tarjeta de débito es una tarjeta plástica que permite a los clientes retirar fondos, consultar saldos y realizar pagos, entre otras cosas, de forma electrónica, desde los propios depósitos o de una línea de crédito preestablecida. Por su parte, el BBVA (2022) menciona que la tarjeta de débito son las tarjetas bancarias más populares y fáciles de usar. Está vinculada a la cuenta bancaria y permite, entre otras funciones, pagar en comercios físicos y online, así como retirar dinero en oficinas o cajeros automáticos. Las tarjetas de débito se componen de varios elementos, como se evidencia a continuación en la figura 3.

Figura 3
Elementos que componen una tarjeta de débito



Nota. Adaptado de Asociación de Supervisores Bancarios de las Américas (2016)

4.2.2.02.01. Ventajas y desventajas del uso de tarjetas de débito.

Tabla 7

Ventajas y desventajas del uso de tarjetas de débito

Ventajas del uso de tarjetas de débito	Desventajas del uso de tarjetas de débito
<p>Se prevé una deuda. El efectivo saldrá de la cuenta corriente o de ahorro, a nombre del titular, al momento de hacer la compra y, en caso de no tener suficiente efectivo en las cuentas, la compra se anularía. Esta puede ser una forma de ahorrar porque el saldo marca el límite de la cantidad que se pueda gastar.</p> <p>Suelen ser gratuitas. La mayoría son gratuitas y no existe tarifas por emisión, mantenimiento o renovación. Esto se debe a que es un servicio vinculado a una cuenta corriente.</p> <p>Menos dificultad de contratación. Solo se necesita una cuenta corriente y, en muchos casos la entidad bancaria facilita este producto.</p> <p>Mayor control del gasto. Se reflejan todas las compras y retiros, lo que facilita verificar el destino de los ahorros, esta información puede ser solicitada en el banco físico o de forma electrónica.</p>	<p>Menor protección contra el fraude. Algunas tarjetas no disponen de seguros de compra, por lo que, en caso de robo o pérdida, no se reembolsa al usuario los gastos ocasionados</p> <p>Retiro de efectivo limitado. Existe un límite para retirar dinero, se hace así porque los fondos se retiran inmediatamente de la cuenta y así se evitan descubiertos.</p>

Nota. Adaptado de Banco Qonto (2022)

4.2.2.02.02. Instituciones emisoras de tarjetas de débito en Ecuador.

Tabla 8

Instituciones emisoras de tarjetas de débito en el Ecuador

Banco Solidario	Banco Amazonas
Banco Produbanco Grupo Promerica	Banco Delbank
Banco Procredit	Banco Desarrollo de los Pueblos
Banco Pichincha	Banco del Pacífico
Banco Internacional	Banco del Austro
Banco General Rumiñahui	Banco de Machala
Banco de Loja	Banco de Guayaquil
Banco Comercial de Manabí	Banco Bolivariano

Nota. Adaptado de Superintendencia de Bancos del Ecuador (2021)

4.2.2.04. Partes que intervienen en pagos con tarjetas.

- **Titular de la tarjeta:** El titular de la tarjeta de crédito o débito es responsable de pagar los bienes o servicios, y si lo realiza a través de los terminales de UniversalPay puede optar por pagar con o sin chip y, también, sin contacto.
- **Vendedor:** El dueño del negocio vende los productos al titular de la tarjeta, quien inicia el proceso de pago. Las ventas pueden realizarse directamente entre el comerciante y el titular de la tarjeta, en línea o por teléfono. Este resultado dependerá de los canales de venta disponibles de la empresa.
- **Adquirente:** El adquirente proporciona servicios de proceso y liquidación de pagos con tarjetas al vendedor. Su trabajo es recibir los detalles de la transacción de la tarjeta desde el terminal TPV y pasarlos a los esquemas de tarjeta, para posteriormente y tras las pertinentes verificaciones de seguridad y riesgo, depositar el importe en la cuenta bancaria del vendedor. El comprador suministra terminales de pago (online) al vendedor. Universalpay es una sociedad regulada por el Banco de España y es miembro del esquema de pago nacional 4B y de los sistemas de pago internacionales: Visa, MasterCard y UnionPay.
- **Esquema de tarjetas:** Los esquemas de tarjetas son las grandes marcas que administran y definen las reglas para el procesamiento de pagos con tarjeta. Estos incluyen MasterCard, Visa, American Express, JCB, etc. El trabajo de los esquemas de tarjetas radica en verificar que las tarjetas sean fidedignas y pasar los detalles al emisor de la tarjeta.

- **Emisor:** El emisor es el banco, la institución financiera o la sociedad de crédito que emite tarjetas de débito o crédito al cliente. El trabajo del banco emisor es asegurar que exista suficiente efectivo en la cuenta del cliente para pagar los bienes o servicios (UniversalPay, 2018).

4.2.3. 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 protocolo de investigación (Villasís y Miranda, 2016).

4.2.3.01. Sectores de la economía. Los sectores económicos son segmentaciones de las actividades económicas agrupados de acuerdo a características comunes. De acuerdo con Muhammad et al. (2022) dentro de los sectores de la economía, existen un grupo de muchas industrias, incluidas la manufactura, la agricultura, la construcción, el transporte y los servicios, etc. Las industrias se dividen en tres sectores principales: el sector primario que comprende actividades como la agricultura, minería, pesca, silvicultura y la ganadería; el sector secundario donde se encuentran actividades tales como la construcción y la manufactura y el sector terciario que involucra actividades como el transporte, restaurantes, ventas al por mayor y menor, hoteles, comercio y otros servicios.

4.2.3.02. Variables relacionales.

- **Variable dependiente:** La variable dependiente también se conoce como variable de interés, de desenlace, de resultado o predicción. De acuerdo al tipo de estimación, se señala que en los estudios descriptivos, se pretende señalar las características de la población: edad, sexo, condición socioeconómica, etc. Todas las variables a medir pueden ser consideradas en esta categoría.

- **Variable independiente:** La variable independiente, se conoce también como variable predictora o que el investigador manipula. En los estudios de investigación, la(s) variable(s) independiente(s) se deben considerar cuando se pretende determinar la relación entre al menos dos variables: la independiente y la dependiente. Así, en general, tendrán que estar incluidas en estudios comparativos o analíticos, ya que los investigadores desean observar

el efecto (positivo o negativo) de la variable independiente sobre la dependiente (Villasís y Miranda, 2016).

4.2.4. Pruebas estadísticas de correlación

- **Chi cuadrado:** Esta prueba estadística se utiliza en estudios de dos o más grupos y una o más variables. Desde entonces, se ha convertido en una prueba ampliamente aceptada aplicable a muchos usos, cuando se dispone de datos nominales independientes. La prueba ofrece un test general sobre la existencia de diferencias entre las categorías que agrupan a los datos de la variable dependiente (Hernández et al., 2017).

- **Comparación de medias:** La suposición más común es probar si existe una diferencia significativa en la media de las variables de resultado entre dos poblaciones independientes diferentes. En estos casos, es común utilizar la prueba de la t de Student para dos muestras independientes. Esta prueba compara las dos medias de las variables de resultado cuantitativas continuas obtenidas en las dos categorías definidas por las variables cualitativas. Se basa en el cálculo del estadístico t, que tiene en cuenta la diferencia de medias a comparar y su error estándar (Molina et al., 2020).

4.3. Fundamentación legal

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 Codificación de resoluciones monetarias, financieras, de valores y seguros. Tomando como referencia la más actualizada al 2018.

CAPÍTULO III: NORMA QUE REGULA LAS OPERACIONES DE LAS TARJETAS DE CRÉDITO, DÉBITO Y DE PAGO EMITIDAS Y/U OPERADAS POR LAS ENTIDADES FINANCIERAS BAJO EL CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE BANCOS.

SECCIÓN II: DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS EMISORAS Y/U OPERADORAS DE TARJETAS DE CRÉDITO

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.

SECCIÓN III: DE LOS CONTRATOS Y 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:
 - a. El saldo del capital de los valores pendientes de cancelación de los consumos corrientes, desde la fecha máxima de pago; y/o,
 - b. 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:
 - a. 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,
 - b. 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).

Cargos por Servicios Financieros a establecimientos por consumos pagados con Tarjetas

En la Tabla 9, se presenta los cargos que deberán cancelar los locales comerciales por las transacciones realizadas o compras que realicen los clientes.

Tabla 9
Cargos por servicios financieros a establecimientos

No.	Servicios	Cargo* en Porcentajes
57	Cargos a establecimientos comerciales por consumos con tarjetas de crédito, crédito corriente/rotativo (%) ***	4,02
58	Cargos a establecimientos comerciales (salud y afines) por consumos con tarjetas de crédito, crédito corriente/rotativo (%) ***	4,02
59	Cargos a establecimientos comerciales (Educación) por consumos con tarjetas de crédito, crédito corriente/rotativo (%) ***	4,02
60	Cargos a establecimientos comerciales por consumos con tarjetas de débito/prepago (%) ***	2,00

* A los cargos descritos en esta resolución se les agregará el valor que corresponda por concepto de IVA.

** Se prohíbe transferir estos cargos o el cobro de estos cargos a los tarjetahabientes o usuarios de tarjetas de crédito, débito y prepago.

*** Incluye los servicios de interconexión entre los participantes. Los sistemas auxiliares de pago, no podrán cobrar dos veces por un mismo servicio, ni por servicios ya pagados, no podrán cobrar cargos por servicios no adaptados de manera previa y expresa por el usuario; y tampoco podrán añadir valores adicionales a los cargos por servicios financieros a excepción de los casos permitidos por la Ley. Los casos de duda y los no contemplados, en este punto, serán resueltos por el Banco Central del Ecuador.

Nota. Adaptado de Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera (2018)

5. Metodología

Para el desarrollo de la investigación se puso en práctica diferentes tipos, métodos y técnicas de investigación que facilitaron el cumplimiento de los objetivos específicos.

5.1. Área de estudio

El estudio de investigación se realizó en la ciudad de Catamayo, ubicada al sur del país, al oeste de la ciudad de Loja. Se limita: al norte por la provincia de El Oro y el cantón Loja, al sur con los cantones Gonzanamá y Loja, al este con el cantón Loja y al oeste por el cantón Chaguarpamba y Olmedo. Catamayo es uno de los cantones más desarrollados de la provincia de Loja. Con múltiples atractivos turísticos, buen clima y exquisita gastronomía, rodeada de hermosos valles y paisajes naturales, razón por la cual los turistas que la disfrutan pueden ofrecer esta encantadora ciudad. El cantón tiene un clima subtropical cálido, seco y húmedo. La temperatura promedio es entre 24°C y 26°C.

Tabla 10

Información relevante del cantón Catamayo

Reseña histórica del cantón.	El cantón Catamayo fue un asentamiento indígena que ya preexistía cuando los españoles iniciaron su conquista. Originalmente fue una parroquia rural del cantón Loja, antes conocida como La Toma. Es una ciudad de nueva creación, luego de un largo proceso que inició en 1931 como parroquia, el Valle de Catamayo fue fundado oficialmente como estado el 22 de mayo de 1981 durante la presidencia de Jaime Roldós Aguilera, por lo que se celebra cada 22 de mayo de cada año.	
División política	Parroquias urbanas: Catamayo y San José. Parroquias rurales: El Tambo, Zambí, San Pedro de la Bendita y Guayquichuma.	
Producción	Se basa fundamentalmente en la caña de azúcar, elaboración de ladrillo, teja de manera artesanal, producción agrícola.	
Fiestas tradicionales	En el cantón Catamayo se celebran diversas festividades tradicionales como: Festividades del Carnaval Fiestas de Cantonización 22 de Mayo Fiesta Religiosa en Honor a la Virgen del Cisne 18 y 19 de Agosto Fiesta Religiosa en Honor a la Virgen del Cisne del 01 al 05 de Noviembre Festividades de Navidad	
Atractivos culturales	turísticos	Templo María Auxiliadora (Catamayo) Mirador la Cruz Centro Recreacional Eliseo Arias Carrión Centro Recreacional Víctor Manuel Palacio (El boquerón)
Gastronomía del Cantamayo		La cecina Seco de gallina criolla Seco de chivo Arvejas con guineo Repe blanco
		Chifles con fritada Helados de coco Guarapo de caña La fritada Tamales

Nota. Elaborado a partir de información del GAD Municipal de Catamayo (2022)

5.2. Alcance de la investigación

El presente trabajo de investigación se centra en un diseño metodológico descriptivo, que a partir de la información recolectada se busca analizar el nivel de aceptación del dinero plástico. El alcance de la investigación fue de un diseño no experimental y longitudinal correlacional de tipo descriptivo, la cual detalla las características y la relación entre las variables de estudio, describiendo cada una de ellas, permitiendo aceptar y rechazar las hipótesis de los hechos.

5.3. Tipos de investigación

Cuantitativo: la investigación fue de carácter cuantitativo dado que en la recopilación de información se generaron datos numéricos. Dicho esto, en el presente trabajo se aplicó este método por medio de encuestas a locales comerciales del sector terciario de la ciudad de Catamayo.

Cualitativo: se aplicó el tipo de investigación cualitativa por medio de la compilación de información primaria y secundaria para obtener un análisis sobre el entorno.

Descriptivo: esta investigación fue de carácter descriptivo porque se define, clasifica y diferencia el objeto de estudio.

Explicativo: la investigación fue de carácter explicativo, ya que recopilada y procesada la información permitió identificar si influye o no, la ubicación, el tipo de establecimiento y otras variables de importancia para que los propietarios de establecimientos comerciales acepten el dinero plástico como medio de pago.

Exploratorio: es un método empleado en temas poco investigados, el mismo permitió tener una visión global de la aceptación que tiene el dinero plástico en la ciudad de Catamayo.

5.4. Métodos de investigación

Deductivo: el presente método fue de utilidad para la elaboración del planteamiento del problema, y en especial para formular y comprobar hipótesis, así como de las conclusiones, para las cuales se partió de hechos universales a particulares.

Inductivo: fue de gran uso en el planteamiento del problema, la redacción de los objetivos e hipótesis del trabajo, así como también en la elección, elaboración y aplicación de

instrumentos de investigación. Para la aplicación de este método se partió de casos particulares a casos universales.

Analítico: El presente método ayudó en la clasificación y análisis de los datos de forma más clara y ordenada, es así que se consiguió encontrar el núcleo de las ideas y la elaboración de conocimientos. Además, se utilizó para elaborar las respectivas hipótesis, como también para identificar los problemas encontrados y para dar paso a las estrategias.

Sintético: Este método permitió el desarrollo de un informe sólido, claro y coherente, utilizando los resultados logrados, en el mismo se tomaron notas sobre las deficiencias observadas en el proceso y se realizaron estrategias para dar solución a los problemas, y con esto permitiendo una conexión con medios alternativos al dinero físico y por ende con las nuevas tecnologías.

Estadístico: se utilizó la técnica estadística para manejar la data hasta transformarla en información útil, para luego interpretarla. Asimismo, dentro del instrumento de recolección de datos se utilizaron preguntas con escala Likert para medir el nivel de aceptación del dinero plástico.

5.5. Técnicas de investigación

Encuesta: la encuesta es un proceso donde el investigador compila información a través de un cuestionario previamente diseñado, por tanto esta técnica permitió profundizar ciertos aspectos en la investigación. La encuesta estuvo conformada por 19 preguntas que fueron consideradas como referencia de otras investigaciones, conforme se detalla en el anexo 2; cabe señalar que fue importante para el desarrollo del primer y segundo objetivo, para su aplicación se utilizó la herramienta Google forms.

Bibliográfica: es una técnica de investigación la cual permitió obtener, seleccionar, compilar y analizar información sobre el objeto de estudio, es así que fue indispensable para la elaboración del marco teórico, de igual manera sirvió como base para establecer la metodología y a su vez generar la discusión. En esta exploración, se trató de generar la fuente primaria, es decir levantar información desde el cálculo de la muestra hasta generar la data final.

5.6. Método para medir el nivel de aceptación del dinero plástico

En virtud de que el estudio es nuevo y no existe una metodología exacta para establecer un nivel de aceptación basado en parámetros, se propuso un método referencial utilizando una escala de intervalos. Según Padilla (2007) las escalas de intervalos son más pulidas puesto que proponen un orden o jerarquía entre categorías, asimismo las etiquetas o números consecutivos establecen intervalos análogos en la medición, los trayectos entre categorías son idénticos a lo largo de toda la escala. Para el diseño de la escala de medición se utilizaron las escalas propuestas por Villegas et al. (2016) y de los autores Fuentes y Argüello (2015) en donde establecen niveles de aceptación o niveles de confianza hacia los medios de alternativos de pago. Consideran un nivel bajo del 0-25%, nivel regular del 26%-50%, nivel medio 51%-75% y un nivel alto del 76%-100%.

Tabla 11
Distribución de la ponderación según el contenido

Nivel de aceptación	Escala cuantitativa	Definición
Nivel bajo	0% - 25%	Se considera un nivel bajo de aceptación cuando los propietarios aceptan dinero plástico como medio de pago en el establecimiento. De igual forma, se supone un nivel bajo cuando se registraron transacciones mensuales efectuadas con tarjeta de crédito y/o débito entre un 0% -25%
Nivel regular	26% - 50%	Se considera un nivel regular cuando se acepta el dinero plástico. Sin embargo las transacciones se encuentran entre un 26% -50%.
Nivel medio	51% - 75%	Se considera un nivel medio cuando existe aceptación del dinero plástico, asimismo se identificaron ventajas y desventajas de aceptación del dinero plástico y se registraron transacciones mensuales efectuadas con tarjeta de crédito y/o débito entre un 51% - 75%
Nivel alto	76% - 100%	El nivel de aceptación es alto si los propietarios aceptan el dinero plástico en los establecimientos y conocen las ventajas y desventajas más importantes al aceptar el mismo. De igual forma se distingue un nivel alto cuando las transacciones con tarjeta de crédito y/o débito se realizaron en un 76% - 100%.

Nota. Adaptado de Villegas et al. (2016) y de Fuentes y Argüello (2015)

5.7. Población

La Población Objeto de Estudio (POE) son los establecimientos comerciales pertenecientes al sector terciario de la ciudad de Catamayo. De acuerdo con Muhammad et al. (2022) dentro de los sectores de la economía, se encuentra el sector terciario que involucra actividades como el transporte, restaurantes, ventas al por mayor y menor, hoteles, comercio y otros servicios. En este sector se analizó la aceptación del dinero plástico como medio de pago.

Es necesario recalcar que la información se obtuvo de la base de datos del pago de patentes municipales del año 2020 ya que es la más actualizada, por el Departamento de Rentas del GAD Municipal de Catamayo en atención al oficio del Anexo 1. Tal como se mencionó anteriormente, para la obtención de información se consideró el sector terciario, al cual pertenecen los establecimientos que ofrecen servicios a la colectividad, cuyo precio es representativo y susceptible de pago con dinero plástico. En este contexto se excluyen algunos locales que mantienen transacciones por valores menores, como se detalla en la tabla 11.

Tabla 12

Locales comerciales pertenecientes al sector terciario

Locales incluidos	Locales excluidos
Autoservicios comerciales	Tiendas pequeñas
Servicio de transporte	Despensas
Turismo y hotelería	Crianza de animales
Restaurantes	Producción de café
Centros de diversión (bares y discotecas)	Consultoría jurídica
Consultorios médicos	Librerías
Pañaleras	Papelerías
Locales Agrícolas	Canchas sintéticas
Veterinarias	Vulcanizadoras
Licoreras	Cybers
Farmacias	Papelerías
Ferreterías	Bodegas de frutas
Minimarkets	Viveros
Frigoríficos de carne	Bazares
Gasolineras	
Tienda de ropa y zapatos	
Servicios de internet	
Almacén de electrodomésticos	

Nota. Elaborado a partir de información del GAD Municipal de Catamayo

5.6.1. Muestra

El cálculo de la muestra permitió obtener el número de encuestas para el desarrollo de la investigación. Se tomó como universo al total de locales comerciales que han cancelado el impuesto anual de la patente o permiso de funcionamiento y se aplicó la fórmula de población finita. De acuerdo con Aguilar (2005) la fórmula de población finita es:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{N * e^2 + Z^2 * p * q}$$

Siendo:

Z= Nivel de confianza 95% (1.96 según el área bajo la curva normal)

N= Universo: 420

p= Probabilidad a favor: 50%

q= Probabilidad en contra: 50%

e= Error de estimación: 5%

n= Tamaño de la muestra

Desarrollo:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 420}{420 * (0,05)^2 + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 201$$

De acuerdo a la base de datos facilitada por el Departamento de rentas del año 2020 se obtuvo que el número total de establecimientos comerciales pertenecientes al sector terciario de la ciudad de Catamayo es de 420. Al aplicar la respectiva fórmula se obtuvo una muestra de 201, correspondiente al total de encuestas aplicadas para la presente investigación.

5.7. Recursos y materiales

Materiales físicos: hojas de papel, esferos, lápices, borrador

Recursos electrónicos: computador

Recursos digitales: Gretel, PSPP, aplicación de Google forms

Recursos bibliográficos: Se han ubicado fuentes muy útiles, las cuales permitieron recolectar información y datos históricos que fundamentaron el desarrollo del proyecto. Las fuentes utilizadas fueron: libros, artículos científicos, revistas, bibliotecas virtuales, bases de datos oficiales y sitios web de entidades financieras confiables.

6. Resultados

6.1. Objetivo 1: Determinar el nivel de aceptación del dinero plástico en el sector terciario de la ciudad de Catamayo

Una vez aplicada la encuesta a los locales comerciales del sector terciario de la ciudad de Catamayo, se pudo recabar datos importantes de los establecimientos que aceptan y no aceptan el dinero plástico, asimismo los motivos de cada elección o posición. En el anexo 4 se profundiza la información de descriptivos.

6.1.1. Sección 1: Datos informativos

Tabla 13

Establecimientos que aceptan dinero plástico como medio de pago

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	22	10,95%
No	179	89,05%
Total	201	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

Interpretación:

De acuerdo a la información reflejada en la tabla 13, indica que el 10,95% de los locales comerciales aceptan el dinero plástico como medio de pago, mientras que el 89,05% aún no se acogen a esta modalidad de cobro.

6.1.2. Sección 2: Establecimientos que aceptan el dinero plástico como medio de pago

Tabla 14

Ventajas que otorgan las tarjetas de crédito/débito

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Comodidad para sus clientes	9	40,91%
Competitividad en el mercado	4	18,18%
Aumento significativo de ventas	3	13,64%
Rapidez de cobro en caja	3	13,64%
Seguridad del dinero ante un robo	3	13,64%
Total	22	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

Interpretación:

En base a la tabla 14, el 40,91% de los locales comerciales se han acogido a esta modalidad de pago porque brinda beneficios como la acreditación directa del dinero a la cuenta bancaria por las ventas realizadas y de igual forma esta modalidad de pago les brinda

comodidad a los clientes, dado que las personas no llevan consigo dinero en efectivo. Por otro lado, el 18,18% han optado por este mecanismo para tener una mejor competitividad en el mercado pues consideran que en el futuro este medio de medio de pago será el más utilizado. Además, los propietarios manifestaron que el cobro con tarjetas les ha brindado un aumento significativo de ventas, rapidez de cobro en caja y seguridad del dinero ante un robo, estas últimas ventajas con una representatividad del 13,64% cada una.

Tabla 15
Desventajas que otorgan las tarjetas de crédito/débito

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Tiempo en que se hacen efectivos los pagos	12	54,55%
Pago de comisiones a los emisores de tarjetas de crédito	7	31,82%
Asume un costo adicional por este servicio	3	13,64%
Total	22	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

Interpretación:

El 54,55% de los propietarios de los establecimientos consideran una desventaja el tiempo en que se hacen efectivos los pagos de sus ventas, en cambio el 31,82% exponen que es poco beneficioso mantener este servicio por las comisiones que se le deberán cancelar a la entidad emisora de las tarjetas, y por último un 13,64% piensan que el utilizar este medio de pago supone un costo adicional a los productos para así obtener una ganancia.

Tabla 16
Tipo de tarjeta aceptada en el establecimiento

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Crédito	0	0,00%
Débito	3	13,64%
Ambas	19	86,36%
Total	22	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

Interpretación:

De acuerdo a la tabla 16, el 86,36% de los establecimientos comerciales que mantienen el dinero plástico como medio de pago, aceptan tarjetas de crédito y débito. Mientras que un 13,64% aceptan solo la tarjeta de débito pues consideran más factible la misma, dado que pocas personas tienen acceso al crédito y del mismo modo se pagan menores tasas o impuestos a las entidades emisoras.

6.1.2.1. Sección 3: Establecimientos que aceptan tarjetas de crédito.

Tabla 17

Transacciones realizadas con tarjeta de crédito

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
0% - 25%	19	100%
26%- 50%	0	0%
51%- 75%	0	0%
76%- 100%	0	0%
Total	19	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

Interpretación:

En base a la tabla 17, se refleja que apenas 19 locales comerciales aceptan el pago con tarjetas de crédito, y las transacciones mensuales que se registran varían del 0%-25%, demostrando que el dinero en efectivo predomina en los establecimientos comerciales.

6.1.2.2. Sección 4: Establecimientos que aceptan tarjetas de débito.

Tabla 18

Transacciones realizadas con tarjeta de débito

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
0% - 25%	22	100%
26%- 50%	0	0%
51%- 75%	0	0%
76%- 100%	0	0%
Total	22	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

Interpretación:

Del total de establecimientos comerciales que aceptan tarjetas de débito, se desprende que se realizan entre el 0% - 25% transacciones mensuales con tarjetas de débito en los establecimientos objeto de estudio. De la misma manera, los propietarios consideran factible utilizar la tarjeta de débito, dado que el dinero se debita directamente de la cuenta de ahorro y/o crédito del usuario. Igualmente las personas tendrán una mayor seguridad de su dinero y control del gasto, pues todo el efectivo se encontrará en una cuenta bancaria.

Tabla 19*Nivel de aceptación del dinero plástico*

Nivel de aceptación	Escala cuantitativa	Definición
Nivel bajo	0%	Se considera un nivel bajo de aceptación cuando los propietarios aceptan dinero plástico como medio de pago en el establecimiento. De igual forma, se supone un nivel bajo cuando se registraron transacciones mensuales efectuadas con tarjeta de crédito y/o débito entre un 0% - 25%
	25%	
Nivel regular	26%	Se considera un nivel regular cuando se acepta el dinero plástico. Sin embargo las transacciones se encuentran entre un 26% -50%.
	50%	
Nivel medio	51%	Se considera un nivel medio cuando existe aceptación del dinero plástico, asimismo se identificaron ventajas y desventajas de aceptación del dinero plástico y se registraron transacciones mensuales efectuadas con tarjeta de crédito y/o débito entre un 51% - 75%
	75%	
Nivel alto	76%	El nivel de aceptación es alto si los propietarios aceptan el dinero plástico en los establecimientos y conocen las ventajas y desventajas más importantes al aceptar el mismo. De igual forma se distingue un nivel alto cuando las transacciones con tarjeta de crédito y/o débito se realizaron en un 76% - 100%.
	100%	

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada**Interpretación general:**

A partir de los resultados obtenidos se determina que existe un nivel bajo de aceptación del dinero plástico en la ciudad de Catamayo. Se llega a esta conclusión, porque en primer lugar la gran parte de los locales comerciales tomados en cuenta para medir el nivel de aceptación del dinero plástico son escasos, representando un 10,95%. Finalmente el porcentaje de transacciones se encuentran entre un 0% - 25% dado que la mayoría de personas en la ciudad de Catamayo cancelan sus cuentas con efectivo. Por otro lado, se determinó si en futuro acogerían o no este medio de pago, con la finalidad de identificar oportunidades potenciales que incentiven la productividad del sector terciario.

6.1.3. Sección 5: Establecimientos que no aceptan dinero plástico**Tabla 20***Razón de no aceptación de dinero plástico*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Poco práctico	74	41,34%
Falta de costumbre	70	39,11%
Se cobran comisiones por este servicio financiero	24	13,41%
Falta de seguridad	11	6,15%
Total	179	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

Interpretación:

El 41,34% no utilizan este servicio en sus locales comerciales porque es poco práctico el uso de tarjetas en la ciudad, un 39,11% menciona que no adoptan este sistema por la falta de costumbre de las personas, más bien están acostumbradas al método tradicional, el efectivo. Finalmente un 13,41% mencionan que no adoptarían este método por las comisiones que cobran las entidades emisoras y un grupo de propietarios que corresponde al 6,15% sostiene que por la falta de seguridad en las transacciones no acogerían este medio de pago.

Tabla 21

Aceptación del dinero plástico en el futuro

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	105	58,66%
Indiferente o neutro	40	22,35%
En desacuerdo	34	18,99%
Total	179	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

Interpretación:

De acuerdo a la tabla 21 se obtuvo que el 58,66% de los locales comerciales están de acuerdo en acoger este método de pago, mientras que el 22,35% están indecisos en acoger el dinero plástico, y finalmente un 18,99% expone que no utilizarían este mecanismo debido a las comisiones que se cancelan a las entidades y por la falta de seguridad o confianza hacia las mismas.

6.2. Objetivo 2: Analizar los factores que determinan la aceptación del dinero plástico como medio de pago

Para analizar los factores que determinan la aceptación del dinero plástico como medio de pago en los establecimientos comerciales de la ciudad de Catamayo, se tomó en cuenta 5 variables objeto de estudio que fueron sometidas a prueba de hipótesis. La variable dependiente es la aceptación del dinero plástico en los locales comerciales, y las variables independientes son: ubicación del establecimiento, tipo de establecimiento, promedio de ventas mensuales y tiempo de funcionamiento. A continuación se presentan los resultados de las preguntas relacionadas con las variables independientes.

Tabla 22*Tipo de establecimiento*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Tienda de ropa y zapatos	41	20,40%
Restaurante	38	18,91%
Tienda de tecnología	17	8,46%
Minimarket	17	8,46%
Autoservicio comercial	13	6,47%
Farmacia	13	6,47%
Hotelería	10	4,98%
Ferretería	10	4,98%
Local agrícola	6	2,99%
Servicio de transporte	6	2,99%
Licorera	5	2,49%
Consultorio Medico	5	2,49%
Pañalera	4	1,99%
Bar /Discoteca	4	1,99%
Hosterías	3	1,49%
Almacén de electrodomésticos	3	1,49%
Veterinaria	2	1,00%
Servicio de internet	2	1,00%
Gasolinera	1	0,50%
Frigoríficos de carne	1	0,50%
Total	201	100,00%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

Interpretación:

De acuerdo a la información expuesta en la presente tabla se puede constatar que los locales comerciales de ropa/zapatos y restaurantes, tienen una mayor participación del 20,40% y 18,91% respectivamente dentro de los establecimientos objeto de estudio. En el cantón existe una asociación donde se agrupan gran cantidad de locales que se dedican a la venta de ropa y zapatos, específicamente la Bahía 24 de Mayo, en cuanto a los restaurantes el cantón se caracteriza por su gastronomía y es visitado por gran cantidad de turistas.

Finalmente un 9,95% de establecimientos poseen una presencia muy baja en la ciudad, los cuales se agrupan en pañaleras, bares/discotecas, hosterías, almacenes de electrodomésticos, veterinarias, servicios de internet, gasolineras, frigoríficos de carne.

Tabla 23*Ubicación del establecimiento*

Opciones		Frecuencia	Porcentaje
Centro	María Auxiliadora Barrio 24 de Mayo Calle Isidro Ayora	157	78,11%
Fuera del centro	Las Américas Los Almendros 22 de Mayo 14 de Abril San José La botella Circunvalación San Vicente Trapichillo Bajo Calle 9 de Octubre y Bolívar El Porvenir Isidro Ayora Vía al Guayabal	44	21,89%
Total		201	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

Interpretación:

Se observa que el 78,11% de establecimientos se ubican en el centro de la ciudad pues es donde más actividad comercial se realiza. Asimismo, un 21,89% de establecimientos se encuentran alejados del centro.

Tabla 24*Tiempo de funcionamiento del negocio*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1 mes-1 año	35	17,41%
2 años-5 años	68	33,83%
6 años-10 años	37	18,41%
11 años-20 años	44	21,89%
21 años-40 años	16	7,96%
41 años-51 años	1	0,50%
Total	201	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

Interpretación:

En base a la presente tabla se deduce que en el cantón Catamayo existen locales con un tiempo de funcionamiento de 2 a 5 años con un porcentaje del 33,83%, seguido de un tiempo de 11 a 20 años con el 21,89%. Del mismo modo existen locales en el mercado con un periodo de 1 mes a 1 año con un 17,41%. En conjunto más del 50% de establecimientos tienen una ambigüedad considerable.

Tabla 25*Promedio de ventas mensuales*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
300-1.000	50	24,88%
1.001-5.000	92	45,77%
5.001-10.000	20	9,95%
10.001-20.000	23	11,44%
20.001-40.000	8	3,98%
40.001-80.000	6	2,99%
81.001-160.000	2	1,00%
Total	201	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

Interpretación:

De acuerdo a la presente información se observa que la gran parte de establecimientos mantienen un nivel de ventas mensuales superiores a los \$1.000, pues en su mayoría los establecimientos se encuentran en puntos estratégicos y es donde existe una mayor afluencia de personas.

Correlación y prueba de hipótesis con chi-cuadrado

De acuerdo a Hernández et al. (2017) este método es utilizado mayormente para verificar la correlación entre dos variables cualitativas. De tal manera, este método permitió establecer la correlación entre la aceptación del dinero plástico como medio de pago y las variables: tipo de establecimiento y ubicación del establecimiento.

Tipo de establecimiento

H0: No existe relación significativa entre la aceptación del dinero plástico en establecimientos comerciales y el tipo de establecimiento.

H1: Existe relación significativa entre la aceptación del dinero plástico en establecimientos comerciales y el tipo de establecimiento.

Tabla 26*Prueba de chi-cuadrado para el tipo de establecimiento*

	Pruebas de chi-cuadrado		
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	35,367 ^a	12	,000
Razón de verosimilitud	30,916	12	,002
Asociación lineal por lineal	4,300	1	,038
N de casos válidos	201		

a.15 casillas (57,70%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 0,55

Nota. Resultados obtenidos de la prueba estadística

Interpretación:

De acuerdo con Molina (2017) un $p < 0,05$ significa que la hipótesis nula se rechaza y un $p > 0,05$ significa que la hipótesis nula se acepta. De tal manera, se procede a rechazar la hipótesis nula dado que el valor de sig. 0,000 es menor que 0,05 y se acepta la hipótesis del investigador (H1). En conclusión, existe una relación significativa entre la aceptación del pago con tarjetas de crédito/débito con el tipo de establecimiento o actividad comercial.

Ubicación del establecimiento

H0: No existe relación significativa entre la aceptación del dinero plástico en establecimientos comerciales y la ubicación del establecimiento.

H1: Existe relación significativa entre la aceptación del dinero plástico en establecimientos comerciales y la ubicación del establecimiento.

Tabla 27

Prueba de chi-cuadrado para la ubicación del establecimiento

	Pruebas de chi-cuadrado				
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,199 ^a	1	,656		
Corrección de continuidad ^b	,030	1	,863		
Razón de verosimilitud	,207	1	,649		
Prueba exacta de Fisher				,789	,448
Asociación lineal por lineal	,198	1	,657		
N de casos válidos	201				

a. 1 casillas (25,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 4,82.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Nota. Resultados obtenidos de la prueba estadística

Interpretación:

Conforme a los datos expuestos en la presente tabla y de acuerdo con Molina (2017) se procede a aceptar la hipótesis nula (H0) dado que el valor de sig. 0,789 es mayor que 0,05. Por tanto, no existe una relación significativa entre la aceptación del dinero plástico con la ubicación del establecimiento.

Correlación y prueba de hipótesis con comparación de medias

De acuerdo con Molina (2020) se realiza un análisis de comparación de medias cuando se tiene una variable dependiente cualitativa y variables independientes cuantitativas. Dicho

esto, en el presente trabajo se utiliza este método ya que se tiene como variable cualitativa la aceptación del dinero plástico y variables cuantitativas tales como el tiempo de funcionamiento y el promedio de ventas mensuales, asimismo se utiliza este método porque la muestra es independiente.

Tiempo de funcionamiento del establecimiento

H0: No existe relación significativa entre la aceptación del dinero plástico en establecimientos comerciales y el tiempo de funcionamiento.

H1: Existe relación significativa entre la aceptación del dinero plástico en establecimientos comerciales y el tiempo de funcionamiento.

Tabla 28
Prueba de comparación de medias funcionamiento del negocio

		Prueba de muestras independientes					
		Prueba de Levene de igualdad de varianzas		Prueba t para la igualdad de medias			
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias
Tiempo de funcionamiento del negocio(años)	Se asumen varianzas iguales	2,270	,134	-,335	199	,738	-,71986
	No se asumen varianzas iguales			-,426	31,571	,673	-,71986

Nota. Resultados obtenidos de la prueba estadística

Interpretación:

De acuerdo con Molina (2017) se acepta la hipótesis nula (H0) dado que se registra un p valor o una significancia de 0,738 mayor a $\alpha=0,05$. Dicho esto, no existe relación o dependencia alguna entre la aceptación del dinero plástico y el tiempo de funcionamiento.

Promedio de ventas mensuales

H0: No existe relación significativa entre la aceptación del dinero plástico en establecimientos comerciales y el promedio de ventas mensuales.

H1: Existe relación significativa entre la aceptación del dinero plástico en establecimientos comerciales y el promedio de ventas mensuales.

Tabla 29*Prueba de comparación de medias promedio de ventas mensuales*

		Prueba de muestras independientes					
		Prueba de Levene de igualdad de varianzas		prueba t para la igualdad de medias			
		F	Sig.	t	gl	Sig. bilateral	Diferencia de medias
Prom. ventas mensuales	Se asumen varianzas iguales	21,251	,000	5,190	199	,000	20030,040
	No se asumen varianzas iguales			2,789	21,915	,011	20030,040
		Estadísticas de grupo					
Aceptación del dinero plástico		N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio		
Prom. ventas mensuales	Si	22	26109,090909	33331,093864	7106,213089		
	No	179	6079,050279	13968,577083	1044,060471		

Nota. Resultados obtenidos de la prueba estadística

Interpretación:

De acuerdo con Molina (2017) y tomando como base la información expuesta en las presentes tablas se procede a rechazar la hipótesis nula, dado que p valor es igual a 0,000 un valor menor a $p = 0,05$ y se procede a aceptar la hipótesis alternativa. De tal manera, si existe un relación significativa entre el pago con tarjetas de crédito/débito y el promedio de ventas mensuales. De acuerdo al resultado de las medias, un establecimiento que si acepta tiene al menos un valor de \$26.109,09 mensuales. De igual forma, para los establecimientos que no aceptan se obtuvo un valor promedio de \$6.079,05 mensuales, pero este valor no es exacto, pues es un valor promedio entre los establecimientos que fueron sujetos a investigación. Pero, aun así, para que un establecimiento acepte cobrar con tarjetas de crédito/debito debe mantener ventas moderadas, ya que el local comercial deberá cancelar comisiones a la entidad con la cual se haya adquirido el servicio.

6.3. Objetivo 3: Diseñar estrategias para promover la aceptación del dinero plástico en los locales comerciales de la ciudad de Catamayo

Para dar cumplimiento al presente objetivo se desarrolló un diagnóstico de los principales problemas y a partir de ellos se consideró como estrategia idónea un plan de comunicación que cuenta con dos productos finales: una fan page en la red social Facebook,

ya que actualmente las personas están conectadas con el mundo de la tecnología y es más fácil que la idea de implementar este método de pago sea acogida en los establecimientos. De igual forma se desarrolló un folleto tríptico que fue distribuido en los locales comerciales que fueron objeto de estudio. Parte de la información plasmada se encuentra en la fan page y en el folleto, como se observa en el anexo 5.

Identificación de problemas de no aceptación del dinero plástico

Tabla 30

Principales problemas y estrategias para mitigar el problema

Problema	Estrategia
<ul style="list-style-type: none"> Inseguridad o desconfianza por parte de los propietarios en el cobro con tarjetas de crédito y débito. 	Impulsar una fan page en la red social Facebook con información de tarifas referenciales, por el cobro con dinero plástico, de igual forma exponer ventajas de aceptar y utilizar tarjetas de crédito y débito.
<ul style="list-style-type: none"> Pago de comisiones a la entidad afiliadora. 	
<ul style="list-style-type: none"> Poca costumbre en el uso y manejo del dinero plástico. 	Desarrollar un folleto tríptico con información detallada sobre el dinero plástico, así como también el proceso de afiliación para locales comerciales para poder aceptar dinero plástico.
<ul style="list-style-type: none"> Nivel medio de conocimiento sobre el manejo de tarjetas de crédito y débito. 	
<ul style="list-style-type: none"> Poca práctica de cobros con tarjetas a los clientes. 	

Nota. Elaborado a partir de datos obtenidos de la encuesta aplicada

Diseño de estrategias para promover la aceptación del dinero plástico

Tabla 31

Diseño de primera estrategia para promover la aceptación del dinero plástico

Problema 1. Inseguridad o desconfianza por parte de propietarios / pago de comisiones a la entidad afiliadora.

Objetivo: Concientizar a los propietarios de establecimientos comerciales sobre los beneficios de adoptar el dinero plástico como medio de cobro.

Propuesta	Actividades	Medio de verificación
Para dar solución al problema 1 se propuso desarrollar una fan page en la red social facebook, con el fin de inspirar a los propietarios de los locales comerciales a implementar el pago con tarjetas de crédito-débito. En la misma se encuentra el proceso de afiliación, la empresa que tiene más aceptación en el mercado y los porcentajes de comisiones por cada venta realizada.	Promocionar la página web con el fin de llegar a un número significativo de personas.	Revisión del total de visualizaciones y apoyo a lo expuesto en la fan page.
Tiempo de duración	Responsable	Presupuesto
A corto plazo: 4 semanas	Estudiante	\$10.00

Nota. La tabla muestra los diferentes puntos a tomar en cuenta para cumplir con la estrategia

Tabla 32*Cronograma de actividades primera estrategia*

N°	Actividades	Junio				Julio			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Creación de fan page en la red social facebook								
2	Introducción y presentación de la fan page en facebook								
3	Conceptos de conocimiento: diferencia entre tarjeta de crédito y débito								
4	Presentación de la red de pagos Datafast								
5	Presentación del paso 1 para afiliar el establecimiento comercial								
6	Presentación del paso 2-3-4 para afiliar el establecimiento comercial								
7	Publicación de las tasas referenciales o cargos por servicios financieros a establecimientos comerciales.								
8	Publicación de ventajas y desventajas de aceptar tarjetas de crédito y débito								
9	Instrucción acerca del envío de los requisitos a la respectiva entidad afiliadora (Datafast).								

Nota. La tabla muestra el desarrollo de las actividades para dar cumplimiento a la estrategia

Tabla 33*Diseño de segunda estrategia para promover la aceptación del dinero plástico*

Problema 2. Poca costumbre en el uso y manejo del dinero plástico / Poca práctica de cobros con tarjetas a los clientes

Objetivo: Promover la aceptación del dinero plástico como medio de cobro e incrementar el nivel de uso.

Propuesta	Actividades	Medio de verificación
Desarrollo de un folleto tríptico con información detallada sobre la diferencia de tarjeta de crédito y débito, como también de información sobre el proceso de afiliación. Cabe señalar que en el folleto se encuentra plasmado un código QR que redirecciona a la fan page para que los propietarios despejen dudas al momento de afiliar los establecimientos.	Entrega de folletos trípticos a locales comerciales de la ciudad.	Número de trípticos aceptados por propietarios de los locales comerciales
Tiempo de duración	Responsable	Presupuesto
A corto plazo: 4 semanas	Estudiante	\$15.00

Nota. La tabla muestra los diferentes puntos a tomar en cuenta para cumplir con la estrategia

Tabla 34*Cronograma de actividades segunda estrategia*

N°	Actividades	Junio				Julio			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Creación del folleto tríptico para su posterior entrega en los establecimientos comerciales								
2	Entrega de folleto tríptico en el sector María Auxiliadora								
3	Entrega del folleto tríptico en el sector 24 de Mayo								
4	Entrega del folleto tríptico en la calle Isidro Ayora								
5	Entrega de folleto tríptico en el sector Trapichillo bajo								
6	Entrega de folleto tríptico en el sector el Porvenir y San Vicente.								
7	Entrega de folleto tríptico en el barrio los Almendros y San José								

Nota. La tabla muestra el desarrollo de las actividades para dar cumplimiento a la estrategia

Elaboración de plan de comunicación



<https://www.facebook.com/catamayoinnova>

El dinero plástico un medio de pago

Introducción

Disponer de una estrategia bien planificada de comunicación es fundamental para dar a conocer a las personas el uso de un nuevo producto o servicio. La innovación tecnológica y la digitalización han planteado un desafío para el sector financiero a nivel mundial. Fintech es el término utilizado para referirse a la aplicación de nuevas tecnologías a los servicios financieros. El pago sin efectivo se ha desarrollado rápidamente en los mercados emergentes tras la digitalización de las finanzas. Entre los métodos de pago electrónico, las tarjetas de crédito y débito se han convertido en el instrumento de pago distinto del efectivo más utilizado en Europa, debido a su comodidad, seguridad y eficiencia.

Asimismo, existe un grupo de personas que muestran cierta inseguridad al momento de utilizar tarjetas de crédito y débito, debido al fraude cibernético o robo de información que

consiste en el hurto de fondos de las cuentas bancarias. Siendo esto, un impedimento para que las personas y establecimientos comerciales no vean de buen lado el uso de este producto financiero.

Justificación

El presente plan de comunicación es importante dado que permitirá fomentar el uso de dinero plástico como tendencia que estimula el consumo en el cantón Catamayo, mejorando las condiciones económicas de la población. Por otra parte, al momento de adoptar este método de pago, los dueños de establecimientos comerciales contarán con un nuevo mecanismo de recaudación de fondos para su actividad económica, de la misma manera tendrán mayor seguridad porque es menos probable que sufran un robo de efectivo. Además, se conseguiría un crecimiento económico para la ciudad, las personas estarán conectadas con las nuevas tecnologías y se atraerá personas de otros lugares por el empleo de este sistema de pago y sentirán seguridad consigo mismas, porque no llevarán dinero en efectivo.

Objetivo

El presente proyecto tiene como objetivo promover la aceptación del dinero plástico en los locales comerciales del sector terciario de la ciudad de Catamayo.

Medio de difusión

El presente proyecto tendrá dos productos finales: una fan page que será difundida a través de la red social Facebook, el segundo producto es un folleto tríptico el cual será entregado a los administradores o propietarios de varios establecimientos comerciales de la ciudad. En el Anexo 5 se encuentran los productos finales.

Tiempo de duración

El cumplimiento del presente objetivo tendrá una duración a corto plazo de aproximadamente un mes.

Público objetivo

El público objetivo son los propietarios de los establecimientos comerciales del sector terciario de la ciudad de Catamayo.

7. Discusión

En el presente estudio se obtuvo que los establecimientos comerciales de la ciudad de Catamayo que si aceptan el dinero plástico mantienen un nivel de aceptación bajo, realizándose transacciones entre un 0% - 25%. Mientras que en un estudio realizado en la ciudad de Catamayo por parte de Rojas (2012) se notó que las transacciones con dinero plástico inciden en un 27%, mostrando un porcentaje casi a la par con la presente investigación y concluyendo que la aceptación es relativamente baja. Este resultado se da específicamente porque en la ciudad existe poca costumbre y es poco práctico el manejo de este producto financiero, principalmente por el tema cultural del cantón en utilizar el dinero en efectivo. Además, en la presente investigación se encontró la necesidad de realizar capacitaciones, para que los usuarios tomen mejores decisiones al momento de adquirir productos financieros (tarjetas de crédito y débito). Análogamente, Quezada (2017) sostiene que existe la necesidad de que los usuarios reciban capacitaciones antes de utilizar tarjetas de crédito, asimismo se encontró que las personas consideran oportuno de que las entidades financieras modifiquen los altos costos e intereses, como también la logística.

Por otro lado, en los resultados de la investigación se obtuvo que la aceptación del dinero plástico no guarda relación con la ubicación del establecimiento, mientras que en un estudio realizado en la ciudad de Cuenca por Ochoa y Parra (2019) se concluye que la aceptación si depende de la ubicación del establecimiento; esto se debe a que la ciudad de Cuenca posee una amplia extensión geográfica y existen lugares donde predomina el dinero en efectivo, y en otros lugares predominan las tarjetas de crédito y débito, mientras que la ciudad de Catamayo posee una menor extensión territorial y no existe distinción alguna en la elección del instrumento de pago. De igual forma, se encontró una relación significativa entre el tipo de establecimiento y la aceptación del dinero plástico. Por su parte, el autor mencionado con anterioridad, expone que la aceptación del producto se da en los establecimientos donde los servicios son relativamente altos, lo que refleja cierta concordancia con los resultados obtenidos, dado que al momento de aceptar tarjetas de crédito y débito el local comercial deberá cancelar una tarifa por cada venta realizada y pues para obtener una ganancia personal el precio del producto tendrá que ser alto.

En base a las debilidades encontradas en la presente investigación, por la cual los establecimientos comerciales no aceptan las tarjetas de crédito y débito se procedió a desarrollar una matriz de estrategias con el objetivo de promover la aceptación del dinero

plástico. Del mismo modo, Cárdenas y Zhispón (2019) comparten la idea de que la planificación de estrategias permite fortalecer esta modalidad de pago, pues a través de estrategias se consigue que las personas pierdan el temor a utilizar medios alternativos al dinero en efectivo generando una mayor confianza, asimismo esto significaría un ahorro para la economía del país. A criterio propio, la aceptación del dinero plástico permitiría incrementar las ventas y aumentar la rentabilidad en los locales comerciales.

Para el desarrollo del presente estudio existió una limitante al momento de buscar información en el marco conceptual, pues existen muy pocas investigaciones sobre el nivel de aceptación del dinero plástico en establecimientos comerciales. Otra limitación y en la cual pueden variar los resultados, es que algunos establecimientos optan por contratar administradores y no es posible recolectar información directamente de los propietarios. Algo importante a señalar es que del presente trabajo se desprenden futuras líneas de investigación, pues se podría proporcionar la información recolectada a investigadores y a partir de ello, se realizarían nuevas pruebas de hipótesis para evaluar el perfil del propietario o administrador del establecimiento, específicamente variables como la edad, nivel de educación, género. De igual forma, se podrían estimar modelos econométricos o realizar una regresión lineal para determinar específicamente en qué punto, en que rango influye una variable sobre la otra.

8. Conclusiones

De acuerdo con los resultados obtenidos se llega a las siguientes conclusiones:

1. La aceptación del dinero plástico en los establecimientos comerciales de la ciudad de Catamayo se encuentra en un nivel bajo, en la escala de 0% - 25% de transacciones. Cierta parte de la población realiza operaciones con dinero plástico dado que les brinda comodidad y seguridad del dinero; sin embargo, otra parte de la población no lo hace por factores tales como la poca costumbre, por la falta de seguridad en las transacciones y también por el cobro de comisiones por el servicio financiero.
2. El tipo de establecimiento y el promedio de ventas mensuales guardan una relación significativa con la aceptación del dinero plástico. Para el caso de la primera variable, la aceptación del dinero plástico va a depender de la actividad comercial, siendo una limitante los bajos ingresos; mientras que para la segunda variable se interpreta que si un establecimiento mantiene ventas relativamente bajas, le será muy difícil solventar los gastos del establecimiento y del servicio financiero.
3. De igual forma, se comprobó que las variables ubicación y tiempo de funcionamiento no guardan relación significativa con la aceptación del dinero plástico, en primer lugar la ciudad tiene una gran economía y segundo es un cantón turístico que es visitado por gran cantidad de personas.
4. De acuerdo con las debilidades encontradas, se procedió con la elaboración de un plan de comunicación que permita fomentar la aceptación de las tarjetas de crédito y débito como medio de pago en los locales comerciales. El plan de comunicación comprende el desarrollo de una fan page en la red social Facebook y de un folleto tríptico.

9. Recomendaciones

Conforme a las conclusiones expuestas, se recomienda:

1. A las entidades públicas y privadas, fomentar el uso de tarjetas de crédito y débito, mediante campañas publicitarias, planes de comunicación que permitan conocer los beneficios que tiene aceptar el dinero plástico.
2. A los investigadores, ampliar el estudio con otras variables sociodemográficas que podrían afectar en la aceptación del dinero plástico. Se incluyen el sexo, edad e instrucción académica del propietario del establecimiento comercial.
3. A las, instituciones financieras tomar como base las estrategias planteadas en la presente investigación con la finalidad de impulsar el uso de las tarjetas de crédito y débito como medio de pago, medio de seguridad y como un medio alternativo que brinda ventajas competitivas a los establecimientos comerciales. De igual manera, construir alianzas entre instituciones con el fin de ofrecer alternativas para recibir este medio de pago, que puede incluir el financiamiento del POS (Point of Sale).

10. Bibliografía

- Aguilar, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud en Tabasco*, 11(1-2), 333-338. <https://bit.ly/2SPux3g>
- Asociación de Supervisores Bancarios de las Américas [ASBA]. (2016). *Programa de Educación Financiera de ASBA*. Obtenido de Asociación de Supervisores Bancarios de las Américas [ASBA]: <https://bit.ly/3Fsxhx5>
- Banco Bilbao Vizcaya Argentaria [BBVA]. (16 de 05 de 2018). *Tarjetas de crédito: funcionamiento y definición*. Obtenido de Banco Bilbao Vizcaya Argentaria [BBVA]: <https://bit.ly/39UQMCT>
- Banco Central del Ecuador [BCE]. (2020). *Evolución de los medios de pagos del Ecuador en el contexto de pandemia covid-19*. Obtenido de Banco Central del Ecuador [BCE]: <https://bit.ly/38U01mh>
- Banco Pichincha. (09 de 10 de 2020). *Del trueque a las apps móviles: medios de pago cada vez más cómodos y ágiles*. Obtenido de Banco Pichincha: <https://bit.ly/3H9qr0g>
- Banco Pichincha. (22 de 07 de 2021). *¿Para qué sirve una tarjeta de crédito?* Obtenido de Banco Pichincha: <https://bit.ly/3xwITgk>
- Banco Qonto. (21 de Enero de 2022). *Tarjetas de crédito y tarjetas de débito: diferencias*. Obtenido de Banco Qonto: <https://bit.ly/39X4B3M>
- Borja, R. (29 de 11 de 2018). *Dinero plástico*. Obtenido de Enciclopedia de la política: <https://bit.ly/3tn01mf>
- Cámara de Comercio de Quito. (25 de 06 de 2021). *Tipos de tarjetas de crédito según las necesidades*. Obtenido de Cámara de Comercio de Quito: <https://bit.ly/3PdJwIJ>
- Cárdenas, S., & Zhispon, C. (2019). *Estudio del nivel de confianza en el uso de las transacciones electrónicas por los establecimientos de comercio al por menor y sus clientes en el cantón Cuenca*. (Tesis de grado, Universidad del Azuay). Repositorio Institucional- Uazuay. <https://bit.ly/3thMa0g>
- Contreras, L. (2020). *“El costo y crédito generado para los usuarios de la tarjeta de crédito Mutualista Pichincha como medio de pago transaccional de la ciudad de Ambato*.(Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato). Repositorio UTA. <https://bit.ly/3z9NLsQ>

- Corporación Financiera Nacional. (2018). *Glosario de términos financieros*. Obtenido de Corporación Financiera Nacional: <https://bit.ly/39y8onM>
- El Banco Bilbao Vizcaya Argentaria [BBVA]. (26 de 01 de 2022). *¿Qué tipos de tarjetas bancarias existen y en qué se diferencian?* Obtenido de El Banco Bilbao Vizcaya Argentaria [BBVA]: <https://bbva.info/384SmBH>
- Fernández, R. (2015). “*Nivel de conocimiento de las obligaciones crediticias con la banca comercial y como incide en la liquidez de los consumidores en la ciudad de puno, en los periodos 2013-2014*”.(Tesis de grado, Universidad Nacional de Antiplano). Repositorio Institucional UNA-PUNO. <https://bit.ly/3xJzvGe>
- Fonseca, G., Valenzuela, C., Perrand, M., & Cosme, J. (2017). Términos económicos más utilizados en la salud (II parte). *Revista Medisan*, 21(7), 933-959. <https://bit.ly/3P5MiJC>
- Fuentes, V., & Argüello, A. (2015). Indicadores de contaminación visual y sus efectos en la población. *Enfoque UTE*, 6(3), 115-132. doi:<https://doi.org/10.29019/enfoqueute.v6n3.74>
- GAD Municipal de Catamayo. (01 de 01 de 2022). *Catamayo*. Obtenido de GAD Municipal de Catamayo: <https://bit.ly/3WHYG6t>
- Hernández, Y., Hernández, V., Batista, N., & Tejeda, E. (2017). ¿Chi cuadrado o Ji cuadrado? *Revista Medicentro Electrónica*, 21(4), 294-295. <https://bit.ly/3nvmidg>
- Instituto Estadounidense de Contadores Públicos Certificados. (2019). *Ventajas y desventajas de las tarjetas de crédito*. Obtenido de Instituto Estadounidense de Contadores Públicos Certificados: <https://bit.ly/3wzuz64>
- Juarez, J. (2020). *La educación financiera y el uso de tarjetas de crédito. Caso: comerciantes del mercado Santa Rosa en San Juan de Lurigancho – año 2019*. (Tesis de Licenciatura, Universidad de San Martín de Porres). Repositorio Académico USMP. <https://bit.ly/3adbldK>
- Junta de Regulación Monetaria y Financiera. (2018). *Codificación de resoluciones monetarias, financieras, de valores y seguros*. Obtenido de Junta de Regulación Monetaria y Financiera: <https://bit.ly/3PEC2sm>

- López, J., & Paredes, M. (2012). *Estudio de oferta y demanda de la tarjeta de crédito como instrumento de pago, en la ciudad de Loja, año 2010*. (Tesis de grado, Universidad Técnica Particular de Loja). Repositorio UTPL. <https://bit.ly/3NH5igd>
- Mac Kee, H. S. (2020). *Tarjetas de crédito en el Perú: análisis de los factores socioeconómicos y actitudes al riesgo de la demanda*. (Tesis de grado, Universidad de Lima). Repositorio Ulima. <https://bit.ly/3M7x4Bl>
- Molina, M. (2017). ¿Qué significa realmente el valor de p? *Pediatría Atención Primaria*, 19(76), 377-381. <https://bit.ly/3b69Kaz>
- Molina, M., Ochoa, C., & Ortega, E. (2020). Comparación de dos medias. Pruebas de la t. *Revista Evidencias en pediatría*, 16(4), 1-7. <https://bit.ly/3bUTJo6>
- Muhammad, S., Pan, Y., Agha, M., Umar, M., & Chen, S. (2022). Estructura industrial, intensidad energética y eficiencia ambiental entre economías desarrolladas y en desarrollo: El papel intermediario de industria primaria, secundaria y terciaria. *Revista Energy*, 247. doi:10.1016/j.energy.2022.123576
- Murillo, C., Acosta, E., & Lizbeth, A. (2021). Análisis del uso de tarjetas de crédito del personal del h. ayuntamiento de la Ciudad de Navojoa, Sonora. *Revista Inclusiones*, 8, 67-79. <https://bit.ly/3KW19mC>
- Murillo, C., Acosta, E., & Quintero, M. (2021). Nivel de educación financiera como influencia en la toma de decisiones de endeudamiento en el uso de tarjetas de crédito en Navojoa, Sonora. *Revista de Investigación Académica sin fronteras.*, 14(36). doi:<https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi36.400>
- Ochoa, Z., & Parra, P. (2019). *El uso personal de efectivo y dinero plástico en Cuenca en el Periodo 2016-2021*. (Tesis de grado, Universidad del Azuay). Dspace Azuay. <https://bit.ly/3lXvNCj>
- Padilla, J. (2007). Escalas de medición. *Revista Paradigmas: Una Revista Disciplinar de Investigación*, 2(2), 104-125. <https://bit.ly/2IwTiOg>
- Quezada, G. (2017). “Análisis del uso de Tarjetas de Crédito como medio de pago en la Ciudad de Loja”. (Tesis de grado, Universidad Nacional de Loja). Repositorio UNL. <https://bit.ly/3MDg7ja>

- Restrepo, M. (14 de 01 de 2020). *¿Qué franquicias y tipos de tarjetas de crédito existen?*
Obtenido de Rankia: <https://bit.ly/37GbRQQ>
- Rojas, R. (2012). *“La tarjeta de crédito como instrumento de pago y su incidencia en la economía del sector comercial del cantón Catamayo de la provincia de Loja en el año 2011”*.(Tesis de grado, Universidad Técnica Particular de Loja). Repositorio Institucional UTPL. <https://bit.ly/3wY5LVT>
- Romanova, E., Valkova, Y., & Romanova, D. (2021). Uso de tarjetas bancarias por estudiantes rusos: ¿un paso adelante o una realidad que se desvanece? *DEFIN-2021: IV Congreso Internacional Científico y Práctico*, 1-6. doi:<https://doi.org/10.1145/3487757.3490862>
- Saks Frankel, R. (2021). Cuándo se inventaron las tarjetas de crédito: esta es su historia. *Revista Forbes*. <https://bit.ly/3O6P4gt>
- Superintendencia de Bancos. (05 de 2021). *Estadísticas de tarjetas de débito: Enero-Abril 2021*.
Obtenido de Superintendencia de Bancos: <https://bit.ly/3skRM9Q>
- Superintendencia de Bancos. (29 de 04 de 2021). *Estadísticas de tarjetas de crédito: Marzo 2021*. Obtenido de Superintendencia de Bancos: <https://bit.ly/3skRM9Q>
- Torres, J., & Castillo, L. (2018). El nivel de sobreendeudamiento crediticio de la clase media ecuatoriana (2012-2016). *Investigación, Tecnología e Innovación*, 10(10), 2-19. doi:<https://doi.org/10.53591/iti.v10i10.174>
- UniversalPay. (06 de 03 de 2018). *¿Qué partes están involucradas en los pagos con tarjeta?*
Obtenido de UniversalPay: <https://bit.ly/3LRiu9>
- Vairam, T., Sarathambekai, S., Bhavadharani, S., Kavi Dharshini, A., Nithya Sri, N., & Sen, T. (2022). Evaluación de Naïve Bayes y Algoritmo Clasificador de Votación para la Detección de Fraude con Tarjetas de Crédito. *International Conference on Advanced Computing and Communication Systems (ICACCS)*, 1, 602-608. doi:10.1109/ICACCS54159.2022.9784968.
- Villasís, M., & Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación IV: las variables de estudio. *Revista Alergia México*, 63(3), 303-310. doi:10.29262/ram.v63i3.199
- Villegas, F., Loor, B., Montero, C., & Fabiani, B. (2016). Análisis de aceptación del Sistema de Dinero Electrónico (SDE) frente a los riesgos del mercado económico actual del cantón Milagro, Ecuador. *Revista Ciencia Unemi*, 9(21), 11-17. <https://bit.ly/3ph1Qih>

11. Anexos

Anexo 1. Solicitud al Dpto. financiero para obtener la base de datos de locales comerciales

Catamayo, 11 de Mayo del 2022

Ing.

Ney López

DIRECTOR FINANCIERO DEL GADM DE CATAMAYO

Ciudad.-

De mi consideración:

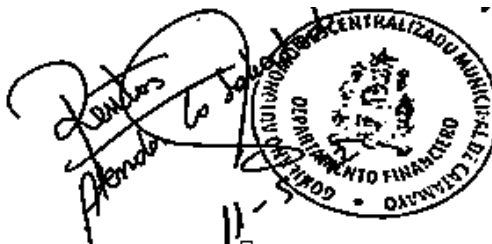
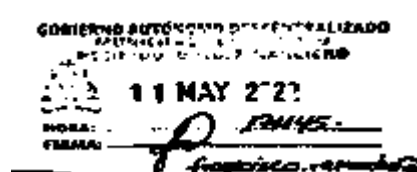
Reciba un atento y cordial saludo, a la vez que deseo éxito en el desempeño de las funciones a usted encomendadas.

Yo, **Remache Buri Francisco Daniel** con número de **C.I. 1150100483** estudiante de la Universidad Nacional de Loja, el motivo del presente es con la finalidad de solicitar a usted respetuosamente, **autorice al Departamento de Rentas** la base de datos de cuantos negocios pagan Patente Municipal con fin de elaborar el **Proyecto de Investigación de Integración Curricular, este proyecto tiene fines investigativos y académicos.**

Seguro de que mi petición tendrá la acogida favorable, me anticipo en presentar mis sinceros agradecimientos.

Atentamente,

Sr. Remache Buri Francisco Daniel
C.I. 1150100483
Estudiante



Tiempo de funcionamiento del negocio (años):

Promedio de ventas mensuales

1. **¿En su local comercial, acepta dinero plástico (tarjeta de crédito/débito) como medio de pago?**
 - Si
 - No

Si su respuesta fue Sí, continúe con la SECCIÓN 2, caso contrario continúe con la SECCIÓN 5 de la encuesta.

Sección 2: Establecimientos que aceptan el dinero plástico como medio de pago.

2. **¿Con qué Empresa POS (Point of Sale), está afiliado su establecimiento?**
 - Datafast
 - Medianet
 - Red apoyo
 - Shopify
 - Otra, ¿Cuál?.....
3. **Seleccione una de las siguientes ventajas que le otorga la tarjeta de crédito/ débito a su establecimiento.**
 - Comodidad para sus clientes
 - Aumento significativo de ventas
 - Competitividad en el mercado
 - Rapidez de cobro en caja
 - Seguridad del dinero ante un robo
4. **Seleccione una de las siguientes desventajas que le otorga la tarjeta de crédito/débito a su local comercial.**
 - Pago de comisiones a los emisores de tarjetas de crédito
 - Tiempo en que se hacen efectivos los pagos
 - Asume un costo adicional por este servicio
5. **¿Qué tipo de tarjeta acepta?**
 - Crédito
 - Débito
 - Ambas

De acuerdo a la pregunta anterior:

- Si su respuesta fue tarjeta de crédito, continúe con la sección 2.
- Si su respuesta fue tarjeta de débito, continúe con la sección 3.
- Si su respuesta fue ambas, conteste sección 2 y 3

Sección 3: establecimientos que aceptan tarjetas de crédito

6. **¿Hace que tiempo acepta tarjetas de crédito en su establecimiento?**

7. De la siguiente lista de tarjetas de crédito. ¿Cuál es la tarjeta más utilizada en su establecimiento?

	Banco Pacífico	Banco Pichincha	Banco Guayaquil	Banco del Austro	Banco Internacion	Banco Bolivariano	Banco G. Rumiñahui	Banco ProduBanco	Banco de Machala	Banco de Loja	Cooperativa Jep
American Express	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
Diners Club	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
Discover	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
MasterCard	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
Visa	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
Alía	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()

Otra, ¿Cuál?.....

8. Del total de sus ventas mensuales, escoja un porcentaje aproximado de transacciones que se realizaron con tarjeta de crédito en su establecimiento.

- 0% - 25%
- 26%- 50%
- 51%- 75%
- 76%- 100%

9. Seleccione el tipo de plan de pago aceptado en su establecimiento.

- Corriente
- Diferido con interés
- Diferido sin interés

10. De acuerdo al tipo de plan indicado, especifique el monto mínimo para aceptar tarjeta de crédito en su establecimiento.

11. De acuerdo al monto mínimo que acepta, indique el tiempo al que usted difiere las compras realizadas en su establecimiento.

Sección 4: establecimientos que aceptan tarjetas de débito

12. ¿Hace que tiempo acepta tarjetas de débito en su establecimiento?

13. De la siguiente lista de tarjetas de débito. ¿Cuál es la tarjeta más utilizada en su local comercial?

	Banco Pacífico	Banco Pichincha	Banco Guayaquil	Banco del Austro	Banco Bolivariano	Banco G. Rumiñahui	Banco Internacional	Banco de Machala	Banco de Loja	Banco Produbanco	Cooperativa Jep
MasterCard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Otra, ¿Cuál?.....

14. De total de sus ventas mensuales, escoja un valor aproximado de transacciones que se realizaron con tarjeta de débito en su establecimiento.

- 0% - 25%
- 26%- 50%
- 51%- 75%
- 76%- 100%

¡! Muchas gracias por su colaboración ¡!

Sección 5: Establecimientos que no aceptan dinero plástico

15. En caso negativo, ¿Por qué no acepta tarjetas de crédito/débito?

- Falta de seguridad
- Falta de costumbre
- Poco práctico
- Se cobran comisiones por el servicio financiero
- Otro.....

16. ¿Cree usted que este medio de pago le pueda ofrecer beneficios a su negocio?

- Sí
- No

17. En un futuro, ¿Usted acogería este medio de pago para su establecimiento?

- De acuerdo
- Indiferente o neutro
- En desacuerdo

18. Con el objetivo de mejorar su seguridad personal y del establecimiento. ¿Está usted de acuerdo en adoptar el dinero plástico como medio de pago?

- De acuerdo
- Indiferente o neutro
- En desacuerdo

19. ¿Cree usted que sus ingresos aumentarían al acoger este medio de pago?

- De acuerdo
- Indiferente o neutro
- En desacuerdo

¡! Muchas gracias por su colaboración ¡!

Anexo 3. Matriz de preguntas para el desarrollo de la encuesta

Tabla 35

Matriz de preguntas para el desarrollo de la encuesta

Dimensiones	Preguntas	Referencias
Dimensión 1: Datos Informativos	Edad	Ochoa y Parra (2019)
	Género	
	Nivel de instrucción	
	Tipo de establecimiento:	Rojas (2012)
	Ubicación del establecimiento:	Quezada (2017)
	Tiempo de funcionamiento del negocio:	López y Paredes (2012) Cárdenas y Zhispón (2019)
	Ingresos mensuales	Juárez (2020)
	¿En su local comercial acepta tarjeta de crédito/débito como medio de pago?	Quezada (2017)
Dimensión 2: Establecimientos que aceptan el dinero plástico como medio de pago.	¿Hace qué tiempo acepta tarjetas de crédito/débito en su establecimiento?	Rojas (2012)
	¿Con qué Empresa POS (Point of Sale), está afiliado su establecimiento?	López y Paredes (2012)
	Seleccione una o varias de las siguientes ventajas que le otorga la tarjeta de crédito/ débito en su establecimiento.	Quezada (2017)
	Seleccione una o varias de las siguientes desventajas que le otorga la tarjeta de crédito/débito en su local comercial.	Quezada (2017)
	¿Qué tipo de tarjeta acepta?	Presente estudio
Dimensión 3: Establecimientos que aceptan tarjetas de crédito	De la siguiente lista de tarjetas de crédito. ¿Cuál es la tarjeta más utilizada en su establecimiento?	López y Paredes (2012). Quezada (2017)
	Del total de sus ventas mensuales, escoja un valor aproximado de transacciones que se realizaron con tarjeta de crédito en su establecimiento.	Quezada (2017)

	De acuerdo a los planes de pago ¿Exige usted un monto mínimo y un plazo para aceptar la tarjeta de crédito?	López y Paredes (2012) Quezada (2017)
Dimensión 4: Establecimientos que aceptan tarjetas de débito	De la siguiente lista de tarjetas de débito. ¿Cuál es la tarjeta más utilizada en su local comercial?	López y Paredes (2012) Quezada (2017)
	Del total de sus ventas mensuales, escoja un valor aproximado de transacciones que se realizaron con tarjeta de débito en su establecimiento.	Quezada (2017)
Dimensión 5: Establecimientos que no aceptan dinero plástico	En caso negativo, ¿Por qué no acepta tarjetas de crédito/débito?	Presente estudio
	¿Cree Ud. que este medio de pago le pueda ofrecer beneficios a su negocio?	Quezada (2017)
	En un futuro acogería este medio de pago	Presente estudio
	Con el objetivo de mejorar su seguridad personal y del establecimiento. ¿Está usted de acuerdo en adoptar el dinero plástico como medio de pago?	Presente estudio
	¿Cree usted qué es importante acoger el dinero plástico como medio de pago, con el fin de lograr un crecimiento económico para la ciudad?	Presente estudio
	¿Cree usted que sus ingresos aumentarían al acoger este medio de pago?	Presente estudio

Anexo 4. Resultados de la encuesta aplicada a los locales comerciales del sector terciario

Tabla 36

Género

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	92	45,80%
Femenino	109	54,20%
Total	201	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

Tabla 37

Edad

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
20-28	48	23,88%
29-36	44	21,89%
37-44	53	26,37%
45-52	26	12,94%
53-60	22	10,95%
61-68	4	1,99%
69-76	4	1,99%
Total	201	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

Tabla 38

Nivel de instrucción

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	25	12,44%
Secundaria	113	56,22%
Tercer nivel	58	28,86%
Cuarto nivel	5	2,49%
Total	201	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

Sección 2: Establecimientos que aceptan el dinero plástico como medio de pago.

Tabla 39

Empresa POS (Point of Sale) de afiliación

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Datafast	22	100,00%
Medianet	0	0,00%
Red Apoyo	0	0,00%
Shopify	0	0,00%
Total	22	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

Sección 3: Establecimientos que aceptan tarjetas de crédito

Tabla 40

Tiempo que el establecimiento acepta tarjetas de crédito (años)

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1-3	8	42,11%
4-6	9	47,37%
7-10	2	10,53%
Total	19	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

Tabla 41*Entidad y tarjeta de crédito más utilizada en establecimientos comerciales*

Tarjeta de crédito	Entidad financiera
Visa	Banco Pichincha
	Cooperativa Jeep
	Banco de Loja
	Banco del Austro
	Banco Guayaquil
MasterCard	Banco del Pacífico
	Banco Produbanco

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada**Tabla 42***Tipo de plan de pago aceptado, monto mínimo y tiempo*

Tipo de plan	Opciones		Frecuencia	Porcentaje
	Monto (dólares)	Tiempo (días)		
Corriente	1-5	0	7	36,84%
	6-10	0	4	21,05%
	11-15	0	0	0,00%
	20-25	0	6	31,58%
	26-30	0	1	5,26%
Diferido con intereses	\$150	180	1	5,26%
Total			19	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada**Sección 4: Establecimientos que aceptan tarjetas de débito****Tabla 43***Tiempo que el establecimiento acepta tarjetas de débito (años)*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1-3	9	40,91%
4-6	10	45,45%
7-10	3	13,64%
TOTAL	22	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada**Tabla 44***Entidad y tarjeta de débito más utilizada en el establecimiento*

Tarjeta de crédito	Entidad financiera
Visa	Banco Pichincha
	Cooperativa Jeep
	Banco de Loja
	Banco del Austro
	Banco Guayaquil
MasterCard	Banco del Pacífico
	Banco Produbanco

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

Sección 5: Establecimientos que no aceptan dinero plástico

Tabla 45

Beneficios que el dinero plástico ofrece a los establecimientos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	144	80,45%
No	35	19,55%
Total	179	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

Tabla 46

Aceptación del dinero plástico para mejorar la seguridad

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	105	58,66%
Indiferente o neutro	40	22,35%
En desacuerdo	34	18,99%
Total	179	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

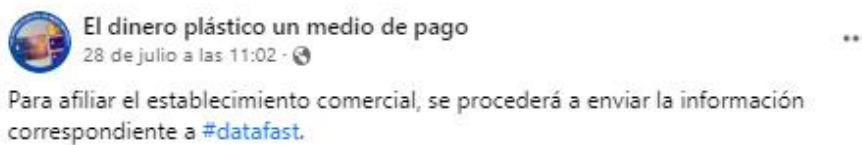
Tabla 47

Aumento de ingresos al acoger el dinero plástico

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	105	58,66%
Indiferente o neutro	40	22,35%
En desacuerdo	34	18,99%
Total	179	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada

Anexo 5. Evidencias fotográficas del desarrollo de la fan page en facebook y tríptico



Paso 4. Una vez instalado, se podrá hacer uso del equipo y sistema, mediante el cobro de cualquier producto o servicio en el local comercial. Para lo cual el comerciante deberá solicitar la tarjeta de crédito y cédula de identidad del cliente, pasará la tarjeta por la máquina lectora y verificará que la información sea correcta, además que exista el monto para poder cancelar. De igual forma se solicita al cliente que confirme si su pago lo desea corriente o diferido y luego se procede a aceptar la transacción; inmediatamente se imprime el voucher y una copia, se pide firmar y escribir el número.

VENTAJAS DE ACEPTAR DINERO PLÁSTICO

Comodidad para sus clientes

- Aumento significativo de ventas
- Competitividad en el mercado
- Rapidez de cobro en caja
- Seguridad del dinero ante un robo

Está última quizá sea la más importante, ya que actualmente en la ciudad se registran actos de inseguridad. De tal manera, acoger este medio de pago en el establecimiento reduciría en gran medida el robo en locales comerciales.



¡AFILIATE AHORA!



INFORMACIÓN



0990945756



francisdanys19@gmail.com



<https://www.facebook.com/catamayoinnova>



Eugenio Espejo y Av.
Catamayo



CATAMAYO



EL DINERO PLÁSTICO UN MEDIO DE PAGO

EL DINERO PLÁSTICO UN MEDIO DE PAGO



¿QUÉ ES EL DINERO PLÁSTICO?

El dinero plástico, es una forma de dinero electrónico. Es una tarjeta plástica, emitida por un banco o una institución financiera especializada, que permite a su titular pagar los bienes y servicios adquiridos con ella.

TIPOS DE TARJETAS



CRÉDITO



DÉBITO

TIPOS DE TARJETAS

La tarjeta de crédito otorga al beneficiario la opción de pago diferido por la compra y obtención de dinero de cajeros automáticos para su posterior reposición.

La tarjeta de débito permite realizar compras con la presentación de la misma, dependiendo de la cantidad disponible en la cuenta corriente en una institución financiera, de modo que instantáneamente se origina en ésta un débito por la suma de la transacción.

De acuerdo a un estudio realizado en Catamayo el sistema POS utilizado para el cobro con dinero plástico es Datafast.

DATAFAST

Somos la empresa líder de Pagos Electrónicos del Ecuador. Nuestra red de Pagos es capaz de procesar las tarjetas de crédito y débito de todas las marcas nacionales e internacionales de mayor prestigio. Para ello contamos con más de 60.000 puntos de venta ubicados en una extensa variedad de comercios pequeños, medianos y grandes incluidas las cadenas de autoservicios a nivel nacional.



PROCESO DE AFILIACIÓN PARA LOCALES COMERCIALES

Paso 1. Reunir los siguientes requisitos:

- Llenar una solicitud de establecimientos
- Llenar el contrato de afiliación de establecimientos
- Llenar el Adendum de venta POS (Point of Sale)
- Llenar el formulario de autorización de débito por el alquiler o compra del dispositivo
- Presentar 1 copia del registro único de contribuyente RUC del establecimiento actualizado,
- Presentar 1 copia de cédula de identidad del propietario.
- Presentar 1 copia del certificado de votación del propietario (vigente y a color).
- Presentar 1 copia de cédula de identidad del cónyuge del propietario del local, en caso de ser casado.
- Presentar 1 copia de la planilla de Servicio Básico preferible telefónica del local (dirección igual al RUC-fecha actual).
- Presentar 1 copia del trámite municipal, en caso de no tener letrero aun en su local

Paso 2. Datafast procederá al estudio y valoración de la información presentada para la futura aprobación o negación de la afiliación del establecimiento comercial.

Paso 3. En caso de ser aprobado, en el lapso de 72 horas se comunicará directamente al local comercial y posteriormente un asesor enviado por Datafast procederá a la entrega e instalación del POS.



Anexo 6. Oficio de Designación de Director del Trabajo de Integración Curricular



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

BANCA Y FINANZAS
Facultad Jurídica, Social y
Administrativa

Presentada el día de hoy, 02 de junio de 2022, a las 10h00. Lo certifica, la Secretaria Abogada de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la UNL.

ENA REGINA
PELAEZ SORIA

Firmado digitalmente por
ENA REGINA PELAEZ SORIA
Fecha: 2022.06.03 17:18:20
-05'00'

Dra. Ena Regina Peláez Soria Mg. Sc
**SECRETARIA ABOGADA DE LA FACULTAD
JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

Loja, 02 de junio de 2022, a las 10h15. Atendiendo la petición que antecede, de conformidad a lo establecido en el **Art. 228 Dirección del trabajo de integración curricular o de titulación**, del Reglamento de Régimen Académico de la UNL vigente; una vez emitido el informe favorable de estructura, coherencia y pertinencia del proyecto, se designa a la Ing. Andrea Judith Neira Paredes, Mg. Sc., Docente de la Carrera de Finanzas de la Facultad Jurídica Social y Administrativa, como **DIRECTOR/A del Trabajo de Integración Curricular o Titulación**, titulado **"El dinero plástico como medio de pago en la Ciudad de Catamayo"**, de autoría del Sr. Francisco Daniel Remache Buri. Se le recuerda que conforme lo establecido en el Art. 228 antes mencionado. Usted en su calidad de director del trabajo de integración curricular o de titulación *"será responsable de asesorar y monitorear con pertinencia y rigurosidad científico-técnica la ejecución del proyecto y de revisar oportunamente los informes de avance, los cuales serán devueltos al aspirante con las observaciones, sugerencias y recomendaciones necesarias para asegurar la calidad de la investigación. Cuando sea necesario, visitará y monitoreará el escenario donde se desarrolle el trabajo de integración curricular o de titulación"*. **NOTIFIQUESE para que surta efecto legal.**



Firmado digitalmente por
MARITZA
JACKELINE
PENA VELEZ

Ing. Maritza Jackeline Pela Vélez, Mg. Sc.
DIRECTORA DE LA CARRERA DE FINANZAS

Loja, 02 de junio de 2022, a las 11h00. Notifiqué con el decreto que antecede a la Ing. Andrea Judith Neira Paredes, Mg. Sc., para constancia suscriben:



Firmado digitalmente por
ANDREA JUDITH
NEIRA PAREDES

Ing. Andrea Judith Neira Paredes, Mg. Sc.
ASESOR/A DEL PROYECTO

ENA REGINA
PELAEZ
SORIA

Firmado digitalmente
por ENA REGINA
PELAEZ SORIA
Fecha: 2022.06.03
17:18:29 -05'00'

Dra. Ena Regina Peláez Soria, Mg. Sc.
SECRETARIA ABOGADA-FJSA



Firmado digitalmente por
ROBERT
ORLANDO DIAZ

Eib. For: RDL.

Anexo 7. Certificación de aprobación del Trabajo de Integración Curricular



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

BANCA Y FINANZAS

Facultad Jurídica, Social y
Administrativa

CERTIFICACION DE APROBACION DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR O DE TITULACIÓN

Conforme lo establecido en el Art. 231 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja vigente, que textualmente en su parte pertinente dice: "**Aprobación de la Unidad de Integración Curricular o de Titulación.** La Unidad de Integración Curricular o de Titulación, está conformada por la asignatura denominada trabajo o unidad de integración curricular. A la culminación de las labores académicas de la asignatura denominada Trabajo o Unidad de Integración Curricular o de Titulación, el director del trabajo de integración curricular o de titulación, emitirá el certificado individual de culminación, con el cual el docente de la asignatura de integración curricular o trabajo de titulación calificará la aprobación del trabajo de integración curricular o de titulación el que, junto con las calificaciones logradas en el desarrollo de la asignatura, determinará la acreditación o no de la Unidad. En el certificado dejará sentada la razón de las posibles variaciones o modificaciones menores que se han realizado por ser indispensables para asegurar el buen desarrollo de la investigación...". En mi calidad de director del trabajo de integración curricular

CERTIFICO:

Que, el señor estudiante **Francisco Daniel Remache Buri**, con C.C. N° 1150100483 ha culminado a satisfacción el trabajo de titulación denominado: "**El dinero plástico como medio de pago en la ciudad de Catamayo**".

Por lo manifestado dejo sentada razón de que dicho trabajo ha sido revisado y que el estudiante ha realizado los cambios sugeridos en su debido tiempo, por lo que me permito certificar que el presente Trabajo de Titulación está desarrollado en su totalidad 100%.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el señor/a docente de la asignatura de integración curricular o trabajo de titulación; proceda a la calificación y aprobación del mismo; y, conjuntamente con las calificaciones logradas en el desarrollo de la asignatura, determine la acreditación o no de la Unidad de Integración Curricular o de Titulación, del mencionado estudiante.

Loja, 7 de septiembre de 2022.



FIRMA AUTENTICADA POR
ANDREA JUDITH
NEIRA PAREDES

F) _____

Ing. Andrea Judith Neira Paredes, Mg. Sc
DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

C.C. Sr. Francisco Daniel Remache Buri
Expediente De Estudiante
Archivo

Anexo 8. Certificado de traducción del abstract

CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN

Loja, 23 de Noviembre de 2022

Nombre: Lic. Jenny Susana Ruiz Armijos

Título: Licenciada en Ciencias de la Educación Mención Idioma Ingles.

CERTIFICO:

Que he realizado la traducción de español al idioma ingles del resumen del presente estudio investigativo denominado **“EL DINERO PLÁSTICO COMO MEDIO DE PAGO EN LA CIUDAD DE CATAMAYO”** de autoría de **Francisco Daniel Remache Buri**, portador de la cédula de identidad número **1150100483**, estudiante de la carrera de Finanzas de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja. Dicho estudio se encontró bajo la dirección de Ing. Andrea Judith Neira Paredes Mg. Sc, previó a la obtención del título de Licenciado en Finanzas.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando al interesado hacer uso del presente en lo que este creyera conveniente.



Lic. Jenny Susana Ruiz Armijos

C.I: 1104534035

Registro del SENESCYT: 1008- 2018- 1998901